



# Livre blanc

## Les réseaux sociaux en bibliothèque et leurs pratiques

Etude coordonnée par la préfiguration  
de la bibliothèque Canopée



Ce document a pour objectif d'offrir une vision synthétique des pratiques des réseaux sociaux dans les bibliothèques publiques.

Il se compose de sept chapitres :

[- Mobiliser les compétences de son équipe, réussir sa stratégie \(article publié dans le numéro 73 de la revue Bibliothèque\(s\), par Romain Gaillard](#)

[- Benchmark des réseaux sociaux pour les bibliothèques, par Pierre-Marie Augereau, Fanny Conte, Cyrille Engel, Romain Gaillard, Ophélie Hamot-Béchéay, Capucine Liébeaux \(préfiguration Canopée\), Soizic Cadio \(préfiguration Françoise Sagan\)](#)

[- L'engagement sur les pages Facebook : évaluation, analyse et commentaires de quelques comptes d'après un questionnaire, par Romain Gaillard](#)

[- Organiser sa veille professionnelle sur Twitter: 100 comptes à suivre pour débuter, par Romain Gaillard](#)

[- Sources de veille professionnelle sur les réseaux sociaux, par Romain Gaillard](#)

[- Outil de curation de contenus et de veille professionnelle : tutoriel pour Scoop.it, par Capucine Liébeaux](#)

[- Outil de curation de contenus et de veille professionnelle : tutoriel pour Pocket, par Romain Gaillard](#)

[- Annexes](#)

Je remercie tout particulièrement pour leur disponibilité et leur ouverture les bibliothécaires qui ont accepté de répondre à mes questions, et reçu mes remarques et critiques de leurs pratiques des réseaux sociaux : Christophe Grelet pour la bibliothèque Aimé Césaire, Josyane Delmas-Bouchard pour la bibliothèque Batignolles, Laure Martin, Agathe Gucciardi, Jocelyne Le Darz, Annick Verron pour la bibliothèque du cinéma François Truffaut, Camille Poiret pour la médiathèque Edmond Rostand, Agnès Boishult et Juliette Vittori pour la bibliothèque Hergé, Isabelle Kis pour la médiathèque Jean-Pierre Melville, Hélène Certain pour la bibliothèque Louise Michel, Lola Mortain et Géraud Vérité pour la bibliothèque Vaclav Havel, Jaoo Maciel pour le Service des Publics et du Réseau.

## Mobiliser les compétences, réussir sa stratégie La bibliothèque à la conquête des réseaux sociaux

Positionner la bibliothèque sur les réseaux sociaux apparaît de plus en plus comme un enjeu incontournable. Articuler désir individuel et missions de service public est un art délicat qui nécessite une véritable stratégie reposant sur quatre piliers.

### Les réseaux sociaux

S'inscrivant dans le développement du web participatif, aussi dénommé « web 2.0 », les réseaux sociaux ont connu une croissance exponentielle depuis la fin des années 2000. Ils répondent à des besoins personnels d'échanges et d'expression, de partage des goûts et des opinions, de projection et de mise en scène de son quotidien dans ce que Serge Tisseron appelle « l'extimité<sup>1</sup> ». Devenus des lieux de sociabilité parfois planétaires (1,189 milliards de comptes sur Facebook), les réseaux sociaux ont provoqué des évolutions majeures dans les rapports individuels et collectifs.

Face à des phénomènes sociaux d'une telle ampleur, une bibliothèque peut-elle faire l'impasse d'une présence active sur les réseaux sociaux ? Ces plateformes s'inscrivent dans une culture du partage et de la recommandation. Le bibliothécaire semble donc pouvoir y développer ses compétences professionnelles *a priori* naturelles : la sélection et la médiation.

On estime que les internautes français sont en moyenne inscrits sur 4,5 réseaux sociaux. En France, Facebook (26 millions d'utilisateurs actifs) est en tête d'un Top 5 composé de Skype, Copains d'avant, Google+ et Deezer<sup>2</sup>. Il convient cependant de distinguer l'inscription de l'activité réelle : certains réseaux étant marqués par un grand nombre d'inscrits peu actifs (Copains d'avant, par exemple). S'ils sont les deuxième et troisième réseaux les plus connus des internautes français, Youtube et Twitter n'arrivent qu'en sixième et septième position en nombre d'inscrits. L'inscription sur un réseau est de plus en plus partagée sur l'ensemble de la population française. Si parmi les populations les plus présentes, on trouve en premier lieu les adolescents et les 18-34 ans, près de la moitié des plus de 65 ans sont utilisateurs de Facebook. Des différences émergent également par catégorie socio-professionnelle et lieu de résidence.

Cet article reflète les réponses à un questionnaire transmis aux bibliothèques de la Ville de Paris actives sur les réseaux sociaux (14 réponses) ainsi qu'à « Miss media » des bibliothèques municipales de Metz, et l'expérience de son auteur.

### Qualités humaines et compétences techniques

Être actif sur les réseaux sociaux implique pour les professionnels de repenser la manière d'entrer en interaction avec les publics. Il ne faut plus raisonner en termes de communications descendantes traditionnelles (« je transmets une information comme si je

<sup>1</sup> Serge Tisseron, *L'intimité surexposée*, Ramsay, 2001.

<sup>2</sup> Source : Ifop, observatoire des réseaux sociaux 2013 : [www.ifop.com/media/poll/2436-1-study\\_file.pdf](http://www.ifop.com/media/poll/2436-1-study_file.pdf).

punaisais une affiche ») mais de médiation. S'y investir doit être l'occasion de dialoguer différemment avec certains usagers, de donner une image moins institutionnelle d'un établissement. L'objectif pour la bibliothèque doit être de développer ses actions de conseil vers les collections et vers d'autres contenus non produits par la bibliothèque : ce qu'on appelle la « curation de contenus ». C'est assurer notre mission de service public en s'affranchissant des contraintes de lieu, des horaires d'ouverture, de l'image *a priori* rébarbative, etc. Néanmoins, ce n'est qu'utiliser une partie du potentiel de ces réseaux d'échanges. Leur intérêt est également communautaire et peut être lié à la recherche de nouveaux publics. Il convient alors de s'interroger sur ce qu'il faut valoriser : tout l'établissement ou seulement ses spécialités ? Cela passe en effet par la création de relations autour d'intérêts et de goûts communs entre des publics dits « de niche », des spécialistes et des amateurs éclairés et les bibliothécaires - ce que l'on appelle, dans le monde du marketing, « générer du *lead* », de l'engagement, de la décision de visite puis d'emprunt, similaire au fait de déclencher un achat en ligne. Dans cette perspective, il n'est pas nécessaire de multiplier les publications conçues directement par l'établissement.

Le bibliothécaire animateur de communautés doit dès lors mobiliser des qualités d'empathie, de sens du contact, de prise d'initiatives. Outre la prise de conscience de son intérêt, chaque établissement investi sur les réseaux sociaux s'engage à apporter un contenu riche en valeur ajoutée à ses « *followers* » et à leur faire découvrir de nouvelles ressources. Ce qui, sans une pratique personnelle de la part du bibliothécaire ne resterait qu'envie et potentiels. Elle seule permet de comprendre les petits « trucs » qui facilitent l'interaction avec ses « *followers* ». En effet, on ne publie pas la même chose sur chaque plateforme, chacune ayant des publics différents avec des attentes et des codes de communication parfois très différenciés.

Aux compétences de médiateur, il faut ajouter des compétences techniques, couplées à une veille professionnelle sur les évolutions des réseaux. Les plateformes peuvent en effet gagner et chuter en popularité assez rapidement, et voir leurs fonctionnalités évoluer sans prévenir les utilisateurs. Il convient donc d'être particulièrement attentif pour construire des relations avec les publics présents sur les réseaux et entretenir celles-ci. Par exemple, Facebook impose aux pages professionnelles un pourcentage variable de transmission des publications (autour de 10% en moyenne avec une différence selon le type de publication) ; c'est ce que l'on appelle le « *reach* ». Si une page professionnelle souhaite que sa publication soit transmise dans la « *timeline* » (la liste des publications) de ses 100 amis et pas seulement des 10 les plus actifs, elle va devoir payer pour un plus grand pourcentage de « *reach* ». Les grandes entreprises peuvent se permettre de payer régulièrement des campagnes sur Facebook mais une institution comme une bibliothèque ne le peut pas. Dès lors quelles stratégies mettre en œuvre ? Il y a là encore un croisement entre des compétences anciennes du bibliothécaire - connaître ses publics - et des compétences techniques nouvelles liées aux réseaux sociaux et à leur fonctionnement.

### **Mettre en œuvre une stratégie sociale**

Le rôle du management est central pour faire définir à son équipe quelle sera la stratégie sociale de son établissement : que publier ? À quel rythme ? Sur quelles plateformes ? Pour quelles interactions prévues ?

En premier lieu, il convient de se donner les moyens de connaître quels sont les publics de sa bibliothèque et leurs pratiques des réseaux sociaux, comme on le ferait pour une collection traditionnelle. De nombreuses sources - institut de sondage, agence de communication, individus ayant un intérêt pour le sujet... - publient régulièrement ce genre d'informations, notamment sur Twitter. Cela souligne plus encore la nécessité de

coupler la veille professionnelle et la pratique personnelle des réseaux sociaux pour cerner au mieux les enjeux, les publics avec lesquels entrer en interaction et les bonnes pratiques à avoir.

La curation et la création de contenus pour les publics doivent être également travaillées et prendre de nouvelles formes si possible éloignées de la bibliographie classique. Les bibliothèques Vaclav-Havel et Louise-Michel soulignent ainsi que l'on peut réaliser une médiation intéressante vers les collections avec un ton ludique (« Test : quel lecteur êtes-vous ?<sup>3</sup> ») ou sous la forme d'un feuilleton du quotidien en photos.

Dans tous les cas, il faut faire preuve d'ouverture d'esprit, de curiosité, d'envie de transmettre, d'entrer en interaction avec les publics et de stimuler la curiosité intellectuelle des agents. Il est également intéressant de noter qu'une plateforme comme Twitter peut devenir un outil de communication interne et d'enrichissement de l'ambiance d'équipe si plusieurs personnes y publient régulièrement. Toutefois, cela ne va pas sans réticence de la part de certains agents ou responsables au sein des équipes qui considèrent encore la publication sur les réseaux sociaux comme une activité ludique et un peu artificielle. D'autres estiment qu'écrire des articles sur un blog est beaucoup plus valorisant intellectuellement. Pour cela il faut régulièrement valoriser les agents qui publient par des rapports sur les statistiques de consultation de leurs publications en utilisant les outils internes des réseaux sociaux ou en utilisant des outils extérieurs qui permettent de mesurer l'impact obtenu par chaque publication. Après quelque temps (de 12 à 18 mois), on pourra mesurer le retour sur investissement (intellectuel et horaire !) et l'on pourra vérifier la pertinence de la stratégie sociale.

Le chef d'équipe est aussi le garant de l'état d'esprit des publications et de leur cohérence avec la ligne éditoriale fixée avec ses agents. Les réseaux sociaux sont en effet des lieux de prise de position pour les individus, de discussion et d'affirmation de leurs convictions religieuses ou politiques. Une institution comme une bibliothèque publique ne risque-t-elle pas de se retrouver en décalage avec ses « amis » ou ses « *followers* » si elle reste muette sur un sujet qui peut toucher ses publics, ses sujets de prédilection ou l'actualité au sens large ? *A contrario*, n'est-elle pas censée observer une stricte neutralité sur des sujets délicats ? Il n'y a pas de consensus professionnel en la matière, hormis sur le nécessaire maintien d'une obligation de réserve pour les agents qui communiquent nommément sur un réseau (ne pas critiquer un élu de sa collectivité, son institution, etc<sup>4</sup>). Les pages professionnelles prennent parfois des libertés avec la stricte obligation de réserve car elles pensent pouvoir poster comme un individu ; or, de mon point de vue, c'est une dérive problématique. Poster sur un soutien aux Pussy Riots, contre la restriction des conditions d'avorter en Espagne... fait sortir l'institution de sa stricte neutralité. Il est alors nécessaire de reprendre l'activité traditionnelle du bibliothécaire : mettre à disposition des ressources d'information pour ses publics pour que ceux-ci se fassent leur idée d'un débat et pas les influencer ou chercher à les éduquer.

La réussite d'une stratégie sociale pour une bibliothèque s'appuie donc sur quatre piliers : l'état d'esprit, le désir d'agents d'interaction avec les publics ; la capacité traditionnelle du bibliothécaire à sélectionner et créer des contenus pour valoriser les ressources documentaires et les services ; la nécessaire pratique personnelle des réseaux sociaux ; la veille professionnelle sur ce domaine pour ne pas se retrouver déconnecté des pratiques des publics. En somme, l'encadrement a pour rôle de maintenir ensemble ces quatre

---

<sup>3</sup> <https://docs.google.com/forms/d/1irQWTdtlBydEq4HzjNM9qTsKGw0wwcr4nr5RLBOxnp8/viewform>

<sup>4</sup> Cf. Dominique Lahary, « Obéissance, discrétion, secret, réserve », in *Bibliothèque(s)*, n° 71/72, déc. 2013, p. 18.

pilliers et de stimuler leur développement pour enrichir les pratiques professionnelles des agents et aboutir à une stratégie sociale efficace.

### **Méthodologie du benchmark sur les réseaux sociaux**

Lors du début du processus de préfiguration de la bibliothèque Canopée, il nous a semblé important de réaliser une grande étude sur l'ensemble des réseaux sociaux pouvant intéresser une bibliothèque de lecture publique. « *Benchmark* » est le terme professionnel désignant une étude comparative de plateformes et d'expériences pour déterminer l'intérêt de chaque objet selon un usage.

L'animation de communauté doit occuper une place importante du projet de l'établissement, vu son emplacement (au cœur d'un quartier brassant chaque jour des centaines de milliers de personnes aux besoins différenciés et avec de nombreux partenaires potentiels), son positionnement (valoriser les pratiques numériques et y initier les usagers) et la nécessité de créer de la curiosité et de l'intérêt pour un nouvel équipement. Une telle étude manquait et nous voulions éviter de partir d'emblée sur la création d'une page Facebook ou d'un compte Twitter sans réfléchir à l'intérêt d'autres plateformes. Ce travail occupa plusieurs semaines parallèlement à nos autres missions. Réalisé par plusieurs agents de la Canopée et par une collègue de la préfiguration Françoise-Sagan, il a permis à l'ensemble de l'équipe de s'emparer de la problématique des réseaux sociaux. Si tous y étaient déjà sensibilisés, il fallait faire intégrer la nécessité de rationaliser la démarche et de connaître les fonctionnalités de l'intérieur en testant soi-même les réseaux selon un cahier des charges prédéterminé. Cela a donné une étude d'une quarantaine de plateformes et de leur intérêt pour une bibliothèque. Depuis sa création, le benchmark<sup>5</sup> a été consulté plus de 2200 fois sur le portail des bibliothèques de la Ville de Paris, illustrant le besoin des professionnels de disposer d'un document de référence sur le sujet. Une première mise à jour a eu lieu début 2014 et nous tâcherons de procéder à cette réévaluation tous les 6 mois environ.

### **Organisation du travail et de l'animation de communauté à la Canopée**

Préfigurer un établissement est l'occasion de tester de nouvelles méthodes et organisation du travail au sein d'une équipe. La difficulté reste que celle-ci peut se constituer relativement lentement. Il faut également rester proche de ce que les candidats en interne peuvent connaître pour ne pas les effrayer avec des organigrammes alambiqués et peu fonctionnels.

Nous avons choisi d'adopter une organisation administrative assez classique en « pôles » (adultes, enfances, développement créatif) mais avec des groupes-projets transversaux. Ces groupes pluridisciplinaires doivent se composer et se recomposer de manière semi-permanente autour de thèmes centraux pour les actions de l'établissement (les ados, l'action culturelle, l'animation de communauté...) ou de sujets ponctuels (un cycle d'animations pendant quelques mois). L'idée est de faire émerger les projets de manière plus créative que dans un fonctionnement pyramidal traditionnel, qu'il n'y ait pas une personne affectée à une mission transversale avec les risques que cela comporte de remise en cause du service en cas d'absence longue. L'objectif managérial est de responsabiliser davantage les bibliothécaires en les intégrant mieux aux projets de leur établissement et de les considérer comme des personnes intelligentes et créatives. Chaque groupe doit avoir un chef de projet qui ne soit pas forcément un encadrant mais pourrait être un agent A, B ou C. L'animation de communauté serait ainsi portée par un groupe de 4 à 6 personnes

<sup>5</sup> Consultable sur <http://goo.gl/3KuoA>.

avec un agent de catégorie B appartenant au pôle « développement créatif » comme chef de projet. La feuille de route de ce groupe-projet sera d'animer concrètement les plateformes où la bibliothèque sera présente (au moins une demi-douzaine), de recueillir et de mettre en forme les idées de publications des autres personnes de l'équipe.

Romain Gaillard

Responsable de la préfiguration de la bibliothèque Canopée  
Bibliothèques de la Ville de Paris

**Benchmark sur les réseaux sociaux pour une bibliothèque (l'intégralité de l'étude est disponible aux liens suivants : <http://goo.gl/3KuoA> pour la version 2013 et <http://goo.gl/hS3Cse> pour la version 2014)**

Assurer une présence sur les réseaux sociaux est aujourd'hui incontournable pour les bibliothèques d'une certaine taille. Cette démarche permet de toucher un public étendu, d'assurer une médiation vers ses ressources et celles de ses partenaires, de développer la participation des usagers, et de montrer la connexion entre l'établissement et son quartier.

La bibliothèque Canopée souhaite assurer une forte présence sur les réseaux sociaux. Il en est de même pour la bibliothèque en préfiguration bibliothèque en préfiguration Françoise Sagan, dans le Carré Saint-Lazare. Cette étude à un instant T doit servir de base pour déterminer quelles sont les plateformes sociales les plus intéressantes dans une bibliothèque de lecture publique. Les fonctionnalités, l'attrait de certains réseaux évoluant à la hausse ou à la baisse entraînera une réévaluation possible de ce benchmark. Après une première édition en juin 2013, cette nouvelle mouture intègre de nouvelles plateformes (Flipboard, Issuu, Snapchat, Flipagram, Libfly) et met à jour l'évaluation des critères pour les autres.

## **1. Les critères**

Afin de connaître les différents réseaux sociaux existant et leurs modalités d'utilisation nous avons retenu des critères d'analyse, selon la typologie suivante :

- **les publics** utilisateurs du réseau social : quels utilisateurs et quels usages ?
  - public cible (âge, sexe, CSP...) et objectif initial (qui le réseau cible-t-il ?)
  - communauté qui publie sur le réseau (entreprise, collectivité...)
  - distinction personne/institution
  - type de contenu (texte, photo, vidéo, musique...)
  - usages réels du réseau et leur évolution (privé, perso, commercial...)
  - évolution de la popularité
  - évolution de la solution technique (évolution des fonctionnalités)
- **la bibliothèque** : quels usages ? Quelles possibilités offre une page institutionnelle ?
  - offre de médiation aux usagers (conseil, valorisation, suggestion...)
  - degré de participation des usagers aux actions de la bibliothèque (interaction entre usagers et avec la bibliothèque)
  - identité de la bibliothèque (est-elle reconnaissable facilement ?)
  - modalités de production (back office, ergonomie, facilité de prise en main)

- évaluation quantitative et qualitative (statistiques de fréquentation, de participation...)
- **l'interaction** entre les publics et la bibliothèque : quelles conditions d'utilisation du réseau social ? Quelle est l'image publique du réseau ?
  - nécessité et condition d'inscription (limite d'âge, indication de son nom...)
  - capacité à toucher les utilisateurs (visibilité des publications de la bibliothèque)
  - incitation commerciale (acheter des options, publicité...)
  - support mobile (application, format de lecture smartphone ou tablette)
  - ergonomie (front office) et langue
  - propriété des données (personnelles et le contenu)
  - image médiatique (positive et négative dans les médias généralistes, spécialisés, professionnels)
- Pour terminer : quels sont les éléments marquants du réseau que nous identifions ?
  - Usages intéressants ou pas (faits par une bibliothèque ou une autre entité)

Sur certaines plateformes, nous avons pu introduire un « critère tueur » : si un critère que nous désignons comme essentiel n'est pas rempli ou que l'on atteint un trop grand nombre de critères non réunis, inutile de poursuivre le benchmark et le réseau social en question est écarté.

## 2. Les réseaux

L'analyse fut menée sur 50 réseaux sociaux que nous avons listés et classés par similitudes d'usage/type de contenu afin de favoriser les comparaisons:

- les « facebook »
  - Facebook
  - Google +
  - Friendster
  - Tagged
  - Bebo
  - Netlog
  - Skyrock
  - Hi5
  - Peuplade (Paris)

- Le micro-blogging
  - Twitter
  - Tumblr
  - Path
  - Reddit
  - Pheed
- Partage de d'image, photo et vidéo
  - Instagram
  - Flickr
  - Youtube
  - Dailymotion
  - Vimeo
  - Vine
  - Snapchat
  - Flipagram
- « Épinglage » et curation de contenu
  - Pinterest
  - Scoop.it
  - Who Art You
  - Pearltrees
- Musique
  - Myspace
  - Spotify
  - Deezer
  - Grooveshark
  - Soundcloud
  - Mupiz
  - Music me
- Littérature
  - Babelio

- Sens critique
- We love words
- Riffle
- Libfly
- Les agrégateurs
  - Diigo
  - Delicio.us
  - Netvibes
  - Hello coton
  - Symbaloo
  - Flipboard
- Les inclassables
  - Slideshare
  - Issuu
  - Glowbl
  - Foursquare
  - Paris.onvasortir.com

Cette sélection fit le choix d'inclure des sites qui ne sont pas à proprement parler des réseaux sociaux mais que nous avons souhaité tout de même analyser pour en connaître leurs modalités communautaires et de partage de contenu.

### **3. La méthodologie**

Avant toute chose, il a fallu se créer un compte sur le réseau social analysé. Il n'est pas forcément aisé de découvrir toutes les fonctionnalités que propose un réseau social sans s'y inscrire. Il est donc conseillé d'explorer les possibilités qu'offre une page personnelle (back office et côté profil public d'utilisateur) et de naviguer sur des profils et pages d'institutions (front office : bibliothèque, marque, entreprise, association, collectivité...). Les usages d'un réseau pouvant être multiples, il est intéressant de confronter l'usage qu'en font différentes entités.

Pour compléter les différents critères, il est conseillé de mener les recherches sur le réseau social étudié « en vrac » et de remplir les évaluations (++/+/-/-- et commentaires) au fur et à mesure des informations trouvées. Par expérience, cette méthode prend moins de temps qu'une recherche méthodique et ciblée, critère par critère. Il est en effet plus complexe de trouver des informations sur un critère isolé. Pour autant, cette méthode au fil de l'eau nécessite de recouper les données : il ne faut pas hésiter à revenir sur un critère, affiner, modifier son évaluation et la nuancer. Cette démarche est d'autant plus pertinente qu'elle s'effectue par comparaison avec les autres réseaux étudiés.

L'évaluation des critères, lorsqu'elle est quantifiable, se traduit par les indicateurs suivants : ++/+/--/. Seuls 15 critères sont à quantifier. Cette catégorisation permet de noter le réseau social sur 30 points. A cela s'ajoute un code couleur qui donne une impression visuelle générale positive ou négative : vert pour positif (++ et +), rouge pour négatif (- et --).

Enfin, il ne faut pas hésiter à conserver dans un fichier les sources utiles et intéressantes : elles pourront être reconsultées plus tard pour une étude approfondie de certains réseaux sociaux choisis pour la bibliothèque.

### Classement des plateformes par genre

Facebook-like	Note sur 30
Facebook	15
Google +	24
Friendster	rejeté
Tagged	rejeté
Bebo	rejeté
Netlog	rejeté
Skyrock	rejeté
Hi5	rejeté
Peuplade	-6

Parmi les dix réseaux testés seuls trois ont retenu notre attention :

- l'inévitable Facebook pour ses possibilités de réseautage et son utilisation démocratisée ; sa note a toutefois été dégradée en raison de la baisse du « reach » et de la part croissante de la publicité
- Google+ pour ses capacités à toucher un public complémentaire de celui de Facebook
- le tout petit Peuplade pour son réseau à échelle humaine et ses contacts de proximité potentiels

Toutefois, Peuplade n'est plus modéré depuis 2010, et continue de vivre par ses membres actifs. On attendra tout de même de voir son évolution d'ici fin 2014 pour s'y engager.

Ont été écartés d'office car hors sujet : Tagged, Badoo, Hi5, réseaux positionnés sur le créneau site de rencontres et Friendster car le réseau s'est repositionné comme site de jeu social. Bebo lui est malheureusement impraticable sur notre parc informatique, et Netlog

est à l'abandon. Skyblog aurait pu présenter un intérêt mais même si l'offre de médiation et le public sont là, la présence d'une médiathèque sur le réseau semble être à l'opposé des préoccupations des membres de celui-ci.

Le micro-blogging	Note sur 30
Twitter	18
Tumblr	15
Path	Rejeté
Reddit	Rejeté
Pheed	21

Twitter reste l'outil incontournable des plateformes de blogging rapide et le seul qui se détache vraiment en 2013. Il demande cependant un fort investissement qui doit être pris en compte lorsqu'une bibliothèque souhaite s'y investir. Pheed s'avère être une plateforme particulièrement complète, innovante et prometteuse. Reste à attendre sa version française.

Tumblr a connu un développement accéléré en 2012-2013 et se distingue du lot car il mélange des fonctions de micro-blogging à une interface conviviale et jouit d'une image à la fois dynamique, décalée et élitiste.

Path et Reddit ont été éliminés pour des raisons diverses : nombre limité de contacts pour Path et multiplication de critères négatifs pour Reddit.

Partage de photos et de vidéo	Note sur 30
Instagram	14
Flickr	14
Youtube	14
Dailymotion	16
Vimeo	20
Vine	13
Snapchat	4
Flipagram	5

Les sites et applications de retouche et partage de photos étudiés, présentent des usages complémentaires. Instagram est une application mobile et Flickr, si la partie mobile tend à être de plus en plus développée, reste un outil majoritairement utilisé en ligne pour la création et le partage d'albums photos. Instagram serait donc préconisé pour un usage

mobile et créatif avec l'utilisation des filtres quand Flickr serait plus adapté à l'animation de communautés en ligne sur le long terme.

Il en va de même pour les sites de partage vidéo. Si les deux plus importantes plateformes étudiées, Youtube et Dailymotion, semblent être incontournables en matière de popularité et de fonctionnalités étendues (en ligne comme sur mobile). Ils présentent toutefois des inconvénients de taille comme le format publicitaire « Instream » et l'énorme masse de contenus disponibles (Dailymotion restant supérieur à Youtube sur les fonctions de personnalisation).

Vimeo peut donc apparaître comme une alternative intéressante pour des contenus à forte valeur ajoutée, mis en valeur par l'esthétique du site et son image de communauté créative. De la même manière qu'Instagram peut être utilisé en complémentarité avec Flickr, l'usage de Vimeo n'exclut pas celui de Vine, une application mobile relativement récente mais à suivre, notamment pour son potentiel créatif.

Musique	Note sur 30
Myspace	-1
Spotify	16
Deezer	rejeté
Grooveshark	17
Soundcloud	25
Mupiz	rejeté
Music Me	9

Trois plateformes musicales sont à retenir : Soundcloud, Grooveshark et Spotify. Si la qualité du catalogue est l'atout de Spotify, elle est justement le point faible de Grooveshark (doublons). Pour autant, Grooveshark offre davantage de fonctionnalités d'interaction entre les utilisateurs et de médiation. Soundcloud se révèle être une plateforme originale par ses contenus (créations originales de DJ, mashup...) mais sa gestion des droits est mouvante et la version française n'existe pas encore.

Chacun de ces trois sites suggère donc des usages particuliers : Spotify pour la création de playlists, Grooveshark pour le partage de musique et Soundcloud pour la découverte de nouveaux titres et artistes.

Music Me obtient une note moyenne car malgré ses qualités, le site envisage uniquement des interactions *via* d'autres réseaux sociaux (partage sur Facebook).

Enfin, trois plateformes ont été écartées : Myspace à cause de son obsolescence avérée, Deezer pour son incompatibilité avec le réseau Ville de Paris et Mupiz qui ne correspond pas à nos attentes en étant exclusivement un site pour les musiciens.

« Epinglage » et curation	Note sur 30
Pinterest	6
Who art'you	3
Pearltrees	12
Scoop.it	11

La « curation » est le moyen de faire ressortir rapidement des informations, photographies, vidéos, et de les connecter entre elles. De telles plateformes se distinguent des agrégateurs par leur côté plus dynamique, convivial et des possibilités supérieures de partage.

Scoop.it séduit par sa facilité d'utilisation ainsi que par ses fonctionnalités ouvertes vers nombre de réseaux sociaux. Il présente également un grand intérêt en tant qu'outil de veille documentaire. Cependant la réduction du nombre de « topics » en version gratuite pèse sur sa note, tout comme la faible capacité à fournir des données de portée et de consultation.

Pearltrees s'est lui assez amélioré, en modifiant radicalement son apparence. Reste à savoir si le nombre d'utilisateurs et sa popularité augmenteront. Ses fonctions sociales restent également perfectibles. Ses fonctions « suggestion » sont également assez intéressantes. Pinterest est assez paradoxale car certaines de ses fonctionnalités répondent aux besoins d'une bibliothèque et affiche également certains manques.

Scoop.it et Pearltrees apparaissent complémentaires car ils n'ont pas la même logique. Scoop.it est idéal pour gérer un flux grâce au moissonnage, Pearltrees permet de mieux organiser un stock de données.

Littérature	Note sur 30
Babelio	-1
We love words	-13
Sens critique	8
Riffle	-23
Libfly	8

Quatre réseaux sociaux « littéraires » ont été étudiés : Babelio, Sens critique, We love words et Riffle. We love words et Riffle ne semblent pas convenir à l'usage d'une bibliothèque car trop pointus ou trop loin du public français.

Babelio possède un grand fonds de référence en littérature et permet de mettre en ligne des analyses, de commenter des textes de créer des listes de coups de cœur ou de

nouveautés par exemple. Mais attention, une page désertée ou insuffisamment mise à jour donne l'impression d'une bibliothèque moribonde. Même chose pour libfly. Ces deux réseaux offrent beaucoup de sources pour des acquisitions, les gros lecteurs s'y investissent, mais eux-mêmes avouent qu'il est très difficile voire impossible d'organiser la participation des usagers d'une bibliothèque à leur plateforme.

Sens critique est une interface multimédia, plus jeune et plus ergonomique. Bien qu'il possède moins de références littéraires c'est une mine pour les autres supports : films, jeux vidéo. Ce réseau colle également à l'actualité. Il permet aussi de créer des listes et de publier des critiques.

Les agrégateurs	Note sur 30
Diigo	5
Delicio.us	10
Netvibes	8
Hello coton	rejeté
Symbaloo	9
Flipboard	14

Cinq outils composaient cette étude sur les agrégateurs. Diigo et Delicious, sites de sauvegarde et de partage de favoris en ligne à vocation sociale sont relativement connus. Ils comptent beaucoup d'utilisateurs à travers le monde mais n'ont pas retenu notre attention malgré des fonctionnalités intéressantes. Leur utilisation et leur navigation sont peu aisées et nécessitent une bonne prise en main. Nous avons préféré l'année dernière Netvibes et notamment Symbaloo, à l'interface graphique plus colorée et ludique et mêlant fils RSS et sites web. Cette dimension graphique est aujourd'hui particulièrement poussée chez Flipboard. Son utilisation en bibliothèque, couplée à un outil comme Facebook ou Twitter pourrait être intéressante.

Hello Coton, site qui regroupe des articles de blogs pour et par un public féminin, a très vite été écarté.

Les inclassables	Note sur 30
Slideshare	5
Glowbl	12
Foursquare	4
Issuu	7
Paris.onvasortir.com	rejeté

Cette dernière catégorie un peu fourre-tout rassemblait des réseaux aux fonctions très variés, depuis le partage de présentations « powerpoint » comme slideshare à une application de géolocalisation comme Foursquare. Chaque réseau présente ses avantages et inconvénients pour ces usages spécifiques. Foursquare avait particulièrement retenu notre attention dans une optique de fidélisation d'un type de public. Cependant sa popularité en berne et sa monétisation croissante ont montré l'essoufflement de cette plateforme après un départ en fanfare. La scission de la plateforme en deux applications tend également à exclure les services publics qui n'ont pas grand'chose à monétiser ni de promotions à faire.

Issu bien que discrète en France offre des possibilités de publication intéressantes. Glowbl a connu au cours de 2013 un accroissement de sa popularité, rendant cette plateforme de plus en plus intéressante.

### Classement des plateformes par note sur 30

#### TOP 10

Plateforme	Note sur 30
Soundcloud	25
Google +	24
Pheed	21
Vimeo	20
Twitter	18
Grooveshark	17
Dailymotion	16
Spotify	16
Facebook	15
Tumblr	15

Par rapport à la première édition, une petite recomposition a lieu avec notamment la sortie de Vine. Facebook chute lourdement et manque lui aussi de sortir du TOP10 en raison de la baisse du « reach », au profit de Tumblr, *ex aequo*. Scoop.it sort en raison de la réduction importante du nombre de services gratuits.

## 5 plateformes à surveiller

Plateforme	Note sur 30
Pearltrees	12
Glowbl	12
Flipboard	14
Pinterest	6
Flipagram	5

L'accroissement de popularité de Pinterest et un éventuel développement de sa solution technique pourrait en faire une plateforme majeure pour les bibliothèques.

Pearltrees est également à surveiller en prévision d'une amélioration de ses fonctions sociales et en raison de sa personnalisation assez forte.

Flipagram n'est pas à proprement parlé un réseau mais est un très bon complément à Instagram ou Facebook.

Glowbl présente de plus en plus d'intérêt, à voir si cette plateforme poursuivra sur sa lancée en offrant plus de liberté d'utilisation.

## L'engagement sur les pages Facebook Evaluation, analyses et commentaires de quelques comptes d'après un questionnaire<sup>6</sup>

Les premières pages Facebook de bibliothèques ont été créées à la fin des années 2000/début des années 2010 quand le réseau social prit une ampleur planétaire. Si certaines pages cumulent plusieurs années d'activité, un trop faible nombre d'établissements maîtrisent réellement les codes de publication sur les réseaux sociaux. Très peu disposent d'animateur de communautés (ou *community manager*) avec des formations spécifiques ou complémentaires de leurs formations-métiers traditionnelles. Comme il est indiqué dans le premier chapitre de ce livre blanc, la pratique personnelle d'un réseau social est essentielle mais ne donne pas nécessairement les clés pour savoir publier en tant que page professionnelle.

Il existe ainsi différents écueils dans la publication sur les réseaux sociaux et notamment sur Facebook que les bibliothèques n'évitent pas, faute de les connaître et d'organiser une réelle stratégie sociale.

Le questionnaire diffusé en [annexe](#) avait été transmis à une quinzaine de bibliothèques de la Ville de Paris ainsi qu'au service « miss média » des bibliothèques municipales de Metz. Il permet de mettre en lumière quelques bonnes et mauvaises pratiques.

On trouvera après les analyses d'une dizaine de comptes quelques conseils pour améliorer ses publications et mieux s'investir sur Facebook (n'oubliez pas de consulter également le [chapitre 5](#) 😊).

---

<sup>6</sup> Les noms d'établissement surlignés en vert correspondent à ceux ayant répondu à l'enquête de janvier 2014.

Taux d'engagement début  
février 2014

Taux d'engagement mi-mars 2014

Taux d'engagement mi-mai 2014

	Likes, comments, shares	Amis	Taux d'engagement		Likes, comments, shares	Amis	Taux d'engagement		Likes, comments, shares	Amis	Taux d'engagement
Jean-Pierre Melville	104	411	25,30%	BnF - centre national littérature jeunesse	344	1954	17,60%	Les mordus du manga	19	119	16,00%
Les mordus du manga	16	100	16,00%	Parmentier	43	259	16,60%	BnF - Gallica	7171	60626	11,80%
Maurice Genevoix	21	145	14,50%	Aimé Césaire	104	646	16,10%	Hélène Berr	51	440	11,60%
pôles sourds	60	428	14,00%	Maurice Genevoix	24	156	15,40%	Louise Michel	101	964	10,50%
Louise Michel	110	801	13,70%	galerie des bibliothèques	73	624	11,70%	Les pôles sourds des bibliothèques de la Ville de Paris	53	538	9,90%
Vaclav Havel	170	1264	13,40%	Louise Michel	95	866	11,00%	comité SF	29	304	9,50%
Hélène Berr	47	365	12,90%	Les pôles sourds des bibliothèques de la Ville de Paris	47	458	10,30%	Maurice Genevoix	14	164	8,50%
Batignolles	21	258	8,10%	Vaclav Havel	134	1356	9,90%	Vaclav Havel	121	1477	8,20%
Italie	15	205	7,30%	BnF - Gallica	4999	52032	9,60%	Batignolles	23	281	8,20%
comité polars	78	1091	7,10%	Hélène Berr	33	405	8,10%	Parmentier	21	294	7,10%

comité SF	19	267	7,10%	comité SF	22	276	8,00%	Jean-Pierre Melville	39	559	7,00%
Vaugirard	18	273	6,60%	comité polars	91	1201	7,60%	Italie	16	230	7,00%
Aimé Césaire	39	604	6,50%	Marguerite Duras	94	1311	7,20%	BnF - centre national littérature jeunesse	161	2324	6,90%
Jacqueline de Romilly	25	401	6,20%	Jean-Pierre Melville	31	437	7,10%	galerie des bibliothèques	45	742	6,10%
Marguerite Duras	71	1205	5,90%	médiathèque de Suresnes	62	965	6,40%	Bibliothèque de l'Hôtel de Ville	116	2522	4,60%
Couronnes	72	1307	5,50%	Couronnes	82	1363	6,00%	Marguerite Duras	66	1446	4,60%
Hergé	12	225	5,30%	Marguerite Yourcenar	97	1616	6,00%	Miss Media (BM Metz)	292	6612	4,40%
Parmentier	13	244	5,30%	Les mordus du manga	6	107	5,60%	comité polars	61	1405	4,30%
Port'age	34	671	5,10%	Batignolles	14	266	5,30%	Aimé Césaire	27	706	3,80%
Oscar wilde	18	356	5,10%	Jacqueline de Romilly	22	428	5,10%	Vaugirard	11	296	3,70%
Bibliothèque de l'Hôtel de Ville	89	2227	4,00%	Italie	10	217	4,60%	Jacqueline de Romilly	15	456	3,30%
Marguerite Audoux	34	869	3,90%	Rostand	19	509	3,70%	Edmond Rostand	17	525	3,20%
Bibliothèque des Littératures policières	19	652	2,90%	Bibliothèque de l'Hôtel de Ville	68	2305	3,00%	Marguerite Yourcenar	60	1920	3,10%

galerie des bibliothèques	15	548	2,70%	Miss Media (BM Metz)	191	6515	2,90%	médiathèque de Suresnes	30	1022	2,90%
Marguerite Yourcenar	40	1521	2,60%	BnF - page générale	910	31402	2,90%	BnF - page générale	904	35465	2,50%
Edmond Rostand	13	496	2,60%	Hergé	6	236	2,50%	Château d'eau	24	1026	2,30%
Médiathèque Musicale de Paris	43	1717	2,50%	Vaugirard	7	283	2,50%	BnF - arts du spectacle	34	1655	2,10%
Bibliothèque François Truffaut	42	1878	2,20%	Oscar Wilde	9	366	2,50%	Gutenberg	10	496	2,00%
Miss Media (BM Metz)	115	6442	1,80%	Bibliothèque des Littératures policières	16	686	2,30%	BnF - classes	27	1525	1,80%
François Villon	13	1008	1,30%	Médiathèque Musicale de Paris	35	1751	2,00%	François Villon	17	1047	1,60%
Gutenberg	6	474	1,30%	Port'âge	13	677	1,90%	Marguerite Audoux	14	911	1,50%
Paris bibliothèques	47	4743	1,00%	Marguerite Audoux	13	877	1,50%	Bibliothèque des Littératures policières	11	723	1,50%
Château d'eau	9	1010	0,90%	BnF - classes	22	1488	1,50%	Couronnes	22	1456	1,50%
Rencontres photographiques du 10e	11	1691	0,70%	BnF - département des arts du spectacle	20	1600	1,30%	Port'âge	10	686	1,50%
Monte le son	0	475	0,00%	François Villon	11	1022	1,10%	Médiathèque Musicale de	26	1784	1,50%

				Paris			
BnF - bibliothèque numérique des enfants	47	5292	0,90%	BnF - bibliothèque numérique des enfants	63	5404	1,20%
Bibliothèque François Truffaut	14	1943	0,70%	monte le son	5	482	1,00%
Gutenberg	3	487	0,60%	Bibliothèque François Truffaut	18	2024	0,90%
BnF - haut de jardin	7	1234	0,60%	Paris bibliothèques	38	4974	0,80%
Paris bibliothèques	23	4862	0,50%	BnF - haut de jardin	9	1262	0,70%
Rencontres photographiques du 10e	4	1703	0,20%	Hergé	2	300	0,70%
Château d'eau	2	1018	0,20%	Oscar Wilde	2	382	0,50%
Monte le son	0	475	0,00%	Rencontres photographiques du 10e	6	1730	0,30%
Mac Donald's France	6453	1229869	0,50%	Mac Donald's France	9930	1239063	0,80%
H et M	190050	1801554	1,10%	H et M	193851	18656628	1,00%

## 1. les « amis » ne sont plus une donnée d'activité pertinente, l'engagement est parfois à relativiser

Si l'on garde une connaissance en surface de Facebook, on peut avoir l'impression qu'avoir été « liké » par plusieurs centaines d'« amis » est plutôt un succès. Si cette donnée reste importante, elle ne doit plus être considérée comme pertinente pour mesurer la réussite réelle d'un compte Facebook.

En effet, Facebook applique un algorithme aux publications, un programme mathématique généré automatiquement par ses serveurs appelé le « edge rank ». Ce qui est publié par une page n'est pas transmis au fil d'actualité de tous ses « amis » mais seulement à une faible proportion d'entre eux. Ce taux de transmission (le « reach ») est différent selon le type de publications (textes, liens, photos, vidéos...) ou l'importance du nombre d'amis. Le « reach natif », c'est-à-dire le taux de transmission des pages comptant plusieurs dizaines de milliers d'amis est ainsi trois fois plus faible que celui de plus petites pages.

Il y a plusieurs raisons à l'application de cet algorithme. Officiellement pour Facebook, il s'agit de ne pas noyer les fils d'actualité des inscrits sous le flot d'information des pages professionnelles et de privilégier les contenus de qualité. L'autre raison est économique. Introduit en bourse depuis 2012, Facebook doit générer de plus en plus de ressources. Il ne peut plus se contenter de monétiser les informations de connexions de ses inscrits à des annonceurs. Aussi, pour obtenir un taux de publication supérieur à leur « reach natif », les pages sont-elles vivement incitées à payer pour obtenir un taux de publication allant jusqu'à 100% pour réaliser des campagnes de communication sur la plateforme à destination de leurs « amis ».

Concrètement une page avec 1000 amis ne verra sa publication transmise qu'à quelques dizaines d'entre eux. Pour peu que celle-ci ne soit pas publiée à un moment où ils consultent leur fil d'actualité ou ne les intéresse pas, très peu de personnes manifesteront leur intérêt par un « j'aime », un partage ou un commentaire.

Ces actions sont rassemblées sous le terme d'« engagement ». Si celui-ci est faible, on se retrouve avec des pages ayant beaucoup d'amis mais peu voire pas du tout d'activité, comme une collection de livres qui ne rencontrerait pas son public. Il apparaît donc nécessaire d'évaluer correctement l'engagement des « amis » d'une page pour s'assurer de la pertinence des publications de la bibliothèque.

Toutefois, des études récentes semblent montrer que 10% seulement des utilisateurs des réseaux sociaux marquent leur engagement. Les autres seraient des spectateurs. Cette statistique relativise l'importance à donner aux « j'aime » et aux partages. Néanmoins une comparaison statistique et des pratiques entre bibliothèques doit permettre d'améliorer la publication sur Facebook des établissements ayant les ratios les plus faibles.

## 2. comment mesurer l'engagement ?

Une partie des professionnels de la communication considèrent que l'engagement sur une page Facebook peut être mesuré par la formule suivante :

$$(\text{« likes »} + \text{commentaires} + \text{partages}) / \text{nombre d'amis}$$

On peut également rapporter cette formule à une période donnée ou à la moyenne du nombre de publications sur une semaine ou un mois.

Cette mesure est nécessaire au même titre que l'on doit évaluer le taux de rotation d'une collection de documents pour savoir si on les conserve ou si on les désherbe. En tenant compte de ces éléments, on peut s'interroger sur la pertinence et la manière de publier de bibliothèques comptant des taux d'engagement assez faibles.

Le tableau ci-dessus rapporte les taux d'engagement d'une quarantaine de pages de bibliothèques. J'y ai ajouté deux pages de multinationales pour montrer par l'absurde qu'un nombre extrêmement important d'« amis » n'est pas forcément signe d'une activité riche sur les réseaux sociaux et de publications qui intéressent les fans.

Il convient également d'aller observer finement qui poste un « j'aime », partage ou commente. Si beaucoup de collègues bibliothécaires interagissent avec vos publications cela peut poser problème. En effet, l'algorithme pourra orienter prioritairement les publications vers les fils d'actualité d'autres bibliothécaires, créant ainsi des interactions professionnelles certes sympathiques mais en vase-clos. De même, avoir une base de fans faible et quelques interactions de bibliothécaires peut déformer la réalité quant au succès rencontré par une page.

La moyenne des taux d'engagement des 43 pages de bibliothèques était de 5.35 % mi-mars 2014 puis de 4.7% mi-mai. On peut légitimement penser qu'un établissement sous ces moyennes n'utilise pas les bonnes techniques de communication et doit réfléchir à comment améliorer sa politique. Faut-il en effet passer du temps à élaborer et concevoir des publications qui ne vont pas rencontrer leur public sur Facebook ? Est-on en capacité de revoir sa manière d'écrire, de s'investir, la nature de ses productions ? Ne faudrait-il pas trouver une plateforme plus adaptée à ce que l'on veut publier ou aux publics avec lesquels on souhaite interagir ? Ne faudrait-il reconnaître que l'on n'est pas en réussite et stopper cette activité pour se recentrer vers une médiation plus classique qui touche les publics fréquentants ?

Dans tous les cas, il n'y a rien de définitif ni de réhibitoire. De mauvais résultats sont améliorables en réfléchissant à la manière que l'on a de publier, en se formant, en définissant mieux sa stratégie sociale et éditoriale et en capitalisant sur ce qui a pu fonctionner auparavant. Les pages ci-dessous ont ainsi été analysées pour en faire ressortir les réussites et les points à faire progresser. Quelques conseils doivent permettre aux bibliothèques qui souhaitent s'investir sur Facebook d'améliorer leur pratique pour parvenir à intéresser leurs fans à leurs publications et à leur établissement.

## Analyses pages par pages

(les réponses au questionnaire de pratiques sont disponibles en [annexe](#))

### Bibliothèque Aimé Césaire

La bibliothèque Aimé Césaire, implantée dans le 14<sup>ème</sup> arrondissement de Paris, présente un taux d'engagement assez volatil, passant de 6.5% à 16% puis retombant à 3.8%. Sa base de fans est bonne (700 amis) et correspond à la taille et à la fréquentation de la bibliothèque. La publication sur Facebook semble bien comprise et partagée par une bonne partie de l'équipe. On constate ainsi une forte ouverture des publications sur le quartier, des recommandations, un ton adéquat aux réseaux sociaux et des photos. Néanmoins le fort engagement de la période de mars s'est restreint. Il peut s'expliquer par une baisse du nombre de photos postées sur la page et une actualité culturelle moins forte. Sur les dernières semaines, Facebook est trop utilisé comme un répertoire d'albums ce qui noie l'importance des publications de photos. Il aurait mieux valu diminuer leur nombre et lisser la diffusion de celles-ci dans le temps pour conserver l'attractivité de la page, malgré l'actualité redevenue plus quotidienne après la rénovation de la bibliothèque. Le ton approprié des publications pendant les travaux, l'utilisation de la peluche grenouille sont sans doute à reprendre pour retrouver de meilleures statistiques.

### Bibliothèque Batignolles

Cet établissement est implanté dans la mairie du 17<sup>ème</sup> arrondissement. Son taux d'engagement semble plutôt bon et s'évalue entre 6% et 8%. Néanmoins la base des fans est relativement faible comparée à un établissement à la fréquentation proche comme Aimé Césaire. L'organisation interne est intéressante car elle montre une prise de conscience collective de la nécessité de poster régulièrement sur Facebook. Les thématiques retenues, si elles sont intéressantes, ne sont pas forcément bien mises en avant. Les publications d'une thématique mériteraient d'être clairement signalées, pour ne pas laisser le lecteur le deviner par lui-même. Le ton utilisé est parfois un peu trop plat et ne manifeste pas d'empathie avec le public, donnant une impression de communication assez classique et descendante. Beaucoup d'interactions proviennent de bibliothèques ou de bibliothécaires ce qui relativise la portée des publications.

### Bibliothèque du cinéma François Truffaut

Cette bibliothèque spécialisée de la Ville de Paris est située dans le forum des Halles, entre le forum des images et l'UGC Ciné Cité. La base de fans est très importante et compte plus de 2000 « amis ». Elle est le résultat d'une bonne politique de publication, mûrement réfléchi entre fin 2012 et fin 2013. Elle se caractérisait par des devinettes sur les films projetés à la bibliothèque, des photos et des vidéos destinées à faire découvrir l'envers de l'établissement et rencontra largement son public. Toutefois, l'intérêt pour la page s'est tassé à partir de fin 2013 en raison de publications moins abouties et d'un éloignement des valeurs positives de la première année d'activité. L'engagement est ainsi faible sur la période étudiée (entre 0.7% et 2.2%). L'organisation des publications repose en effet sur un petit nombre de bibliothécaires au sein de l'équipe et ce mode de fonctionnement semble avoir atteint ses limites pour les personnes qui animent la page.

L'établissement publie ainsi trop rarement, avec peu de photos. Le ton est également trop neutre. Une proportion importante des publications actuelles sont des informations émanant de l'extérieur de sources connues, ne donnant pas la sensation d'une réelle plus-value au fan. Les intentions et l'envie d'entrer en interaction avec le public via Facebook sont cependant toujours là. Il faudrait dès lors peut-être reprendre plus le temps de réfléchir à la conception des posts, au développement de l'organisation interne et sans doute moins publier pour publier mieux.

#### [Médiathèque Edmond Rostand](#)

Rénovée en 2011, c'est la bibliothèque la plus grande du nord-ouest de Paris. Active depuis un an et demi sur Facebook, la base de fans est faible en regard de la taille et de la fréquentation de l'établissement (500 contre 700 pour Aimé Césaire qui est pourtant 3 fois plus petite). L'engagement est relativement bas, entre 2.6% et 3.7%. Cette faiblesse peut s'expliquer par un manque d'usage personnel des réseaux sociaux, reconnu par l'équipe, et peut-être par un trop grand recours à l'automatisation des publications. Ainsi la photographie annonçant l'arrivée des liseuses déclencha seulement 5 interactions (dont 3 de bibliothèques...) car elle fut postée automatiquement à 2h du matin. La même à Aimé Césaire, postée en matinée en généra 17 ! Plusieurs publications montrant une implication de l'équipe (coups de cœur etc) au ton engageant sont cependant intéressantes. L'équipe gagnerait à capitaliser dessus pour perfectionner sa politique éditoriale. Les photos sont malheureusement quasiment absentes.

#### [Bibliothèque Hergé](#)

Cet établissement de quartier du 19<sup>ème</sup> arrondissement compte une section jeunesse et une discothèque. Elle a dû abandonner la publication sur sa page entre mi-mars et fin mai en raison de la vacance de la personne en charge de la page. La base de fans qui était assez restreinte pour la fréquentation de l'établissement (225 amis) s'est fortement accrue récemment (près de 500). Elle se rapproche ainsi de standards comme Aimé Césaire. L'engagement est également largement reparti à la hausse grâce aux vidéos des travaux de réaménagement de l'établissement. En s'inspirant de ce que la bibliothèque Aimé Césaire avait réalisé pendant sa fermeture et en poursuivant sur cette lancée, la bibliothèque peut donner un second souffle à sa page. Il reste à accroître le nombre de personnes qui proposent des publications au sein de l'équipe pour éviter que le creux du premier semestre 2014 ne se reproduise.

#### [Médiathèque Jean-Pierre Melville](#)

Située au métro Olympiades dans le 13<sup>ème</sup> arrondissement, la médiathèque Jean-Pierre Melville est l'une des plus importantes du réseau parisien. Elle a su créer au début de l'année un engouement important pour ses publications. Celui-ci néanmoins s'est contracté par la suite, tout en restant toujours supérieur à la moyenne. La base de fans peut apparaître faible pour un établissement de cette taille (570 alors qu'on pourrait en attendre plus du double) mais est la conséquence d'une activité sur Facebook entamée seulement en septembre 2013. La réussite du début d'année était due au grand nombre de photos portant sur le nouvel an asiatique, le quartier, et une vision décalée de l'équipe et de la bibliothèque (notamment les photos des chats des bibliothécaires !). Cette réussite et cette excellente compréhension de la publication sur Facebook a cependant laissé place

à des productions un peu plus traditionnelles et irrégulières qui ont moins rencontré leur public. Pour autant, atteindre ce volume de fans et ce niveau d'engagement en si peu de temps est très positif. Si la conception des posts repose sur plusieurs personnes, toutes les sections ne s'impliquent pas de manière égale, ce qui peut fragiliser à terme la diversité des publications.

### [Bibliothèque Louise Michel](#)

Grand prix Livre Hebdo des bibliothèques 2011, cet établissement du 20<sup>ème</sup> arrondissement est solidement ancré dans son quartier. Grâce à un ton humoristique, voire parfois un peu « fofou », elle sait rassembler sur sa page un nombre important de fans (près de 1000). Elle publie des photos en quantité raisonnable (6 ou 7 par événements, pas plus), des vidéos et réalise des devinettes pour capter l'attention de ses « amis ». Les publications de la bibliothèque sont parfois jugées avec circonspection par certains professionnels, mais cela marche, contrairement à d'autres pages plus traditionnelles qui ne rencontrent pas leur public. Tout cela contribue à enrichir l'image de l'établissement auprès de ses publics et vient valoriser leur politique d'accueil et d'inclusion des personnes.

### [Port'âge](#) et [les Mordus du manga](#)

Port'âge est le service des bibliothèques de la Ville de Paris de portage de livres à domicile auprès des personnes âgées et handicapées. Il est assuré par des volontaires du service civique. Les Mordus du manga est une action du réseau à destination des enfants, des pré-ados et des ados pour leur faire sélectionner leurs mangas préférés chaque année. Ces deux pages sont administrées par une même personne dans un service central des bibliothèques.

Il est très intéressant de faire vivre une opération cyclique comme un festival par une page Facebook à condition de faire connaître celle-ci et de publier régulièrement. Si l'organisation semble bien cadrée sur le papier, la « fan-base » d'une centaine de personnes est plutôt réduite pour un domaine populaire comme le manga. En effet, la page est tributaire de la bonne volonté des bibliothécaires de quartier à en faire la promotion par leurs propres pages et newsletters. Cela ne semble pas forcément réalisé. Le calendrier des productions répond tout à fait à ce qui est attendu sur Facebook. Elles gagneraient cependant à être mieux signalées, c'est-à-dire mentionner réellement « l'image du jeudi », « la sortie du week-end ». On laisse un peu trop le public l'imaginer pour le moment. Enfin, une grande partie des interactions proviennent de bibliothécaires, ce qui n'est pas bon signe. Néanmoins, il faut peut-être en passer par cette phase de conviction psychologique des agents pour que ceux-ci finissent par faire connaître la page auprès de leurs publics, et que celle-ci diversifie ses fans.

La page consacrée au Port'âge constitue une source très intéressante d'informations sur le handicap et les personnes âgées. Elle accueille également les témoignages des volontaires du service civique. Si les publications sont homogènes et de qualité, elles peinent à rencontrer leur public, malgré une base d'amis relativement importante. La page fonctionne en effet plutôt comme un agrégateur de liens, ce que n'est pas Facebook. Il faudrait dès lors plutôt changer de plateforme pour mettre en phase structure et publications.

## [Bibliothèque Vaclav Havel](#)

Ouverte en 2013 dans l'ancienne Halle Pajol, c'est un établissement de quartier avec une spécialité forte autour du jeu vidéo. Cette page est une réussite : « fan-base » importante (1500 amis), beaucoup d'interactions et un contenu de qualité. Elle a su créer ce succès avant même l'ouverture en diffusant des publications liées à ses actions lors de fêtes de quartier et à valoriser ses spécialités. Elle sait très bien utiliser l'architecture de Facebook en postant avec humour des photos d'animations, du quartier, de ce que font les usagers dans la bibliothèque, des conseils de lecture... La régularité des publications est due à l'implication d'une grande partie de l'équipe dans ce projet. La bibliothèque dispose également d'un fil Twitter générique et de deux comptes Facebook. L'un est animé par son pôle « jeu vidéo », ce qui lui permet d'entrer plus facilement en contact avec les joueurs et les acteurs de ce domaine culturel. Le profil générique Facebook bibhavel permet lui d'entrer en interaction avec des associations qui ont des profils mais pas des pages. Ils servent également de relais à la page. Les interactions sur Facebook entre la page et le compte « jeux vidéo » illustrent également une bonne ambiance d'équipe. L'équipe pointe cependant un désappointement de certains agents entre la différence d'engagement portant sur des photos comme [celle-ci](#) et le faible nombre de commentaires sur le blog du club des lecteurs. Il faut rappeler que chaque plateforme a ses spécificités, ses objectifs, ses moyens, qu'un blog n'est pas un réseau social. Toutefois il existe une valorisation et des synergies possibles entre ces outils.

Mention spéciale : [la médiathèque de Suresnes](#)

J'ai ajouté une analyse sur la médiathèque de Suresnes. Cette page est assez paradoxale. Ses publications sont très bien imaginées pour intriguer, faire rire ses fans et illustrer de manière sympathique le fonctionnement de la bibliothèque. Chacune peut recevoir plusieurs dizaines d'interactions notamment [celle-ci](#). Elle publie également quasi-exclusivement des photos, montrant qu'elle connaît parfaitement le fonctionnement du réseau. Toutefois, ses publications sont assez irrégulières : tous les 4 jours voire plus. Cela crée des statistiques que l'on pourrait trouver décevantes. Néanmoins la page de la bibliothèque continue à avoir du succès à chaque publication. Finalement, plutôt que de poster du contenu moyen régulièrement, il faudrait se poser la question de peut-être poster moins mais du contenu de qualité. Celui-ci répondra à ce que souhaitent trouver les fans d'une page de bibliothèque ou permettra de les surprendre.

Publier sur les réseaux sociaux doit servir à créer avec les fans une communauté d'intérêts.

Cela passe par un état d'esprit qui génère de la reconnaissance et de la plus-value pour les publics et se décline ainsi :

- avoir envie d'apporter la valeur des professionnels aux fans ; montrer que l'on a une compétence et dispenser des conseils de lecture, d'écoute brefs et avec une réelle plus-value des bibliothécaires et un engagement commenté de votre part ; ceux-ci doivent cependant rester courts et ne pas devenir des recensions journalistiques
- chercher à partager et à interagir avec les publications des fans et des pages proches

- commenter, valoriser, montrer que l'on entre en interaction avec d'autres publications ; publier notamment des photos illustrant la connexion de l'établissement à son quartier, qu'elles soient anciennes ou contemporaines
- valoriser les dimensions humaines de notre travail et de notre accueil des publics ; valoriser ce que font les bibliothécaires, comment ils s'impliquent dans leurs missions, quel est leur travail ; comment les usagers s'emparent du lieu qu'ils fréquentent, que produisent-ils en commun avec les professionnels
- éviter à tout prix de ne parler que de soit et de ce que l'on fait

Il convient d'enrichir ces intentions par l'intégration aux processus de publication d'un certain nombre de techniques :

- soutenir chaque publication par un visuel aussi souvent que possible ; ne faites pas des albums trop chargés (Facebook n'est pas Flickr) ;
- faire preuve d'humour ; les personnes viennent chercher du « fun » sur Facebook : illustrations décalées de la vie de la bibliothèque, des bibliothécaires, de ce que font les usagers...
- manifester de l'empathie avec les fans
- chercher la stimulation intellectuelle : concours, devinettes... à intervalles réguliers et marqués dans le temps par des rendez-vous récurrents que vous aurez créés
- connaître les moments privilégiés de publication sur Facebook (lundis, mercredis, jeudis et vendredis de 14h à 16h mais cela peut être différent selon les communautés de fans)

Il ressort de ces comparaisons que tout n'est pas publiable à n'importe quel moment et que la gestion d'une page ne doit pas être annexe ou rester entre les mains de quelques-uns. Ce doit être un projet d'équipe, partagé par une grande partie des agents. Ceux-ci pourront ainsi publier régulièrement selon la ligne éditoriale fixée avec le chef d'établissement et enrichir la construction de l'identité de la bibliothèque.

S'il est envisageable de mettre l'accent sur ses spécialités, ce n'est pas forcément une obligation pour réussir sa stratégie de publication sur les réseaux sociaux. Au contraire, un morcellement des comptes et des pages peut nuire à l'identité de l'établissement en donnant une impression de fonctionnement à plusieurs vitesses.

On trouvera d'autres conseils plus généraux sur la manière de publier sur Facebook ici <http://www.pearltrees.com/rgaillard/facebook/id11760251> et également là <http://www.pearltrees.com/rgaillard/technique-generale/id11775404>

04/07/2014

Romain Gaillard, conservateur de la préfiguration de la bibliothèque Canopée

## 100 comptes pour démarrer une veille professionnelle sur les bibliothèques via Twitter

Twitter, couplé à des applications comme pocket ou d'autres plateformes comme scoop.it, est un outil essentiel de veille professionnelle. J'ai dressé cette liste de 100 comptes qui commentent et transmettent l'actualité des bibliothèques pour débiter sa veille. Ils illustrent également parfois comment se servir de Twitter pour entrer en interaction avec les publics d'un établissement. J'ai laissé de côté certains comptes très techniques pour les non-initiés et les comptes de bibliothécaires qui ne parlent pas de bibliothèques (puisqu'on parle de veille professionnelle !). Cette liste n'est pas exhaustive, elle constitue une base pour débiter.

Ces comptes ne parlent pas que de bibliothèques... et peuvent dériver parfois sur des sujets plus personnels ou spécifiques. Si vous voulez vraiment vous lancer, n'hésitez pas à dialoguer avec ces personnes, réagir, commenter et pas seulement retweeter ! et peut-être entrerez-vous dans cette liste... ;-)

@27point7	Élève-conservateur des bibles
@abf_info	Association des bibliothécaires français
@acim_asso	Association des discothécaires de France
@Actualitte	Journal numérique sur le livre et l'édition
@affordanceinfo	Sciences de l'information et numérique
@agaudion	Bibliothécaire à Villepinte
@amarois	Dans une BU de Lyon
@ames_cal	ABES
@aporchet	Bib de Languidic
@ArchimagRedac	Revue pro sur les archives, les bibles, le numérique...
@Auregann	Numérique en bib
@BBFenssib	Ze Bulletin des bibliothèques de France
@bellskinner	Travaille à Metz
@bernardmnich	ABF, bib cité de l'architecture et du patrimoine
@bibalabib	Présidente de l'ACIM
@bibolabo	Blog collaboratif sur les bibliothèques
@bibcouronnes	Bibliothèque Couronnes, Ville de Paris
@bibhavel	Bibliothèque V. Havel, Ville de Paris
@biblilab	Responsable adjoint des bibles de Rennes
@Biblio_box	Le fil des ressources pour les bibliobox, librarybox...
@bibliofrance	Site coopératif
@BiblioMab	Sur le livre ancien
@bibliomancienne	La référence de la veille pro en provenance du Québec
@bibliopediafr	Ressources collaboratives pour les bibliothèques
@BiblioRemix	Projet de « remixage » de bibliothèques à Rennes
@bibliotrotter	Veille professionnelle bibliothéconomique belge
@bibMarguerite	Bibliothèque Marguerite Durand, Paris
@Bibolabo	Veille professionnelle
@BibSTAPS	Bibliothécaire en BU de STAPS à Caen

@BlotJulienneG	SCD Caen
@broilerenator	Bib. Louise Michel, Paris
@Bulle_Tine	Bib de Poissy
@c_porchet	Bibliothécaire dans le Morbihan
@calimaq	Droit et sciences de l'information
@capucineLx	Adjointe de l'auteur
@carenes	Élève-conservateur des bibs
@cec_touit	Études sur les publics des bibliothèques
@collend	Resp SCD
@claudedechauny	Bibliothécaire TIC à bib F. Sagan, Paris
@cpinte	Bibliothécaire en BU
@CyrZbib	Bibliothécaire à Aulnay
@dbourrion	BU Angers
@delphinebooks	Bib V. Havel, Paris
@Desert_de_sel	Usager des bibs et droit d'auteur
@discolab	Bibliothécaire musical
@dmkwhatelse	Community manager stagiaire à la BU d'Angers
@dlahary	Dominique Lahary
@domchalono	Bib. Université de Liège
@e_giarany	Bib de Rosny-sous-bois
@enssib	Ecole nationale des bibliothèques
@Fakelibstats	Pour rire !
@fourmeux	Bibliothécaire à Aulnay ; numérique, savoirs communs
@handmadelibrary	Auteur de Bibliocraft (Brooklyn, USA)
@hortensius	Bibliothécaire au Muséum d'histoire naturelle
@lartlibraries	La bibliothèque comme incubateur (en anglais)
@jaimesbond007	Bibliothécaire à Strasbourg
@JMSalaun1	chercheur
@jsicot	Bibliothécaire à Rennes
@julanimtic	Bib de Choisy-le-Roi
@kichoton	Bibliothécaire à Paris
@kler_h	Livre ancien en Lorraine
@lebartok	Bibliothécaire à Saint-Nazaire
@legotheque	Groupe ABF sur les questions de genre et les discriminations
@livreshebdo	Journal sur le livre et l'édition
@Lucmaumet	Médiathèque Valentin Haüy
@lully1804	Bibliothécaire à Nice
@magalilegall	DBIST université de Versailles
@marcmaisonneuve	Consultant sur les bibliothèques
@Marie_Idille	BU de Poitiers
@mbattisti64	Droit et sciences de l'information
@mediaenlab	Multimédia en bib, Bordeaux
@mediamus	Médiation musicale
@memoiresilence	Bibliothécaire à Strasbourg
@mercurekotkot	Bibliothécaire à Toulouse
@missmedia57	Bibs de Metz
@N_Eska	Jeux vidéo à Cergy

@nblondeau	Bibliothécaire à Dole
@NeueB	Responsable services innovants des bibs de Paris
@nico_asli	Bibliothécaire à la Réunion
@Nono_Conno	Paris
@oroumieux	Bib de la Cité des sciences
@papa75011	L'auteur ;-)
@paulinebib11	Veille pro issue d'un scoop.it
@PBRonde	Petite bibliothèque ronde de Clamart
@poivertGBF	Bib de Belfort
@RemiMathis	BnF estampes et président wikimedia France
@repeatagain	Bib de Toulouse
@risu	Référent TIC dans une BDP
@Romain_V	CNRS
@ruralsmart	Chargé de projet développement numérique, Puy-de-Dôme
@silvae	Médiation numérique et savoirs communs ; BPI
@smbbib	Bibliothécaire à Poitiers
@SophieAgie	Bibliothécaire à Cergy
@tbokh	Bibliothécaire à Lyon
@thierryclavel	ENSSIB
@tommygunn10	Bib musical à Lyon
@Tredok	Resp du numérique en Dracénie
@uju_	Bibliothécaire spécialisé en TIC
@Vagabondages	Responsable de la formation des bibliothécaires à l'ENSSIB
@VeilleDoc_R2	Veille professionnelle
@VikiG	Bibliothécaire à Montréal
@VvanAtten	Ministère de la culture, publics éloignés du livre
@xavberton	Bibliothécaire à la BM d'Angers
@xgalaup	BDP du Haut-Rhin
@ziklibrenbib	Blog collaboratif pour la musique en libre diffusion

Sans oublier de suivre les comptes Twitter éventuels de votre collectivité, de votre maire et de votre élu à la culture et au patrimoine:)

16/05/2014

Romain Gaillard, conservateur de la préfiguration de la bibliothèque Canopée

## Sources de veille professionnelle sur les réseaux sociaux

Comme pour la veille professionnelle sur les bibliothèques, on tirera grand profit de suivre sur Twitter quelques comptes analysant les tendances liées aux médias sociaux et en relayant les actualités. Des agences de communication ou des « free-lances » utilisent également ce moyen pour se faire connaître et donnent des conseils de base très utiles. Ils vous fournissent ainsi des sources pour animer vous-même votre communauté en se réutilisant leurs analyses ou leurs expériences.

Voici une quarantaine de comptes à suivre pour pouvoir commencer :

@1min30
@Adrien_Rouxel
@affordanceinfo
@AlexiTauzin
@arobasenet
@asselin
@BlogModerateur
@C0cci_Fly
@cdeniaud
@ClementPellerin
@CMMinfr
@CMHallofFame
@cordier01
@dmkwhatelse
@e_influenceur
@Elsie26th
@FredCavazza
@hillairepatrice
@IsabelleMathieu
@JCDichant
@KevinDangu
@jeanlucr
@lejournalducmm
@loeilaucarre
@LpTicArc
@Marie_Veille
@MartinJoffrey
@matthieutv
@MoraneValleau
@MyCalamityMgr
@MyCommunityMgr
@omonteux
@Rboussicaud
@sociallab
@SocialmaniaFR
@Tangjacques
@valerialandivar
@WebmarketingCom
@YouSeeMii

Suite à la veille que je mène sur les réseaux sociaux depuis 2013, j'ai pu agréger différents articles de base sur les publications à réaliser sur les réseaux sociaux. Ils sont rassemblés dans une forme plus conviviale sur [pearltrees, un agrégateur de liens](#).

Celui-ci se déploie en plusieurs parties. Elles décrivent d'abord ce que doit être [l'état d'esprit de l'animation de communauté et quelle est sa technique générale](#). On trouvera entre autres quelques articles explicitant ce que cela implique d'[être animateur de communauté](#) (ou « CM », c'est-à-dire community manager).

Une partie assez importante traite des [techniques à employer par grandes plateformes](#), notamment [Facebook](#), [Twitter](#), [Pinterest](#)... ainsi que des [articles et des tutoriels autour du reporting](#), c'est-à-dire la modélisation de ses statistiques d'engagement, d'interactions, d'activité...

Une partie est consacrée aux [utilisateurs des médias sociaux](#), notamment les [adolescents](#), pour mieux cerner leurs utilisations et leurs pratiques de ces plateformes.

On trouvera de plus [quelques utilisations intéressantes](#), notamment pour les [bibliothèques](#), et enfin quelles sont les [tendances touchant la sphère des réseaux sociaux](#).

01/07/2014

Romain Gaillard, conservateur de la préfiguration de la bibliothèque Canopée



## 1- Le pourquoi

### *Scoop.it : c'est quoi ?*

Scoop.it est une **plateforme en ligne de curation de contenus** proposant à ses utilisateurs de faire leur propre veille sur des sujets ciblés. Celle-ci est présentée sous la forme d'un journal en ligne.

Le principe est simple : c'est comme un tableau en liège sur lequel on épingle différents articles qui répondent à un même sujet pour faire un dossier de presse, sauf que c'est un tableau numérique. Dans le langage Scoop.it, épingle un article = le scoopiter.

### *Pourquoi un Scoop.it à la Canopée ?*

Afin que l'ensemble de l'équipe soit au fait des nouveautés professionnelles et que chacun ait le même niveau d'information, nous avons choisi Scoop.it car c'est un outil de veille pro partagé. Chacun y contribue, ce qui permet à la fois de **mutualiser nos recherches** (c'est-à-dire de ne pas y consacrer du temps chacun de notre côté sans que cela ne profite aux autres) et d'**enrichir nos connaissances sur des sujets variés**, pas uniquement liés à nos domaines de spécialité.

Notre Scoop.it s'appelle *Veille professionnelle bibliothèque Canopée*.

### *Les 5 thématiques de veille*

La version gratuite de Scoop.it permet de créer 5 sujets (=topics dans le langage Scoop.it).

**Mise à jour** : depuis le début de l'année 2014, la version gratuite de scoop.it ne permet plus de créer que 3 topics (pas de chance !)

Voici ceux de la Canopée :

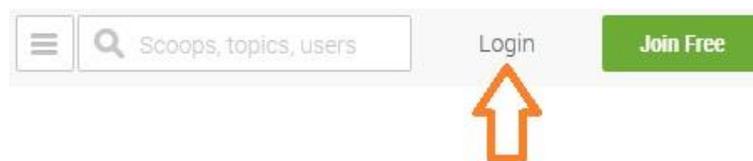
- **Quartier des Halles** : cela concerne toutes les informations sur l'activité du quartier (1<sup>er</sup>, 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup>, 4<sup>ème</sup> arrondissements) quelle soit culturelle, associative, politique, urbaine, commerciale... On y retrouve également les informations sur le chantier de la Canopée.
- **Numérique en bibliothèque** : ce sujet concerne toutes les formes du numérique qui existent en bibliothèque : création d'un service de liseuse/tablette, évolution du livre numérique, ressources numériques, impression 3D, numérisation de collection, les EPN...
- **Action culturelle en bibliothèque** : c'est ici que l'on retrouve toutes les idées et sources d'inspiration d'actions culturelles des plus traditionnelles aux plus originales qui rentrent en cohérence avec le projet culturelle de la Canopée : atelier, lecture, conférence, tutoriels, action pour publics spécifiques...

- **Projets innovants en bibliothèque** : ce sujet traite de tout ce qui se crée dans les bibliothèques de moderne, d'original, d'innovant : ouverture d'une nouvelle médiathèque, réflexion sur les mutations des compétences professionnelles, idées de communication, création de nouveaux services aux publics, valorisation des collections, mobilier...
- **Démarches participatives** : ici, on ne se restreint pas au monde des bibliothèques. Il s'agit de collecter toutes les réflexions et les formes de participatif, de co-création, de collaboratif qui peuvent exister en bibliothèque mais aussi dans le marketing, le design, l'art, la communication, la politique... (campagne de pub, crowdfunding, écriture, FabLab...). En effet, nombreuses de ces méthodes peuvent être mise en œuvre en bibliothèque !

## 2- Le comment

### *Ouvrir le Scoop.it !*

Se rendre à l'adresse <http://www.scoop.it/> puis se connecter

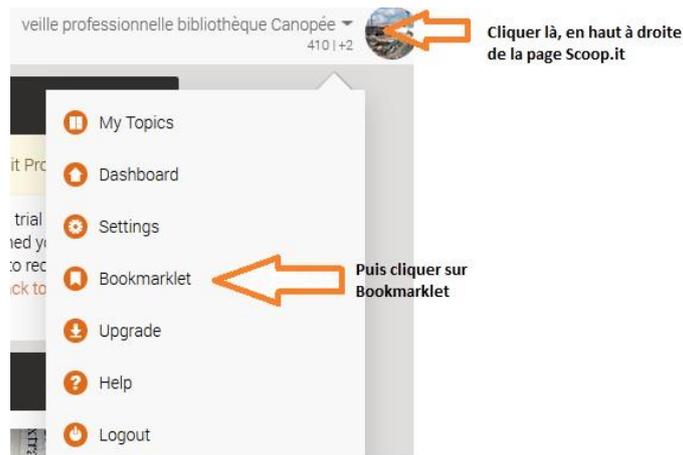


Entrer votre email et un mot de passe (Password) :

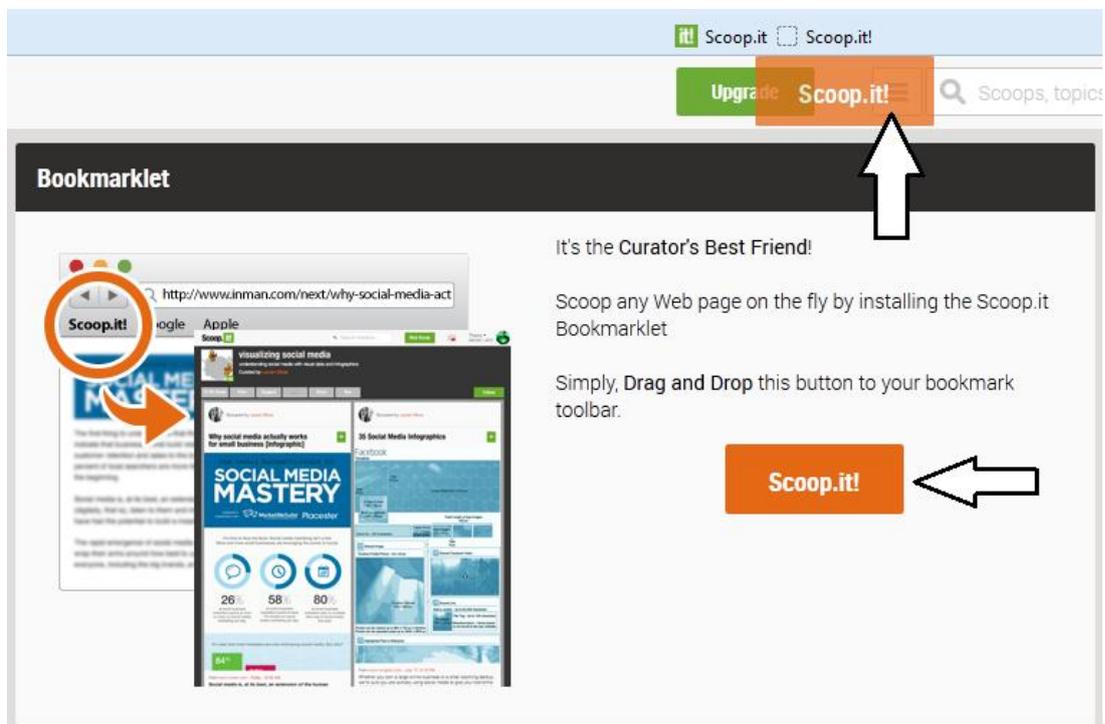
 A screenshot of the login page on Scoop.it. The page has a dark header with the word 'Login'. Below the header are two buttons: 'Login with Facebook' and 'Login with Twitter', with a link for 'more social networks...'. The main form contains an 'Email' field with the text 'romain.gaillard@paris.fr', a 'Password' field with masked characters, and a checked 'Remember me' checkbox. A green 'Log in' button is at the bottom right, with an orange arrow pointing to it. At the bottom of the form, there are links for 'Recover it there' and 'Sign up now!'.

### *Installer le bouton raccourci qui permet de Scoopiter en 2 clics*

À ne faire qu'une seule fois par poste.



Cliquer/déposer le bouton **Scoop.it!** dans votre Barre des favoris



Une fois fait votre bouton apparait comme ça **Scoop.it!** dans votre barre de favoris.

## Regarder les topics pour lire les articles

veille professionnelle bibliothèque Canopée 410 | +2

**Cliquer ici, en haut à droite de la page Scoop.it**

**SOIT cliquer sur My topics pour accéder à la page de tous les sujets**

**SOIT cliquer directement sur le topic qui vous intéresse**

My Topics

Dashboard

Settings

Bookmarklet

Upgrade

Help

Logout

**My Curated Topics**

- Action culturelle
- Démarches participatives
- Numérique en bibliothèque
- Projets innovants en bibliothèque
- Quartier des Halles

Feedback

veille professionnelle bibli... 410 +2

Créer un Topic

Projets innovants en bibliothèque

Action culturelle

Démarches participatives

Numérique en bibliothèque

Créer des serious games pour valoriser votre équipement

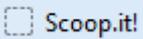
NetPub ic & ateliers numériques innovants et créatifs en espace public numérique

Collection Les auteurs classiques dans la bibliothèque numérique Les Classiques des sciences sociales

## Scoopiter un article dans un topic

Il y a trois façons de scoopiter un article : chacune permet de trouver des sources différentes.

### - Number 1 : scoopiter depuis sa navigation web

Lorsqu'on navigue sur le net et que l'on trouve un article intéressant, il suffit (quand on est sur la page de l'article) de cliquer sur le bouton  dans la barre des favoris.



The screenshot shows the Scoop.it interface. At the top, there's a dropdown menu labeled "Add this scoop to:" with "Numérique en bibliothèque" selected. Below it is a warning message: "Warning: You have already scooped this URL here". The main content area shows a preview of an article titled "Créer des serious games pour valoriser votre équipement" with a thumbnail image of a tablet displaying "BIBLI MEMORY!". The article is attributed to "www.mediaenlab.com" and has a summary: "Médiations numériques en médiathèque". Below the preview is a text input field labeled "add your insight...". At the bottom, there are social sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and an "Add more" button.

Annotations with arrows pointing to the interface:

- Choir le topic de destination (pointing to the dropdown menu)
- Possibilité de changer le titre de l'article (pointing to the article title)
- Possibilité de changer le résumé de l'article (pointing to the article summary)

Une fenêtre s'ouvre



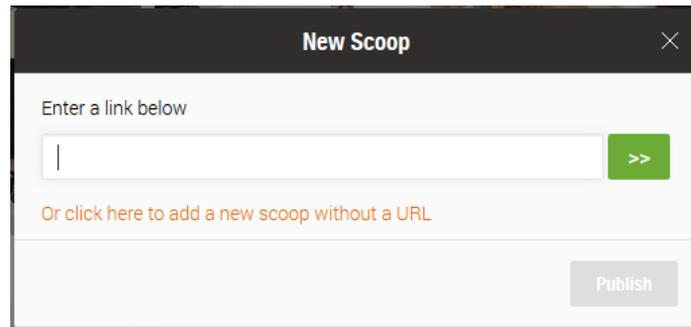
The screenshot shows the "Advanced Options" dialog box. It includes a "Scheduling" section with a date picker, a "Tag.it!" section with a text input for tags (example: "jeux vidéo"), and a "Publish" button. Annotations with arrows point to the "Tag.it!" input and the "Publish" button.

Annotations with arrows pointing to the interface:

- Choir des mots clés pour indexer l'article (pointing to the Tag.it! input)
- Publier l'article dans le Scoopit Canopée (pointing to the Publish button)

Une fois Scoopité, l'article apparaît dans le topic de destination.

**Number 1 variante** : on peut copier l'adresse de l'article puis aller dans Scoop.it, cliquer sur  et coller l'URL de l'article dans la fenêtre qui s'ouvre.



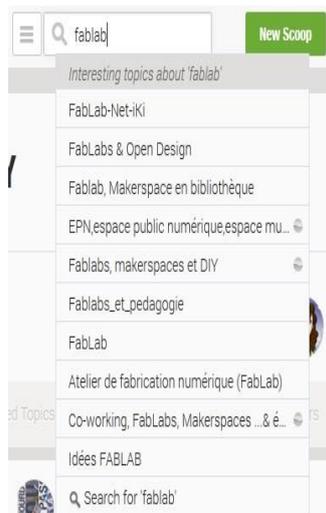
Ensuite, la procédure est la même.

- **Number 2 : rescooper un article**

Lorsqu'on arrive sur la page d'accueil du Scoop.it *Veille professionnelle bibliothèque Canopée*, on y trouve des articles qui ne sont pas ceux scoopités par l'équipe de la Canopée mais qui sont en fait des articles scoopités par des gens auxquels nous sommes abonnés (=on les *follow*). On peut donc rescooper ces articles.

La procédure est ensuite la même que pour la Number 1.

On peut aussi accéder aux articles scoopités par des personnes auxquelles la Canopée n'est pas abonnée. Pour cela, il suffit de faire une recherche dans Scoop.it dans la barre en haut.

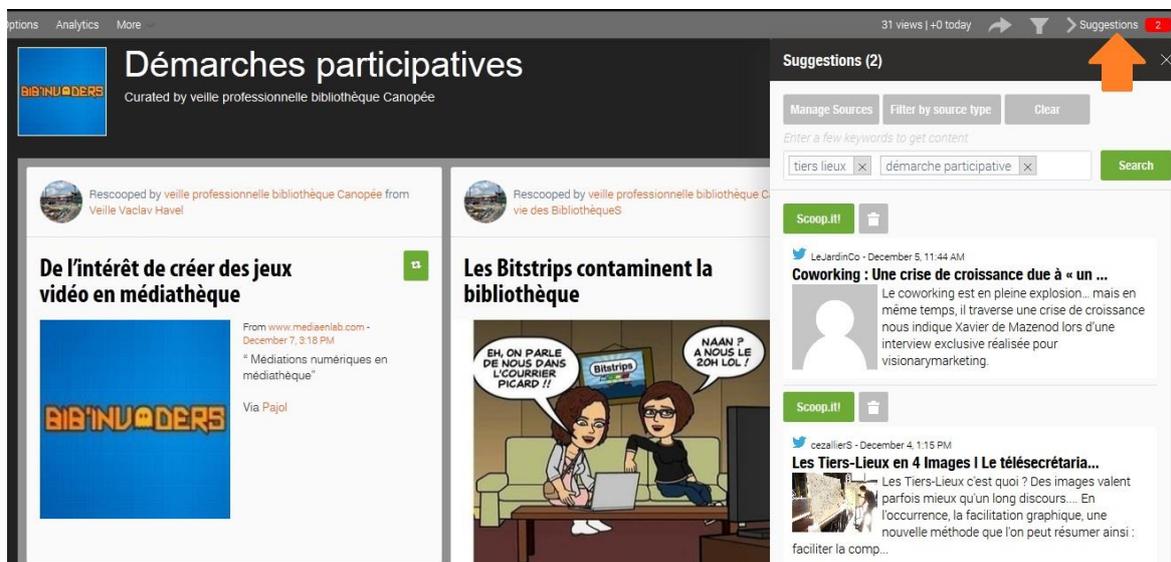


La procédure est ensuite la même que pour la Number 1.

- **Number 3 : scoopiter des articles du web trouvés par Scoop.it**

Scoop.it moissonne les moteurs de recherche pour trouver des articles qui répondent aux mots clés inscrits dans la description de nos topics. C'est pourquoi Scoop.it peut nous proposer des articles publiés sur un blog, un journal ou les réseaux sociaux.

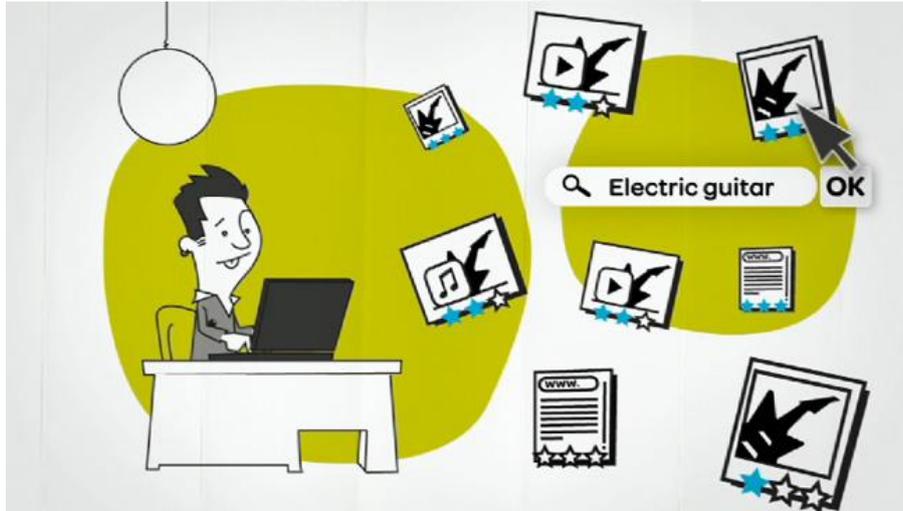
Pour découvrir ces articles, il faut aller sur un des 5 topics puis cliquer sur « suggestions » en haut à droite. Les articles tirés du web s'affichent dans une fenêtre.



On peut scoopiter les articles directement depuis cette fenêtre ou utiliser la procédure Number 1.

**Bravo, vous êtes maintenant un vrai scoopiteur !**

Il est conseillé de se rendre au moins une fois par semaine sur le Scoop.it et de se prévoir une ou deux heures hebdomadaires consacrées à sa veille professionnelle.



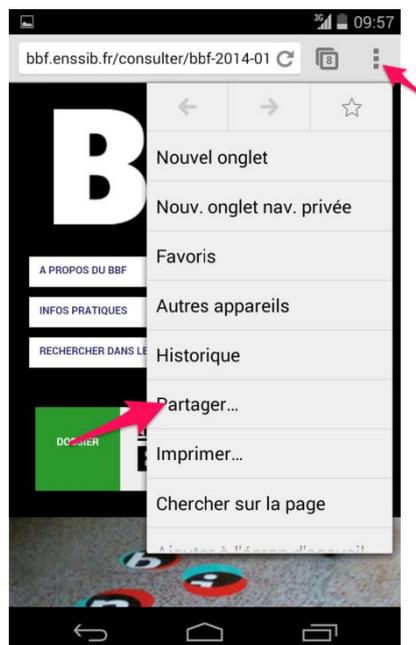
## Curation de contenus et veille professionnelle Tutoriel pour utiliser Pocket

Pocket est une application très pratique de stockage de pages web. Elle est téléchargeable sur smartphones, tablettes et utilisable depuis un ordinateur fixe. Avec un seul identifiant, vous sauvegardez des articles et continuez à y avoir accès quelles que soient votre localisation et votre support. Vous pourrez dès lors vous en servir plus tard pour les relire, les tweeter, les envoyer par mail etc

Lorsque vous repérez un article intéressant sur Twitter, commencez par l'afficher dans votre navigateur (l'exemple ici est sur smartphone Android) :

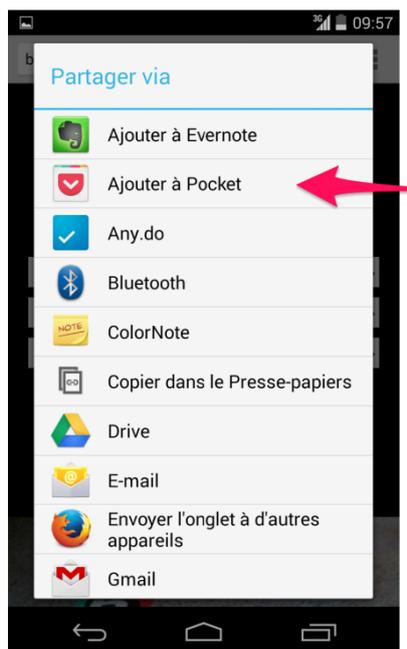


Puis utilisez les options et la fonction « Partager » :

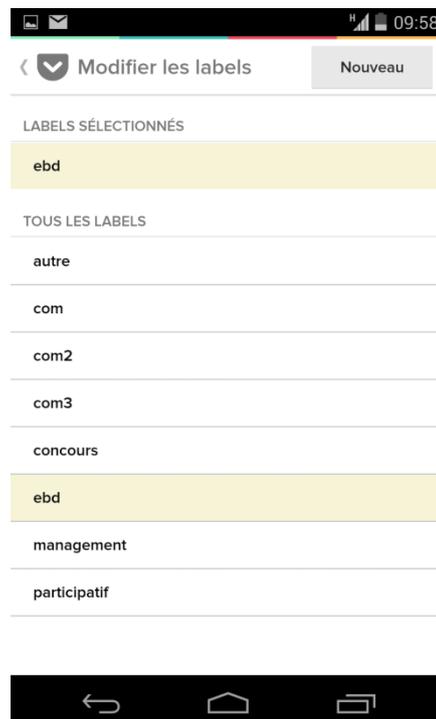


Sélectionnez « Ajouter à

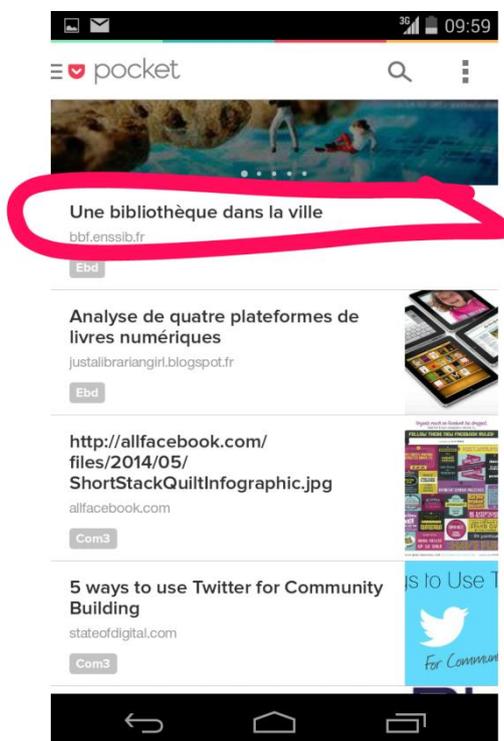
Pocket » :



Vous pouvez alors définir des tags, intitulés « labels » pour vous aider à vous y retrouver dans les nombreux articles que vous conserverez et ensuite y faire le tri ; vous pouvez également partager directement l'article par mail :



Lorsque vous ouvrirez l'application, vos articles stockés dans Pocket seront classés par ordre chronologique de sauvegarde. Les labels seront clairement visibles :



## Annexes

Afin de préparer l'article pour Bibliothèque(s) numéro 73, le questionnaire suivant avait été transmis à plusieurs bibliothèques. Les questions étaient les suivantes :

1. Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?
2. Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)
3. Quel est en moyenne le rythme de publication ?
4. Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?
5. Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?
6. Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)
7. Quelles étaient les compétences et qualités dont disposait votre équipe au moment de créer vos comptes ?
8. Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?
9. Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?
10. Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?
11. Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?
12. Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?
13. Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Quelques bibliothèques ont accepté que leurs réponses soient transmises in extenso :

[Aimé Césaire](#)

[Batignolles](#)

[Bibliothèque du cinéma François Truffaut](#)

[Edmond Rostand](#)

[Hergé](#)

[Jean-Pierre Melville](#)

[Louise Michel](#)

[Mordus du manga, Port'âge \(gérés par la même personne\)](#)

[Vaclav Havel](#)

## Aimé Césaire

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

La bibliothèque Aimé Césaire est uniquement présente sur Facebook.

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Maëlle Venneuguès est chargée de la coordination de la page Facebook. En fonction de leur disponibilité et de leur capacité, une équipe de contributeurs constitués de bibliothécaires et prochainement de lecteurs et lectrices publient sur la page photographies, événements des animations, goûts et articles. La coordinatrice de la page est chargée de faire un planning des publications une semaine sur l'autre.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

En moyenne et en fonction de l'actualité de la bibliothèque et de la vie culturelle et littéraire, une à deux publications par jour.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Il les valide a posteriori.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Pour rajeunir l'image de la bibliothèque et être présent sur les réseaux sociaux là où vont les 14-35 ans, pour valoriser nos services et nos collections, pour faire connaître l'établissement et fidéliser notre public.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

La bibliothèque Aimé Césaire publie divers contenus :

Photographies et vidéos de la bibliothèque

Nouvelles du quartier

Lien avec les autres pages Facebook des associations et des institutions du quartier

Chroniques de la vie de la bibliothèque avec les usagers

Actualités littéraires et culturelles

Articles - Coup de cœur

Animation de la bibliothèque, avec possibilité d'inscriptions

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposait votre équipe au moment de créer vos comptes ?

La coordinatrice et l'équipe de contributeur connaissaient Facebook avant la création de la page, ils disposaient d'un compte et savaient tous l'utiliser. Un des administrateurs avait

déjà créé des pages Facebook et avait travaillé avec une agence de communication sur ce sujet.

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Nous faisons beaucoup plus de veille numérique et littéraire. Nous suivons notamment l'actualité des associations du quartier, des sites institutionnels ainsi que des trois groupes publics du 14ème arrondissement, créé par des habitants désireux de partager événements et actualités. De plus, nous suivons l'actualité des sites culturels et littéraires (Livres Hebdo, médiathèques françaises).

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Nous avons rencontré des difficultés autour de la question du droit à l'image, de la propriété intellectuelle. Sans formation initiale sur la médiation numérique, nous avons agi en autodidacte, pour inventer rubriques et sujets les plus à mêmes d'être lus et commentés. Il faut aussi adopter un langage propre aux réseaux sociaux. Nous utilisons un registre de langage « parlé » et il faut être concis.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

La coordinatrice de la page Facebook a participé à plusieurs formations et journées d'études : la propriété littéraire, artistique et industrielle (organisé par la ville de Paris), les Digital Natives (par Mediadix) et « images de la bibliothèque (par l'ENSSIB et la Bpi).

Ce qui nous reste à développer concerne la vidéo : il nous faut une connaissance technique plus approfondie pour en réaliser. Nous avons aussi développé un style plus humoristique pour les posts et privilégié les rubriques qui avaient du succès, comme les photographies du chantier de rénovation.

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Nous nous adressons à un autre public. Nous avons pris conscience au fur et à mesure de nos publications des goûts et intérêts des non-fréquentants, qui ne tournent pas toujours forcément autour de la lecture. La page Facebook peut être conçue comme un site « plus souple » et « moins officiel », un moyen de communication complémentaire à la communication institutionnelle. Publier sur Facebook est un travail valorisant, parce qu'il permet de faire connaître plus facilement notre actualité.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

Les lecteurs ont beaucoup apprécié nos albums photos faits pendant la fermeture. La page a aussi été utilisée comme outil de réclamation.

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Nous utilisons ces deux outils en ligne. Au cours de la journée, nous planifions nos publications pour plus de facilités. Nous utilisons les outils statistiques. Cela nous a été utile pour réorienter nos publications.

## Batignolles

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

Un seul : Facebook depuis février 2013.

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Plusieurs membres de l'équipe au moins 4 sur 9.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Tous les jours

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Thématique choisie chaque semaine.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Pour communiquer, partager, faire connaître la bibliothèque et innover.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Oui et aussi art et cuisine.

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposait votre équipe au moment de créer vos comptes ?

Connaissances de base sur Internet, esprit curieux...

Quelles sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Maniement de Facebook, culture générale, adaptation aux modifications régulières de Facebook.

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Oui, parfois.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

Maîtrise plus pointue de Facebook.

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Autre façon de valoriser les collections.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?  
Peu

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Non

### Bibliothèque du cinéma François Truffaut

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

Un seul : Facebook. Nous avons renoncé au blog faute de temps, et nous n'avons pas envisagé Twitter car cela nous semblait peu pertinent par rapport à notre projet. Nous envisageons également de faire un netvibes dans le domaine du cinéma, qui serait à la fois un outil de veille professionnelle pour l'équipe, et un outil à destination du public pour lui proposer des ressources en ligne. Nous avons commencé à y travailler mais cela avance très lentement.

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Nous sommes 3 administrateurs, dont 2 qui sont contributeurs réguliers à la rédaction de la page Facebook.

Toute l'équipe peut participer, et nous avons mis en place un système de planning sur excel (copié sur celui de la bibliothèque Marguerite Duras) pour éviter des publications trop rapprochées ou au contraire trop éloignées dans le temps.

Mais dans les faits, l'équipe participe assez peu et très irrégulièrement, faute de temps, et la page Facebook repose principalement sur deux personnes.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Nous étions partis sur un rythme de publication d'une à deux fois par jour. Nous avons tenu le rythme pendant un an à peu près (la page a été lancée en septembre 2012), mais ces derniers temps le rythme s'est ralenti, pour tomber parfois à deux ou trois fois par semaine.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Les publications ne sont pas validées a priori, car nous avons souhaité pouvoir garder une souplesse d'organisation et une certaine réactivité. Cependant nous avons très clairement défini notre ligne éditoriale avant de lancer la page, lors de réunions d'équipe. Notre chef d'établissement consulte régulièrement la page, mais nous n'avons jamais eu à dépublier un post sur sa demande.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Nous avons souhaité publier sur les réseaux sociaux pour toucher un public nouveau, rajeunir l'image de la bibliothèque, et avoir un vecteur de communication (en l'absence de lettre d'information).

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Nous publions 1/ des posts qui valorisent nos collections (bibliographies, listes de nouveautés, coups de cœur) 2/ des posts pour annoncer nos animations (et nous relayons également celles de nos partenaires : rencontres de la librairie Ciné-reflets, projections du festival de courts métrages « Silence, on court ! »...) 3/ des posts sur l'actualité du cinéma (sorties de films, grandes expositions de la Cinémathèque, festivals, etc) mais que nous essayons toujours de mettre en relation avec nos collections, en proposant des références d'ouvrages ou de films sur le même thème.

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposaient votre équipe au moment de créer vos comptes ?

L'équipe des administrateurs pratiquait déjà Facebook à titre personnel, mais sans en connaître absolument toutes les possibilités.

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Nous avons suivi la formation d'initiation aux réseaux sociaux proposée par la ville de Paris, qui nous a permis de connaître les différents réseaux sociaux en fonction de leurs usages et des publics visés. Nous avons également dû construire une stratégie de communication, et pour se faire nous avons notamment interrogé un de nos anciens étudiants qui par ailleurs travaille dans le domaine des réseaux sociaux.

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Nous n'avons pas rencontré de difficultés particulières, mis à part le manque de temps pour rédiger des posts régulièrement. En revanche nous avons beaucoup réfléchi en amont à la ligne éditoriale et à la stratégie de communication.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

Au fur et à mesure nous avons découvert certaines possibilités techniques de Facebook que nous ne connaissions pas. Nous commençons à bien maîtriser cet outil, mais nous continuons à découvrir certains aspects, d'autant plus que Facebook évolue en permanence.

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Je pense que c'est surtout pour les administrateurs, et les personnes les plus impliquées dans la création de la page Facebook, que cela a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire. La page Facebook crée une nouvelle relation avec les usagers, en proposant un service à distance, et en permettant l'interactivité. Des personnes nous contactent à distance via la page Facebook, pour avoir des informations sur la bibliothèque, les horaires d'ouverture etc, mais aussi pour savoir comment postuler pour un poste, pour prendre un rendez-vous pour une visite de la bibliothèque ou pour un entretien pour un mémoire d'études, etc. La relation est plus immédiate, il y a plus de connivence avec les usagers. C'est un aspect du métier de bibliothécaire qui est différent du métier traditionnel, plus

basé sur les collections et sur le lieu physique, alors que la page Facebook crée une relation à distance, et immatérielle.

Certains collègues sont critiques vis-à-vis de Facebook, considérant que c'est un outil qui ne permet pas de communiquer sur le contenu et de faire des articles de fond comme l'aurait permis un blog. Mais il me semble qu'ils méconnaissent les aspects positifs de Facebook, qui est un facilitateur de relations, avec le public, mais également avec des partenaires de la bibliothèque.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

Il est difficile de mesurer cela car l'utilisateur de la page Facebook n'est pas forcément l'utilisateur de la bibliothèque physique. Les usagers ne reviennent pas forcément vers nous pour nous dire s'ils sont satisfaits de nos publications. Les personnes qui vont sur la page, par la nature même de l'outil, ont tendance à être positifs et à « liker » nos publications, mais cela ne permet pas véritablement de mesurer le degré de satisfaction. Lors de l'inscription à la bibliothèque, nous communiquons l'adresse de la page Facebook à nos usagers. Les étudiants, les jeunes actifs y sont sensibles. En revanche il y a un fossé générationnel, et certaines personnes plus âgées déplorent que nous soyons uniquement sur Facebook, et que nous n'ayons pas de lettre d'information.

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Facebook propose depuis quelques mois la possibilité de programmer les publications à l'avance et nous utilisons beaucoup cette fonctionnalité, qui permet une meilleure organisation du travail, de gagner du temps et de publier même quand on est absent ou que la bibliothèque est fermée. Nous utilisons assez peu les outils permettant de mesurer la portée des interactions. Nous jetons un œil sur les statistiques du panneau administrateur de Facebook, ce qui permet de savoir rapidement si une publication a bien marché ou pas, mais nous n'exploitons pas à fond ces statistiques. Nous utilisons également l'outil de goo.gl, l'outil de google qui permet de raccourcir les url. Mais nous ne l'utilisons de fait que de manière « esthétique », pour raccourcir l'url, et nous utilisons peu la fonction qui permet, via les liens raccourcis, de connaître le nombre et la provenance des clics.

### Edmond Rostand

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

Rostand est présent sur Facebook uniquement.

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

L'organisation est complexe : plusieurs « modérateurs » chargés de publier les contributions (dans les faits 3 à 4 personnes le font réellement), la totalité de l'équipe contributrice (dans les faits, 5 à 6 personnes maximum)

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Publication quasi quotidienne.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Les contributions sont enregistrées dans un dossier sur le serveur commun que tout le monde peut alimenter et consulter.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Pour faire de la valorisation des collections en ligne, à l'origine + pour avoir une visibilité sur internet (trop faible sinon) + pour communiquer sur la vie de la médiathèque.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

A la fois médiations sur des documents et infos sur le quartier/Paris et relais d'autres informations « anecdotiques ».

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposait votre équipe au moment de créer vos comptes ?

Compétences nulles pour la plupart sur le plan « technique » (non utilisateurs de Facebook et des réseaux sociaux en général) ; compétences de médiateurs en revanche.

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Apprendre à se connecter à une page Facebook, créer un compte calaméo pour partager des PDF...

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

La plus grande difficulté est la régularité des publications et le nombre de contributeurs. Cela demande une veille constante et c'est un petit surcroît de travail que tout le monde n'arrive pas à s'astreindre à faire. Peu d'interrogations, les collègues ont été plutôt contents de la présence de la bibliothèque sur les réseaux sociaux qui leur a paru normale.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

Les compétences de base de gestion et de publication de contenu sur la page Facebook ont été acquises. Le fait de partager de l'information trouvée ailleurs reste à maîtriser.

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Non, je ne pense pas. En témoigne le format retenu : en priorité de la médiation sur nos collections. Rien de très neuf. Personnellement, je n'y vois qu'une plus-value communicationnelle. On est sur Facebook car c'est une vitrine internet très simple à mettre en œuvre. J'aurais peut-être eu une autre façon d'envisager le métier si nous tenions un blog, par exemple.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

Peu. Le public réagit assez peu sur la page, hormis en cliquant sur « j'aime ». Quelques interactions par des messages ponctuels.

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Oui, nous programmons souvent nos publications. Facebook permet d'avoir des statistiques très intéressantes pour mesurer la portée du travail.

### Hergé

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

Un seul : Facebook

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Une seule personne publie sur le Facebook de la bibliothèque mais les idées de publication sont données par l'équipe.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Environ 3-4 fois par semaine.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Pas de validation avant publication.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Pour changer l'image de la bibliothèque au niveau du public mais aussi du réseau et toucher un public différent.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Communication sur les animations et la vie de la bibliothèque.

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposaient votre équipe au moment de créer vos comptes ?

Environ 1/3 de l'équipe n'est pas du tout familier de Facebook (les autres ont un compte individuel)

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Non

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

Mettre en place des ateliers d'initiation à Facebook afin d'élargir le nombre de publiants sur la page. Il faut encourager l'équipe à communiquer via le Facebook.

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

Pas de retour à proprement parler sur le fait que la bibliothèque ait un e page Facebook mais on nous contacte régulièrement via ce biais.

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Non

### Jean-Pierre Melville

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

Un seul : Facebook.

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Trois référents (qui veillent au bon usage de la page) et toute personne volontaire de l'équipe peut contribuer.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Jusqu'à trois publications par jour et pas plus de deux jours consécutifs sans publication.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Pas de validation a priori du chef d'établissement, suivi postérieur.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Varier notre communication, offrir une vision plus dynamique et plus jeune des bibliothèques.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Médiation vers des documents, vie de l'arrondissement, animations de la médiathèque, infos culturelles plus larges.

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposaient votre équipe au moment de créer vos comptes ?

Très diverses : certaines personnes n'avaient aucune connaissance de FBK, d'autres étaient créateurs et gestionnaires de pages personnelles.

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Les membres de l'équipe qui ne connaissaient pas du tout Facebook ont appris à s'en servir. Formation sur site par Vincent Jardry.

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Les publications reposent sur un nombre limité de personnes, des secteurs de la médiathèque sont donc peu représentés. Difficulté quand départ d'un des 3 référents.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ? Former plus de personnel (nouvelle intervention de Vincent Jardry sur site à prévoir)

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Publier sur Facebook change la manière de voir le métier de bibliothécaire, car le réseau social permet de communiquer de façon instantanée, sur un mode parfois décalé, ce qui n'est pas le propre de notre métier de base. FBK permet d'élargir notre communication, favorise la créativité personnelle de chacun, sur un mode plus souple et moins hiérarchique.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

non

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Programmation des publications et statistiques intégrées à la page Facebook.

[Louise Michel](#)

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

Uniquement sur Facebook.

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Coordination par le pôle Action culturelle/Communication, contribution par toute l'équipe. Dans les faits 6 personnes (1/2 de l'équipe) publient de façon régulière.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Un post par jour en moyenne.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Coresponsabilité ! Nous avons établi préalablement une ligne très claire de communication, nous savons quoi publier et quoi ne pas publier. Donc, il n'est pas besoin de valider...

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

La problématique de l'établissement de se poser en lieu de vie, accessible, en phase avec les usages de la population devait se traduire numériquement : la présence sur au moins un réseau social s'est donc imposée naturellement.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Après des mois de tâtonnement, notre politique de publication a consacré le témoignage immédiat de la vie de l'établissement comme publication la plus importante (en nombre et en réactivité) pour nous. La médiation des documents se fait sur le même mode de « vie de la bibliothèque », en présentant les coups de cœur d'une personne, ou le déballage d'un carton arrivé à la bibliothèque.

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposaient votre équipe au moment de créer vos comptes ?

Créativité, autonomie, maîtrise du projet d'établissement.

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Meilleure compréhension du réseau comme mode d'expression, et meilleur calibrage des messages pour plus d'efficacité.

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Il y a eu une phase de recherche du contenu, où la ligne de publication était calquée sur celle d'autres établissements, plus proche de l'image « classique » des bibliothèques. Mais l'analyse des réactions en regard des contenus nous a fait revoir cette politique et privilégier la vie quotidienne.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

Je ne sais pas trop quoi répondre à part peut-être reprendre la réponse à la question 8...

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

Ca a contribué à façonner une autre approche de notre métier, pris dans l'ensemble de la réflexion sur notre projet d'établissement.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

Plutôt bons, le public de la bibliothèque apprécie cette approche. Nous avons pu développer aussi des contacts avec les autres professionnels qui semblent attentifs à nos publications et fournissent eux aussi un retour précieux.

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Uniquement les outils Facebook, nous utilisons beaucoup la pré-programmation des contenus pour maintenir le rythme de publication, et nous sommes attentifs à l'évolution des likes et de la portée.

[Mordus du manga](#), [service Port'âge](#) (gérés par la même personne)

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

2 (et ça me suffit)

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

Je suis seul pour le FB Port'âge et pour le FB Mordus du Manga, cela tourne entre 5 contributeurs habituels et quelques bibliothèques participantes

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

Une à deux publications par jour.

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

Non.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Pour faire connaître le service, développez la communication.

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Communication sur des thèmes, et animations en rapport avec le sujet (Port'âge ou manga).

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposait votre équipe au moment de créer vos comptes ?

Aucune en particulier, Port'âge déjà fait.

Pour les mangas, il a fallu pousser les collègues du réseau à contribuer pour leur bibliothèque, et se poser une politique de publication précise sur un sujet aussi vaste (la question du mardi, l'image du jeudi, la sortie du week-end, etc).

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

Port'âge : difficultés techniques, car FB bloque parfois la visibilité des publications.

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

C'est une meilleure visibilité auprès des publics grands ados-jeunes adultes

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ?

Pas encore. Mordus, on pourra poser la question à la fête de clôture la semaine prochaine.

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ?

Non.

### Vaclav Havel

Sur combien de réseaux sociaux êtes-vous présent (professionnellement) ?

3 (Facebook, Twitter et scoop it).

Quelle est l'organisation de l'animation de communauté ? (une personne ? plusieurs personnes qui contribuent ?)

un groupe « communication » (8 personnes) en charge de la communication tout support, coordonné par la responsable adjointe (réseaux sociaux, blog, affiches, écran d'accueil : l'idée étant de réutiliser le même contenu en changeant la forme).

Pour l'animation quotidienne des réseaux, on a plus spécifiquement 4 personnes.

On a tenté de faire des réunions d'une ½ heure le mardi matin pour fixer ce qu'on allait dire la semaine venant sur le blog et les RS. Un peu difficile à tenir, mais utile parce que c'est le moment où émergent les bonnes idées.

Quel est en moyenne le rythme de publication ?

1 fois par jour, mais peut être plus. Rarement moins

Comment le chef d'établissement valide-t-il les publications ?

y a plus de validation, mais la coordination globale est faite par moi.

Au départ, on avait une liste de distribution pour les posts FB : validé si une 2e personne était d'accord. A force, on a constaté que ca n'était pas nécessaire car la ligne de publication était partagée par tous, et on perdait la réactivité nécessaire sur un réseau social...

Pour le blog, l'article est systématiquement relu a priori.

Pourquoi avez-vous souhaité publier sur les réseaux sociaux ?

Le 1er but était de se faire connaître en amont et de créer une identité attractive. Depuis l'ouverture, ça permet une interaction différente avec les lecteurs : pas mal de like depuis l'ouverture, y compris de nos ados

Quels sont les contenus que vous publiez le plus ? (médiations vers des documents ? communication sur des animations ? infos sur le quartier ? autres ?)

Informations sur l'équipement et l'équipe, animations. Vie du quartier.

Sur Facebook, on a sérié en fonction de la page (généraliste et vie de l'équipe(ment) / le compte bibhavel, plus veille pro et quartier et le compte VHJeuVidéo qui porte bien son nom.

Pour la médiation vers les collections, ça marche très moyen : ça demande à être travaillé pour être attractif (par exemple, le test « psycho » quel lecteur êtes vous ? a bien marché, tant sur le blog que sur FB)

Quelles étaient les compétences et qualités dont disposaient votre équipe au moment de créer vos comptes ?

ça faisait partie du projet initial, et c'était plutôt un élément motivant pour l'équipe recrutée. Une bonne part des agents sont sur les RS, les maîtrisent et les utilisent. De plus, l'équipe était fière de son projet de bibliothèque et avait envie de le faire connaître.

Quels sont les compétences et qualités que vous avez dû développer ?

les compétences étaient là, c'est la constitution d'un groupe qui est devenu l'enjeu : il s'agissait d'éviter que ça ne tienne qu'à une ou deux personnes. Trouver l'équilibre entre les contraintes liées à notre caractère institutionnel et la dynamique et la réactivité du réseau social. Devenir une personne morale attractive ;-)

Avez-vous rencontré des difficultés, fait face à des interrogations ?

pas de difficulté à proprement parler mais des ajustements de la « ligne éditoriale ». 6 mois après l'ouverture de la page FB, on a constaté que les posts qui suscitaient le plus l'intérêt racontaient la vie du chantier ou parlaient de l'équipe. C'est à la bibliothèque de s'adapter aux réseaux sociaux et à ce que les gens s'attendent à y trouver... On a alors créé un compte, plus réactif qu'une page, et qui permet les interactions avec d'autres comptes (les associations entre autres, mais pas que)

C'est aussi le moment où l'on a ouvert le compte Twitter. Objectif : plus de dissémination, et un meilleur partage de la veille (Jeux vidéo, quartier, monde des bibles)

Quelles sont celles qui ont été acquises et celles qui restent à maîtriser ?

l'orthographe :-p

Considérez-vous que publier sur les réseaux sociaux a changé la manière de voir le métier de bibliothécaire pour votre équipe ? et pour vous-mêmes ?

ça faisait partie du projet, c'était plutôt un préalable. La présence sur les RS est désormais réellement intégrée dans notre communication par l'ensemble de l'équipe.

Avez-vous eu des retours de vos publics quant à votre présence sur les réseaux sociaux ? plutôt positifs, le but d'une identité numérique semble atteint. On est interpellé régulièrement sur la page et sur Twitter pour des problèmes d'utilisateur (retards, etc), pour des questions liées à notre projet. Beaucoup de félicitations, et l'image d'une équipe «sympa ».

On a aussi été interpellé sur Twitter parce que les agents de ménage oublient les lumières en partant le lundi : c'est le volet moins plaisant de la présence institutionnelle sur les réseaux sociaux, car alimentant des polémiques en période électorale...

Utilisez-vous des outils en ligne permettant de programmer les publications ou de mesurer la portée des interactions ? non pour la programmation.

On se sert de google analytics pour le blog, et les stats des différents réseaux nous suffisent pour l'instant. On a ouvert un compte twentyfeet, mais on ne s'en sert pas vraiment