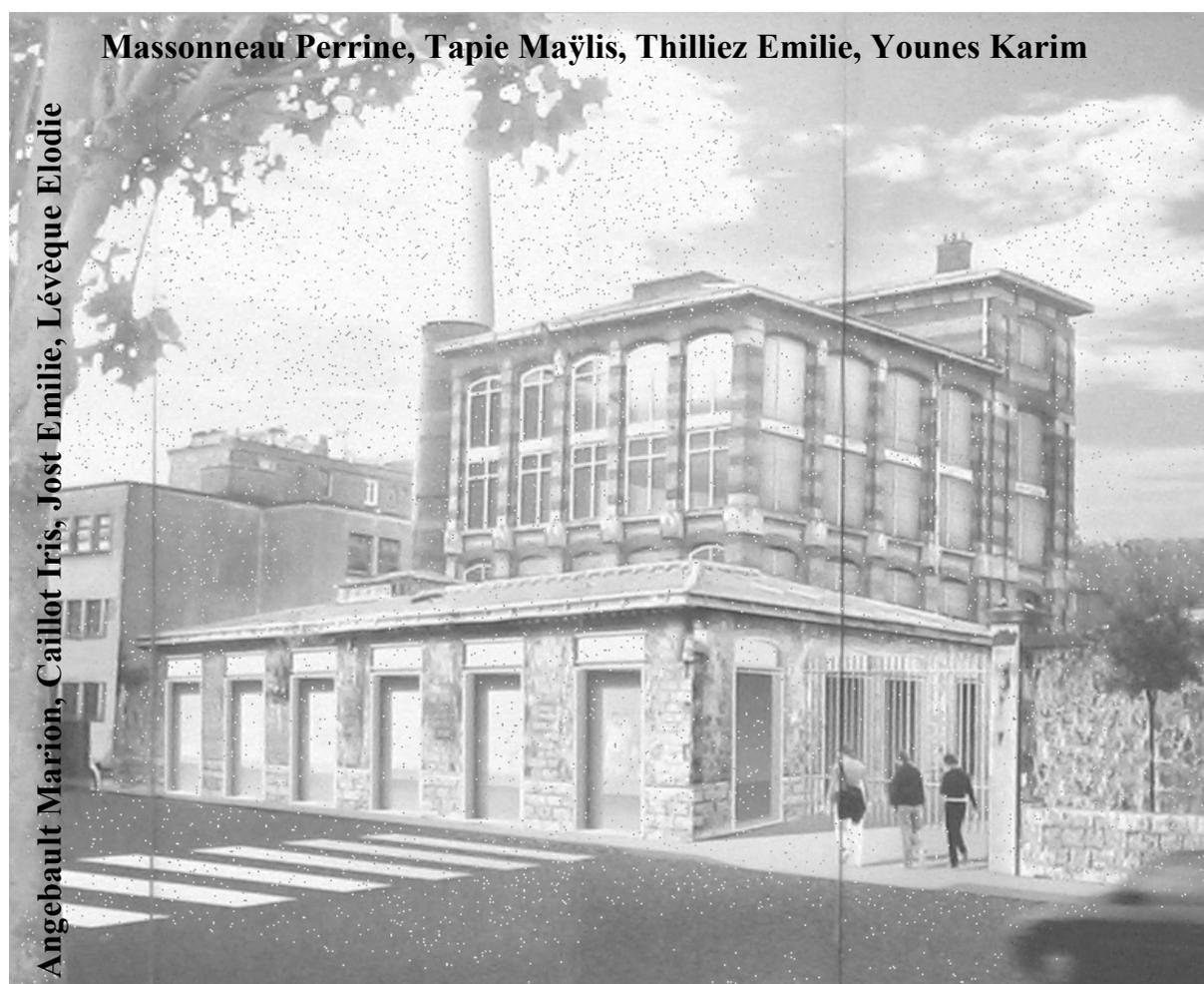


# Clamart

## Programme d'ouverture de la médiathèque à deux têtes

### *Projet Suanderie*



IUP des Arts et de la Culture, mention Métiers du livre  
Université Paris X-Nanterre  
Option bibliothèque  
Projet tutoré  
2004/2005

## Remerciements

Nous adressons nos plus vifs remerciements à toute l'équipe enseignante de l'option bibliothèque de la maîtrise de l'IUP Métiers des Arts et de la Culture, mention Métiers du Livre :

Madame Marie-Christine Jacquinet, responsable de l'option,

les intervenants réguliers :

Monsieur Yves Alix,

Madame Elizabeth Bourdet,

Madame Anne-Marie Chaintreau,

Madame Catherine Cyrot,

Monsieur Michel Renouf,

et tous les intervenants ponctuels,  
pour leurs enseignements et leurs conseils.

Nous remercions également Madame Catherine Auzoux, conservateur responsable du réseau de bibliothèques de Clamart et bientôt responsable de la « médiathèque à deux têtes », pour nous avoir reçu et pour avoir répondu patiemment à nos questions parfois pointues, ainsi que Madame Marielle de Miribel, qui a reçu certains d'entre nous.

## Table des matières

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>7</b>
<b>1. GENÈSE DU PROJET.....</b>	<b>9</b>
1.1. LA VILLE DE CLAMART.....	9
1.1.1. <i>Présentation de la ville.....</i>	9
1.1.2. <i>Présentation générale de la population de Clamart.....</i>	9
1.1.2.1. L'âge des Clamartois.....	10
1.1.2.2. Les familles clamartois.....	10
1.1.2.3. La population active.....	11
1.1.2.4. Diplômes-formation.....	13
1.1.2.5. Navettes domicile – travail.....	13
1.1.3. <i>L'environnement de la bibliothèque.....</i>	14
1.1.3.1. Quelques lieux culturels notables.....	15
1.1.3.2. Le milieu associatif.....	16
1.1.3.3. Le social.....	16
1.1.3.4. L'enseignement.....	16
1.1.3.5. Et la bibliothèque dans tout ça ?.....	17
1.2. LES BIBLIOTHÈQUES À CLAMART.....	17
1.2.1. <i>Le fonctionnement actuel du service de bibliothèque de Clamart.....</i>	17
1.2.2. <i>Les collections actuelles.....</i>	19
1.2.3. <i>La fréquentation du service.....</i>	20
1.3. PRÉSENTATION DU PROJET DE « MÉDIATHÈQUE À DEUX TÊTES ».....	22
1.4. LE SITE DE LA BUANDERIE.....	24
<b>2. LES SERVICES.....</b>	<b>26</b>
2.1. ELÉMENTS THÉORIQUES.....	26
2.2. DIAGNOSTIC DE LA BIBLIOTHÈQUE EN MATIÈRE DE SERVICES.....	29
2.3. DÉFINIR DES OBJECTIFS.....	30
2.3.1. <i>Objectifs généraux.....</i>	30
2.3.2. <i>Domaines concernés par ces objectifs généraux.....</i>	30
2.4. LES MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS.....	32
2.4.1. <i>L'organisation de la bibliothèque.....</i>	32
2.4.1.1. Les horaires.....	32
2.4.1.2. Le(s) règlement(s).....	32
2.4.1.3. Le guide du lecteur.....	33
2.4.2. <i>Les services matériels.....</i>	34
2.4.2.1. Les services informatiques.....	34
2.4.2.1.1. L'équipement : le parc informatique.....	34
2.4.2.1.2. Le système intégré de gestion.....	35
2.4.2.1.3. Les services proposés en ligne.....	36
2.4.2.1.4. L'accès aux ressources électroniques dans l'enceinte de la bibliothèque.....	37
2.4.2.1.5. Laboratoires d'autoformation.....	38
2.4.2.2. Les autres services matériels.....	38
2.4.2.2.1. La photocopieuse.....	38
2.4.2.2.2. L'imprimante.....	38
2.4.2.2.3. La cafétéria.....	38
2.4.2.2.4. Au service des services : le mobilier.....	39
2.4.2.2.5. Pour garantir la sécurité des documents : l'équipement antivols.....	39
2.4.2.2.6. Autres petits services.....	40
2.4.3. <i>Les services humains : toutes les formes d'accueil.....</i>	41
2.4.3.1. L'accueil.....	42
2.4.3.2. Le renseignement bibliographique.....	42
2.4.3.3. Les animations.....	43
2.4.3.4. Les opérations de prêt et retour des documents.....	43
2.4.3.5. Les réservations.....	44
2.4.4. <i>Evaluation.....</i>	44
<b>3. L'ORGANISATION DES COLLECTIONS.....</b>	<b>47</b>
3.1. ETUDE DE L'EXISTANT : LES PUBLICS, LES PARTENAIRES ET LES COLLECTIONS À CLAMART.....	47

3.1.1.	<i>Les publics à Clamart</i> .....	47
3.1.1.1.	Rappel : les publics actuels des bibliothèques .....	47
3.1.1.2.	Les publics potentiels .....	48
3.1.2.	<i>Les partenaires actuels des bibliothèques</i> .....	48
3.1.3.	<i>Les collections des bibliothèques de Clamart</i> .....	48
3.1.3.1.	Organisation générale des collections .....	48
3.1.3.2.	Le choix du fonds de la bibliothèque centrale comme fonds de référence pour l'évaluation des collections .....	49
3.1.3.3.	Évaluation des collections de la bibliothèque centrale .....	50
3.1.3.3.1.	Évaluation du fonds de référence .....	51
3.1.3.3.2.	Évaluation du fonds documentaire.....	52
3.1.3.3.3.	Évaluation des fonds fiction.....	54
3.1.3.3.4.	Remarques sur les BD, les albums, les livres lus, les méthodes de langues et les périodiques .....	55
3.2.	PRINCIPES DIRECTEURS POUR LA NOUVELLE MÉDIATHÈQUE .....	56
3.2.1.	<i>Les fondements de la nouvelle politique documentaire</i> .....	56
3.2.1.1.	Rappels des objectifs généraux et opérationnels à Clamart.....	56
3.2.1.2.	La mise en œuvre de ces objectifs au sein des collections.....	57
3.2.2.	<i>Légitimité et importance d'une organisation départementalisée des collections</i> .....	58
3.2.2.1.	La départementalisation : les fondements d'une légitimité professionnelle .....	58
3.2.2.2.	Définition de la départementalisation.....	58
3.2.2.3.	Importance d'une organisation des collections fondée sur le principe de la départementalisation .....	58
3.2.3.	<i>Les procédures bibliothéconomiques impliquées par la départementalisation des collections</i> ....	59
3.2.3.1.	Une formalisation spécifique de l'accueil .....	59
3.2.3.1.1.	La signalétique .....	59
3.2.3.1.2.	La médiation .....	59
3.2.3.2.	Une formalisation spécifique de la politique d'acquisition .....	60
3.2.3.3.	Des procédures centralisées.....	60
3.2.3.3.1.	Politique documentaire et centralisation .....	61
3.2.3.3.2.	Circuit du livre et centralisation .....	61
3.2.3.3.3.	Transactions de prêt et de retour des documents et centralisation.....	62
3.3.	L'ORGANISATION DÉPARTEMENTALISÉE DE LA NOUVELLE MÉDIATHÈQUE .....	62
3.3.1.	<i>Présentation du choix des départements et de leur contenu</i> .....	62
3.3.1.1.	Les départements répartis au sein de la médiathèque de La Buanderie .....	62
3.3.1.2.	Les collections réparties au sein des départements.....	63
3.3.1.2.1.	Département Musique (sous-sol) : .....	64
3.3.1.2.2.	Département Arts et Spectacles (sous-sol) .....	64
3.3.1.2.3.	Département Jeunesse (Rez-de-chaussée).....	65
3.3.1.2.4.	Espace information (Rez-de-chaussée) .....	65
3.3.1.2.5.	Département Société (Niveau 1) .....	65
3.3.1.2.6.	Département Sciences et Techniques (Niveau 1).....	66
3.3.1.2.7.	Département Civilisation (Niveau 2) .....	67
3.3.1.2.8.	Espace Patrimoine (Niveau 2).....	67
3.3.1.2.9.	Département Langues et Littératures (Niveau 3) .....	68
3.3.2.	<i>Signalétique des départements et collections</i> .....	68
3.3.2.1.	Signalement et identification des départements.....	68
3.3.2.2.	Signalement et identification des collections.....	69
3.3.3.	<i>Le plan de développement des collections de la nouvelle médiathèque</i> .....	70
3.3.3.1.	Réflexions sur le budget d'acquisition .....	70
3.3.3.2.	Le plan de développement des collections .....	72
3.3.3.3.	La charte des collections .....	78
3.3.4.	<i>Départementalisation et coordination du travail</i> .....	78
3.4.	CONCLUSION : LA NÉCESSITÉ DE L'ACTION CULTURELLE PAR RAPPORT AUX COLLECTIONS .....	79
<b>4.</b>	<b>LA VALORISATION</b> .....	<b>81</b>
4.1.	SIGNALER : RÉVÉLER L'EXISTENCE DES COLLECTIONS .....	82
4.1.1.	<i>Déterminer l'enjeu ou les enjeux d'une valorisation des collections</i> .....	82
4.1.1.1.	Ce que l'on veut signaler.....	82
4.1.1.2.	Pourquoi ? .....	83
4.1.1.3.	Pour qui ? .....	83
4.1.1.4.	Valoriser un fonds/un service spécifique.....	83
4.1.2.	<i>Mise en valeur des collections visibles : sélections des bibliothécaires</i> .....	84
4.1.2.1.	Valoriser le travail des bibliothécaires, dynamiser les services aux yeux du lecteur.....	84
4.1.2.2.	Aider/influencer le public dans ses choix : mise en valeur de documents tirés d'un fonds (comment).....	84
4.1.2.3.	Miser sur les rayons « nouveautés », « coups de cœur » et « thématique ».....	85
4.1.2.4.	Proposer des transversalités au cœur même du classement thématique des collections. ....	85

4.1.2.5.	Penser la signalétique .....	86
4.1.3.	<i>Le catalogue informatique : une priorité</i> .....	86
4.1.3.1.	Inventorier les collections .....	86
4.1.3.2.	Signaler les collections invisibles .....	86
4.1.3.3.	Proposer des entrées et des renvois adaptées .....	87
4.1.3.4.	Accéder au catalogue par une interface simple .....	88
4.1.3.5.	Matérialiser l'accès aux collections .....	88
4.2.	DIFFUSER : RENDRE ACCESSIBLE À TOUS LES PUBLICS .....	89
4.2.1.	<i>Les enjeux de la diffusion vers l'extérieur</i> .....	89
4.2.1.1.	Valoriser l'image de la médiathèque .....	89
4.2.1.2.	Toucher un vaste public .....	90
4.2.2.	<i>Proposer la création d'un portail commun aux institutions culturelles de la ville de Clamart</i> ...	90
4.2.2.1.	Pourquoi ? .....	91
4.2.2.2.	Choisir un serveur .....	91
4.2.2.3.	Connaître le public ciblé pour l'offre documentaire et s'y adapter .....	91
4.2.2.4.	Tenir compte et prévoir les moyens humains et financiers propres à ce portail .....	92
4.2.3.	<i>Quelle exploitation de ce site propre à la médiathèque envisager : scénarios possibles</i> .....	93
4.2.3.1.	La page Web .....	93
4.2.3.2.	Le portail documentaire .....	93
4.2.4.	<i>Présenter les collections dans un espace : diffuser l'information à l'intérieur</i> .....	94
4.2.4.1.	Penser au public dans la bibliothèque : l'importance du support papier .....	94
4.2.4.2.	Présenter les politiques d'acquisition et les services : guide du lecteur .....	95
4.2.4.3.	Justifier ce choix de mise en valeur : les bibliographies .....	96
4.2.4.4.	Expliciter les moyens de valorisations des documents dans l'espace .....	96
4.3.	MÉDIATISER (AU SENS PHILOSOPHIQUE DU TERME) : INITIER UNE POLITIQUE DE VALORISATION EFFICACE .....	97
4.3.1.	<i>Les enjeux de la médiation</i> .....	97
4.3.1.1.	Contexte .....	97
4.3.1.2.	Clamart et sa carence en matière de communication .....	97
4.3.1.3.	Les contraintes .....	98
4.3.2.	<i>Constituer un réseau de partenaires : pourquoi ? Avec qui ? Comment ?</i> .....	98
4.3.2.1.	S'ouvrir à d'autres publics en se faisant connaître .....	98
4.3.2.2.	Élaborer une politique de valorisation en relation et partager les compétences .....	98
4.3.2.3.	Établir une structure partenariale : avec qui ? .....	100
4.3.2.4.	Informé .....	101
4.3.3.	<i>Rencontrer les publics</i> .....	102
4.3.3.1.	Miser sur l'inauguration .....	102
4.3.3.2.	Organiser des manifestations culturelles .....	102
4.3.3.3.	Les rendre pérennes .....	102
4.4.	L'ACTION CULTURELLE .....	103
4.4.1.	<i>L'action culturelle comme outil de promotion de la médiathèque : grandes lignes de la politique culturelle</i> .....	103
4.4.1.1.	Principes fondamentaux .....	103
4.4.1.2.	Les composantes de la politique culturelle .....	104
4.4.1.2.1.	Programmes .....	105
4.4.1.2.2.	Pédagogie .....	105
4.4.1.2.3.	Produits .....	105
4.4.1.2.4.	Publics .....	106
4.4.1.3.	Évaluer les points forts et faibles .....	106
4.4.1.3.1.	Les analyses de publics .....	106
4.4.1.3.2.	Les analyses de coût d'opération par usager .....	106
4.4.2.	<i>L'action culturelle comme outil de promotion de la médiathèque : mise en œuvre</i> .....	107
4.4.2.1.	Multiplier les partenariats et impliquer l'utilisateur .....	107
4.4.2.1.1.	Multiplier les partenariats .....	107
4.4.2.1.2.	Impliquer l'utilisateur .....	107
4.4.2.2.	Jongler avec diverses temporalités .....	108
4.4.2.3.	Animations envisagées .....	108
4.4.2.3.1.	L'inauguration .....	108
4.4.2.3.2.	Cercles de lectures .....	109
4.4.2.3.3.	Ateliers multimédia .....	110
4.4.2.3.4.	Cycles de rencontres / débats / lectures .....	110
4.4.2.3.5.	Expositions .....	111
4.4.2.3.6.	Visites guidées, familiarisation avec l'utilisation des ressources de la bibliothèque .....	112
4.4.2.3.7.	Ateliers pour les jeunes .....	112
4.4.2.3.8.	Heures de contes .....	113

4.4.3.	<i>Considérations budgétaires</i> .....	113
<b>5.</b>	<b>LES MODALITÉS DE LA COMMUNICATION</b> .....	<b>115</b>
5.1.	DE L'IDENTITÉ DE LA BIBLIOTHÈQUE AUX AXES DE COMMUNICATION.....	115
5.1.1.	<i>La réalisation d'un audit de culture</i> .....	115
5.1.1.1.	L' intérêt d'un audit de culture.....	115
5.1.1.2.	Les conditions de réalisation de l'audit de culture.....	116
5.1.2.	<i>L'image perçue : l'image de la bibliothèque selon le personnel</i> .....	117
5.1.3.	<i>L'image perçue par la population de Clamart</i> .....	117
5.1.3.1.	Le profil des répondants.....	118
5.1.3.2.	Les réponses aux questions des Etats Généraux.....	119
5.1.3.3.	Conclusions sur l'image perçue par la population de Clamart.....	120
5.1.4.	<i>L'image voulue à terme</i> .....	120
5.1.5.	<i>Les axes de communication</i> .....	122
5.1.5.1.	La communication de déménagement.....	122
5.1.5.2.	La communication événementielle.....	123
5.2.	PLAN DE COMMUNICATION.....	123
5.2.1.	<i>La place de la communication dans le fonctionnement de la Buanderie</i> .....	123
5.2.1.1.	Le personnel.....	124
5.2.1.2.	Le budget prévisionnel.....	125
5.2.2.	<i>Charte graphique</i> .....	125
5.2.2.1.	Les principes.....	125
5.2.2.2.	Charte graphique : proposition.....	126
5.3.	LA COMMUNICATION INTERNE.....	127
5.3.1.	<i>Principes de la communication interne</i> .....	127
5.3.2.	<i>Le mobilier</i> .....	127
5.3.2.1.	La signalétique.....	128
5.3.3.	<i>Les documents de communication</i> .....	129
5.3.3.1.	Le guide d'utilisateur.....	130
5.3.3.2.	La carte.....	130
5.4.	LA COMMUNICATION EXTÉRIEURE.....	131
5.4.1.	<i>La communication concernant le déménagement</i> .....	131
5.4.1.1.	Le journal de Clamart : Infos Clamart.....	131
5.4.1.2.	Le CD promotion de présentation de la bibliothèque.....	132
5.4.2.	<i>La communication événementielle</i> .....	133
5.4.3.	<i>L'évaluation de la communication</i> .....	134
	<b>CONCLUSION</b> .....	<b>135</b>
	<b>ANNEXES</b> .....	<b>137</b>
	LE RÈGLEMENT INTÉRIEUR DE LA MÉDIATHÈQUE À DEUX TÊTES DE CLAMART.....	138
	EVALUATION DOCUMENTAIRE.....	140
	CHARTRE DES COLLECTIONS.....	143
	PLAQUETTE D'INFORMATION DE LA MÉDIATHÈQUE JULES VERNE DE VANDOEUVRE-LES-NANCY.....	147
	QUIZ DES BIBLIOTHÈQUES DE LA VILLE DE LJUBLJANA EN SLOVÉNIE.....	148
	PLANNING DES ANIMATIONS.....	149
	QUESTIONNAIRE ADRESSÉ AU PERSONNEL DE LA BIBLIOTHÈQUE CENTRALE DE CLAMART.....	150

# Introduction

Notre étude est d'abord une contribution collective à un projet singulier concernant la lecture publique dans la ville de Clamart (Hauts-de-Seine) ; ce projet culminant dans l'ouverture d'une nouvelle médiathèque « à deux têtes », sur deux sites définis préalablement.

Des deux entités dédiées au livre et à la lecture, nous avons choisi d'apporter notre concours à la définition bibliothéconomique et culturelle de la future médiathèque « La Buanderie ».

L'ouverture de nouveaux équipements capables de présenter une offre redéfinie en matière de lecture publique, témoigne de la prise en compte de nouveaux besoins culturels et documentaires, et du rôle spécifique que peuvent jouer les bibliothèques eu égard aux enjeux politiques et sociaux contemporains.

Ainsi, notre travail tentera de répondre à la fois à ces nouveaux enjeux (l'égalité d'accès aux ressources culturelles et documentaires, la formation tout au long de la vie, la lutte contre les exclusions), en apportant des réponses originales et fonctionnelles.

La singularité de ce projet tient d'abord à l'identité du site d'implantation de cette nouvelle médiathèque, dans le Bas-Clamart. Il s'agit de la réhabilitation d'une ancienne buanderie collective clamartoise. Cette précision vaut plus que son aspect anecdotique puisqu'elle nous inscrit d'emblée dans des contraintes physiques et architecturales qui détermineront largement l'ensemble des éléments de notre étude.

Dans ce projet tutoré, nous aborderons successivement la constitution d'une offre de nouveaux services, la définition et la présentation des collections, mais aussi les thèmes de la valorisation — des services et des collections —, et de l'action culturelle. Les questions relatives au personnel et à l'équipement matériel de l'établissement seront abordées dans chacune des parties précédemment citées.

Le fil conducteur de cette étude est constitué par la tentative de répondre spécifiquement aux besoins des publics du Bas-Clamart, surtout du point de vue de l'offre culturelle. Celle-ci correspond à une appréhension et à une demande proprement culturelles, adressées à l'attention de l'établissement.

Afin de donner un caractère opératoire à ce projet commun, et de répondre aux besoins prégnants des publics à desservir, nous nous sommes appuyés sur une analyse de

l'environnement socioéconomique, culturel et éducatif de ce nouvel équipement, ayant pour vocation de caractériser fidèlement l'identité de la ville de Clamart.

# 1. Genèse du projet

## 1.1. La ville de Clamart

### 1.1.1. Présentation de la ville

Clamart est une petite commune des Hauts-de-Seine qui s'étend au sud-ouest de Paris, bordée par les villes de Meudon (au Nord-est), Malakoff (au Nord-ouest), Châtillon à l'Est et Le Plessis-Robinson au Sud.

Occupé depuis la Préhistoire, le site voit naître le village de Clamart au VII<sup>e</sup> siècle (« clamar », le clos de l'étang), qui n'a cessé de se développer et d'attirer de nouveaux habitants, attirés par son environnement forestier fort apprécié à toutes les époques.

La ville compte aujourd'hui une population jeune, constituée dans sa majorité de familles et de cadres, données qui seront développées ultérieurement.

De nombreux équipements éducatifs jalonnent à ce jour la commune : on compte quatorze écoles maternelles, dix écoles primaires, trois collèges et un lycée publics, ainsi que deux écoles maternelles et primaires et un collège privés.

Les équipements culturels sont par ailleurs très présents sur la commune, témoins d'un dynamisme culturel certain : on peut citer le théâtre Jean Arp (qui propose stages et ateliers), le centre socioculturel du Pavé Blanc (une association pour jeunes qui propose différentes activités et des ressources pour la formation des jeunes), le centre d'arts plastiques valorisant l'art contemporain et le conservatoire de musique, qui avec la bibliothèque, constituent un réseau d'institutions culturelles actif.

### 1.1.2. Présentation générale de la population de Clamart

Une réflexion sérieuse sur la création d'une nouvelle bibliothèque à Clamart ne peut se faire sans une étude de la population de Clamart. Une meilleure connaissance du paysage démographique permettra d'adapter les services offerts et pèsera dans les décisions, les projets, les actions menées à la bibliothèque : des tranches d'âge, des secteurs d'activité les plus représentés dépendront un certain nombre de choix concernant les collections, les animations, et la communication.

### 1.1.2.1. L'âge des Clamartois

Population : 48 572 habitants

*Hommes : 23 088*

*Femmes : 25531*

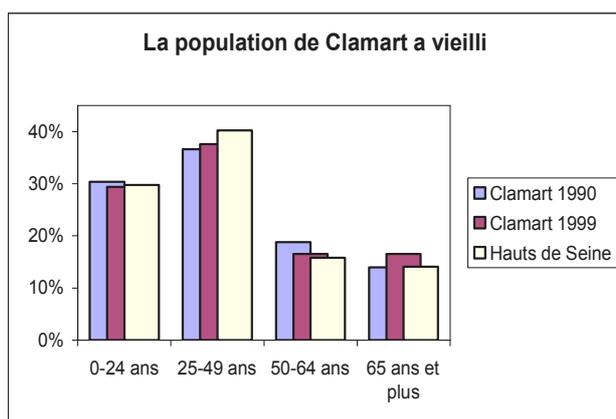
*< 25 ans : 14 284*

*> 65 ans : 8 035*

*<25 et 65 ans> :26 253*

16,5 % des Clamartois ont **plus de 65 ans** en 1999 ; ils n'étaient que 13,9 % en 1990. Les moins de 25 ans sont stabilisés autour de 30 %.

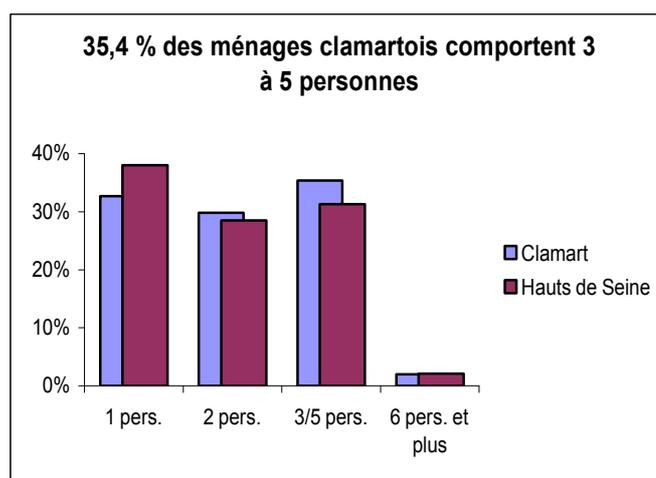
Comparativement au département, la répartition par âge est sensiblement la même. Cependant, les plus de 65 ans sont moins nombreux dans les Hauts de Seine (14,1 %) et les 25-49 ans sont plus représentés dans le département (40,2 %) qu'à Clamart (37,6 %).



### 1.1.2.2. Les familles clamartaises

Nombre de ménages : 20146

Population étrangère : 4202



35,4 % des ménages clamartois sont composés de 3 à 5 personnes contre 31,3 % dans le département.

La proportion de personnes seules est moins importante à Clamart (32,7 %) que dans les Hauts de Seine (38 %). Vu le nombre important de familles de 3 à 5 personnes, il faudra compter avec un lectorat jeune, voire constitué d'enfants en bas âge, encore au domicile des parents. Il faudra aussi garder présent à l'esprit qu'un nombre assez important de personnes seules sont susceptibles d'aller en bibliothèque. De ce lectorat très divers naîtront des attentes aussi diverses auxquelles il faudra répondre.

La grande majorité des familles, française (59,6 %) ou étrangère, (65,2 %) est composée de **2 à 4 personnes**.

Notons également que la proportion de familles avec un ou deux enfants est la plus importante chez **les cadres** (32,2 %) ; celle des familles nombreuses également (37 %).

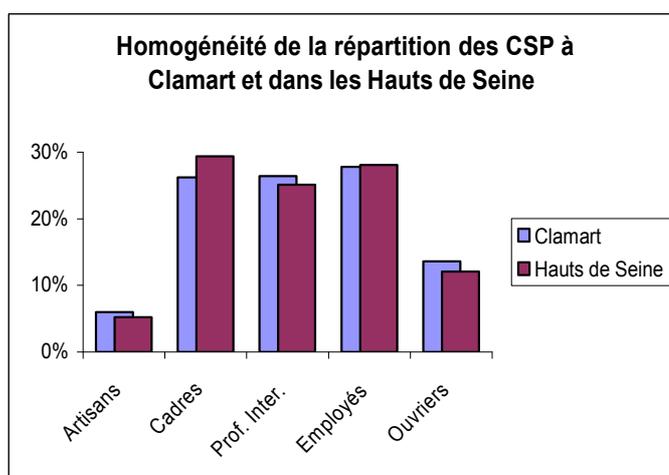
**Les artisans et les professions intermédiaires** fournissent la proportion la moins importante à la fois pour les familles de un ou deux enfants (respectivement 8,7 % et 14,8 %) et pour les familles nombreuses (respectivement 9,1 % et 8,7 %). Cette répartition présente l'intérêt de permettre de mieux cerner le public enfantin qui appartient en grande majorité à une classe sociale homogène.

### 1.1.2.3. La population active

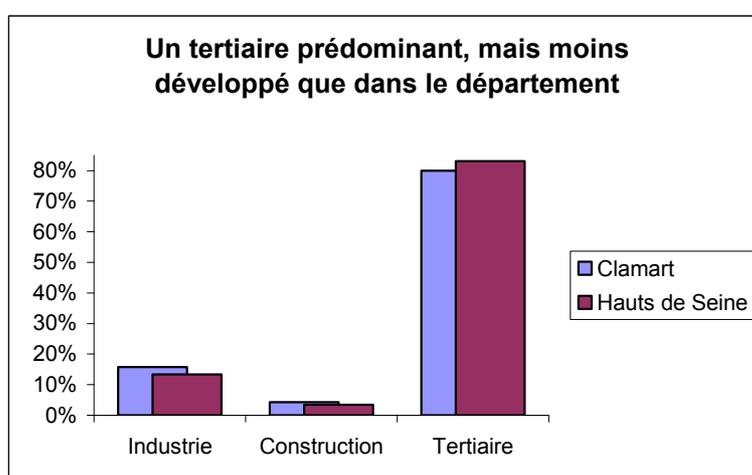
Population active : 23 669 actifs

Taux d'activité : 48,7 %  
Taux de chômage : 8,8 %

Taux d'emploi<sup>1</sup> : 0,77



Alors que la **population ouvrière** est plus importante à Clamart (13,6 %) que dans le département (12,1 %), **les cadres** sont nettement plus représentés au niveau des Hauts de Seine (29,4 %) qu'à Clamart (26,2 %). Cependant le nombre de cadres reste très élevé à Clamart. Les futurs services auront à tenir compte dans leurs choix de cette répartition des catégories socio- professionnelles de la population.



Le **secteur tertiaire** est largement prédominant, surtout dans les Hauts de Seine (83,1% de l'activité contre 80 % à Clamart).

L'**industrie** clamartoise garde une place significative (15,7 %) par rapport au département (13,3 %). Ces informations permettent d'avoir une meilleure connaissance du lectorat potentiel : ses intérêts professionnels devront naturellement être pris en compte.

<sup>1</sup> Pourcentage d'emplois localisés à Clamart dans la population active.

#### 1.1.2.4. Diplômes-formation

Formation : 11 950 personnes scolarisées

Taux de scolarisation<sup>2</sup> de la population entre 3 et 24 ans (en 1999) : 86 %

##### Niveau de diplômes (en 1999) :

Aucun diplôme : 11,7 %

CAP/BEP : 18,3 %

CEP/BEPC : 20,9 %

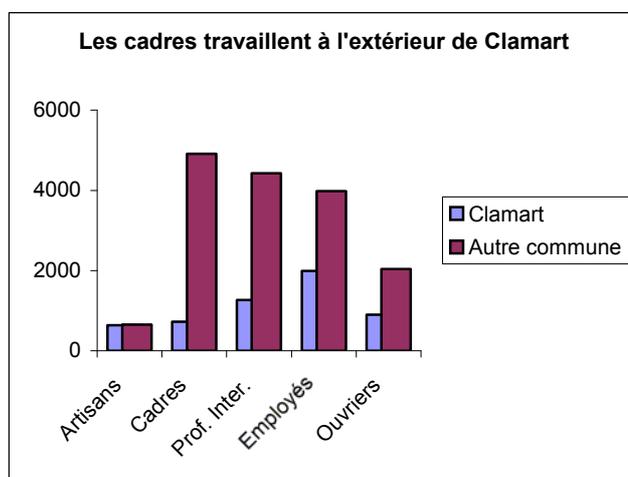
Bac/Brevet professionnel : 12,2 %

Études supérieures : 26,7 %

La population est majoritairement **diplômée de l'enseignement supérieur** à Clamart (26,7 %), et plus largement dans les Hauts de Seine (31,1 %).

Clamart fournit plus de **diplômés de CAP, BEP, BEPC ou CEP** (respectivement 18,3 et 20,9 %) que le département (respectivement 15,5 et 17,6 %).

#### 1.1.2.5. Navettes domicile – travail



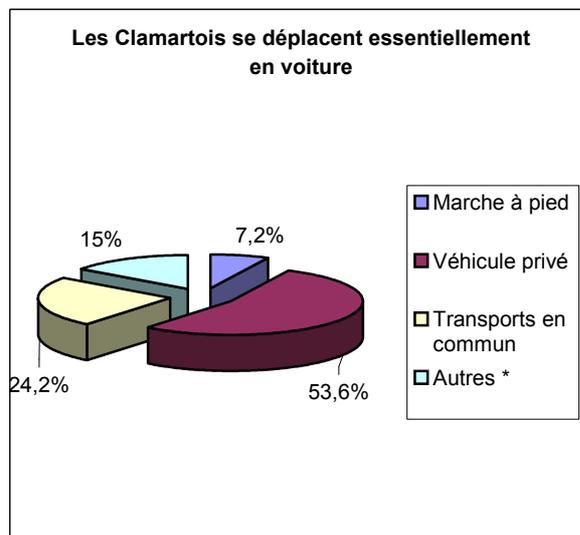
Toutes les CSP travaillent dans une large majorité à l'extérieur de la ville.

Seuls les **artisans** présentent une répartition égalitaire entre ceux qui travaillent à Clamart (640) et ceux qui exercent à l'extérieur (656).

Les **cadres** sont ceux pour qui la disproportion est la plus forte : 4920 ont un emploi à l'extérieur de la ville, et 724 restent à Clamart. La majorité de la population n'est pas à

<sup>2</sup> Population scolaire et universitaire par rapport à la population totale correspondante.

Clamart dans la journée, ni dans la semaine. Il faudra prendre en compte cette nouvelle donnée lors des choix des horaires d'ouverture de la bibliothèque.



53,6 % des Clamartois utilisent un **véhicule privé** pour se déplacer.

La **marche à pied** est le moyen de transport le moins utilisé. De cette remarque découle à l'évidence la nécessité de prévoir un parking pour le public de la bibliothèque.

### 1.1.3. L'environnement de la bibliothèque

La ville de Clamart a actuellement à sa tête Monsieur Philippe KALTENBACH, maire. La commune possède un service culturel, ainsi qu'un office du tourisme dont l'une des principales missions, depuis un certain temps déjà, est la valorisation du patrimoine de la ville, de son histoire et de son environnement. Une série de plaquettes sur Clamart (ses rues, son patrimoine vert et artistique...) a ainsi vu le jour et se trouve aujourd'hui encore distribuée dans tous les lieux culturels de la ville.

La ville met notamment en avant par son site Web, sa politique en matière de loisirs, de culture et d'art au sens large. De plus, elle a fortement contribué à la défense du patrimoine artistique et détient à ce jour plusieurs œuvres in situ d'artistes contemporains célèbres ou moins connus, ayant résidé à Clamart : des sculptures, des fontaines, des fresques, des vitraux (Jean Arp, Andras Beck, Charles le Bars, Sergio Storel, Maurice De Bus, Jacques Barbe, Jean Bazaine...).

La ville de Clamart possède également un riche patrimoine architectural ancien (Fondation Galliera, Hôtel de ville, ...), mais aussi contemporain tel que la maison de l'architecte Lecaron, l'hôpital Percy de Mitrofanoff, Forgia et Farah.

Clamart est d'autre part à quelques kilomètres de Paris, ce qui peut créer une certaine concurrence entre les institutions culturelles des deux villes (et seulement dans un sens).

Les Hauts-de-Seine sont également les initiateurs de différents événements culturels (journées de la Femme, « Chorus », « La Science se livre »...).

#### **1.1.3.1. Quelques lieux culturels notables**

- La bibliothèque de « La joie par les livres » au cœur de la cité de la plaine, renommée pour l'univers créé de rencontres et d'éveil autour de la lecture des enfants mais aussi pour sa vocation de bibliothèque expérimentale et ses formations professionnelles de qualité.
- Le centre d'art plastique Albert Chanut : structure municipale issue du legs du peintre et de son épouse à la ville, inauguré en mai 1980, le centre a pour vocation de faire découvrir des expositions d'art contemporain de toutes tendances (peinture, sculpture, gravure, photographie, installations, nouvelles technologies...) en mettant l'accent sur la sensibilisation du jeune public. Depuis son ouverture, le centre reçoit régulièrement des classes de la maternelle au collège, ainsi que des centres de loisirs. Avec plus d'une dizaine d'expositions par an, le centre offre des rendez-vous tels que l'opération « 4 Z'Arts », « les Villégiatures d'Artistes », « le Mois de l'Image », « les Journées du Patrimoine », « la fête de la Musique ». De plus, le centre tient à la disposition des visiteurs des dossiers d'artistes ainsi qu'un ensemble de livres d'art et d'ouvrages destinés aux enfants.
- Le théâtre Jean Arp très dynamique, et dont la programmation est en étroite relation avec les villes d'Antony, de Malakoff et de Bagneux.
- Le Conservatoire de Musique, Danse et Art Dramatique Henry Dutilleux qui accueille les enfants à partir de 5 ans jusqu'à la cinquième, pour des activités d'éveil musical, la chorale, l'apprentissage instrumental, la danse. Plus de 850 élèves ont ainsi une pratique sociale de la musique. Les classes participent aux manifestations de la ville tout au long de l'année.
- La fondation Jean Arp, à l'orée de la forêt de Meudon, ancienne maison de Jean Arp et Sophie Taeuber. Refusant la vision bourgeoise de l'art, c'est dans ce lieu que ces deux pionniers du dadaïsme et de l'abstraction approfondirent leurs recherches, s'influencent mutuellement. Aujourd'hui, la maison-atelier de Clamart abrite la fondation dont Jean Arp avait esquissé les contours plusieurs années avant sa mort en 1966. Cette fondation fut réalisée par Marguerite Hagenbach, deuxième épouse de Jean Arp, en 1979, date à laquelle l'État français lui accorda la reconnaissance d'utilité publique. Lieu inclassable,

la Fondation Jean Arp n'est ni un centre d'art, ni un musée au sens classique du terme. Elle constitue un lieu de création unique en région parisienne, à l'instar de l'atelier de Rodin à Meudon. Ce lieu deviendra, avec la réouverture progressive des archives et de la bibliothèque de Jean Arp, un lieu de mémoire et de recherche ouvert aux artistes, collectionneurs, professionnels de l'art, chercheurs et tout public intéressé. La fondation abrite aussi une librairie spécialisée sur Jean Arp et Sophie Taeuber.

### **1.1.3.2. Le milieu associatif**

La ville abrite de nombreuses associations à vocation artistique (loisirs) mais aussi sociale (aides aux personnes). Celles-ci sont recensées sur le site de la mairie qui propose également une recherche par thèmes.

### **1.1.3.3. Le social**

Clamart est doté de deux hôpitaux de renom (Percy et A. Béclère) ainsi que de divers services sociaux tels que :

- la Mission Locale : depuis juin 2004, cet accueil d'information et d'orientation est devenue mission locale intercommunale en partenariat avec les villes de Bagneux et Malakoff. Sa mission est de favoriser l'insertion sociale et professionnelle des jeunes de 16 à 25 ans. L'association Archimède chapeaute les antennes des trois villes ;
- Un point-écoute pour les 6-25 ans qui met à disposition des jeunes Clamartois des psychologues ;
- Un local-jeune qui propose des activités diverses, des montages de projets donnant lieu à d'éventuelles aides financières ;
- Un club pour les 12-15 ans dans les différents centres socioculturels de la ville (proposant eux aussi des activités multiples).

### **1.1.3.4. L'enseignement**

La ville possède plusieurs crèches collectives et familiales, une quinzaine d'écoles maternelles publiques et privées, une quinzaine d'écoles primaires publiques et privées trois collèges et un lycée répartis dans les différents quartiers.

Aucune école supérieure n'est implantée sur la ville, l'université la plus proche est Paris XI, située à Orsay et Bures-sur-Yvette. Par contre, l'hôpital Antoine Béclère a le statut de Centre Universitaire Hospitalier et reçoit donc de nombreux stagiaires en médecine. Il accueille également l'Institut de formation en soins infirmiers, qui forme des infirmiers et des aide soignants.

### **1.1.3.5. Et la bibliothèque dans tout ça ?**

Depuis quelques années, les pratiques culturelles des Français ont considérablement évolué. De nouveaux médias comme les supports numériques ont fait leur apparition, le réseau Internet a transformé définitivement l'accès aux documents qui ne sont plus ni rares ni chers ni difficiles d'accès. Les pratiques culturelles des moins de 25 ans font apparaître un usage multiple et parfois concomitants de supports variés. Le livre lui-même perd auprès des jeunes son prestige de « distinction » au profit d'autres pratiques culturelles émergentes. Les images ont considérablement envahi notre vie quotidienne ; les journaux télévisés sont devenus pour une grande partie de la population le média d'information de référence devant la radio ou la presse écrite. Dans le même temps, la maîtrise des savoirs de base (lecture, écriture) est devenu un enjeu majeur qui permet l'insertion professionnelle, mais aussi la liberté du citoyen acteur de son destin.

La médiathèque, comme équipement éducatif et culturel, a plus que jamais un rôle important à jouer dans notre société parce qu'elle peut aider à comprendre la complexité du monde qui nous entoure.

Pour la Médiathèque de Clamart, nous pouvons donc imaginer que les équipements soient des lieux de culture vivante, un pôle fort de la ville où se croiseraient les générations et les différents publics.

## **1.2. Les bibliothèques à Clamart**

### **1.2.1. Le fonctionnement actuel du service de bibliothèque de Clamart**

Le territoire sur lequel s'étend la ville de Clamart est très vaste pour une ville de banlieue parisienne (6km entre le nord et le sud de la ville). Les quartiers sont donc relativement séparés les uns des autres. De plus, la ville est traversée par la forêt de Clamart ce qui accentue la partition entre le nord et le sud de la ville. Pour pallier ces difficultés, les politiques municipales se sont longtemps tournées vers la mise en place d'équipements de proximité afin que tous les habitants puissent trouver des équipements municipaux proches de leur lieu d'habitation. C'est pourquoi l'on trouve à l'heure actuelle cinq bibliothèques sur le territoire de la ville de Clamart.

Le service de bibliothèque a été développé à partir des années 1970 avec l'ouverture d'une première bibliothèque informatisée dès 1980. Petit à petit des annexes se sont ouvertes

dans d'autres quartiers plus excentrés et il y a, à l'heure actuelle à Clamart, cinq bibliothèques et une discothèque :

- la bibliothèque centrale, « bibliothèque de la Mairie », située dans le Centre Administratif au nord de la ville ;
- quatre annexes, « bibliothèques de quartier » : la bibliothèque de la Garenne, la bibliothèque de la Plaine, la bibliothèque de la Fourche et la bibliothèque du Jardin Parisien ;
- la discothèque du conservatoire proche de la bibliothèque centrale.

Les agents de chaque site sont en lien avec la bibliothèque de la mairie où sont centralisées les opérations relatives au traitement des documents. En revanche, il n'existe pas de travail commun autour du développement de la lecture et de la recherche de nouveaux publics sur l'ensemble de la ville.

Notons qu'à Clamart se trouve aussi la bibliothèque de « La Joie par les Livres », service totalement indépendant du service des bibliothèques municipales de Clamart puisque gérée par « La Joie par les Livres », organisme dépendant directement du ministère de la Culture. La bibliothèque est gratuite pour tous mais va néanmoins prochainement quitter Clamart ainsi que l'association elle-même.

L'inscription au service des bibliothèques de Clamart est totalement gratuite pour les Clamartois<sup>3</sup> et permet aux usagers d'emprunter jusqu'à 6 livres, 6 revues et 6 CD pour une durée de 3 semaines maximum. La bibliothèque propose un service de portage à domicile. Au sein des bibliothèques des heures du conte sont organisées (pour les 18mois-5ans et pour les 5-9ans) et des activités ponctuelles sont mises en place tout au long de l'année. Les données générales concernant le fonctionnement des bibliothèques sont disponibles sur le site de la ville de Clamart<sup>4</sup>.

Voyons maintenant comment fonctionne le service de bibliothèques de Clamart en nous reportant aux données fournies par le rapport d'activités 2003<sup>5</sup>. Tout d'abord attachons nous aux surfaces disponibles et aux horaires d'ouverture au public :

---

<sup>3</sup> L'inscription permettant d'emprunter des CD était payante jusqu'au 31 décembre 2003

<sup>4</sup> [www.clamart.fr](http://www.clamart.fr)

Lieux	Surfaces	Sections	Heures d'ouverture
Mairie	950m <sup>2</sup> (dont 200m <sup>2</sup> de réserve)	Adulte et jeunesse	29h
Discothèque du conservatoire	140m <sup>2</sup> (dont 30m <sup>2</sup> de réserve)	Discothèque	25h
Fourche	180m <sup>2</sup>	Adulte et jeunesse	23h30
Jardin Parisien	30m <sup>2</sup>	Adulte et jeunesse	17h
Plaine	138m <sup>2</sup>	Adulte et discothèque	11h
Garenne	500m <sup>2</sup>	Adulte, jeunesse et discothèque	22h30

Comme le fait ressortir le rapport annuel, le nombre actuel de mètres carrés par habitant (0,0395m<sup>2</sup>), n'est pas satisfaisant puisque la moyenne nationale est de 0,05m<sup>2</sup> par habitant, mais en revanche le nombre moyen d'heures d'ouverture (21h20) est supérieur à la moyenne nationale (même si deux bibliothèques sont en dessous : la bibliothèque du Jardin Parisien et celle de la Plaine). Ces données pourront être améliorées grâce au projet de « médiathèque à deux têtes » puisque les 1 938m<sup>2</sup> actuels seront largement dépassés et que les horaires d'ouverture pourront être revus suivant les propositions de fonctionnement du nouveau projet.

En 2003, il y avait 36 agents travaillant sur les six sites représentant 31,3 équivalents temps plein. 33,3% des agents sont de catégorie A et B (titulaire d'un emploi technique) (moyenne nationale sur la même tranche de population : 34,7%)<sup>6</sup>

Il n'y a pas de poste informatique mis à disposition du public. Le catalogue est consultable sur Minitel. En interne, 25 postes sont disponibles sur l'ensemble des équipements, total très faible puisqu'il n'y a même pas un poste informatique disponible par agent.

## 1.2.2. Les collections actuelles

Les collections proposées à Clamart sont multi supports :

- Livres (dont fictions, documentaires, bandes dessinées, albums, livres de référence) ;
- CD musicaux et autres (livres lus, méthodes de langue) ;

<sup>5</sup> Données in Bibliothèque municipale de Clamart, rapport annuel 2003, Etats statistiques concernant l'activité du service (document interne)

<sup>6</sup> Le rapport note que la DLL préconise qu'un ratio de 50% entre le personnel de catégorie A et B et le personnel de catégorie C soit obtenu mais que seulement 10% des villes de la même tranche de population que Clamart atteignent ce ratio.

- Cassettes audio ;
- Périodiques.

A l'heure actuelle, le réseau ne propose pas de vidéogrammes mais ce fonds va pouvoir être mis en place grâce au nouveau projet de « médiathèque à deux têtes ». De même, les collections actuelles font l'objet d'une évaluation ; celle-ci permettra de mettre à jour les lacunes de certains segments des collections qu'il faudra combler et de mettre en place une politique de désherbage des documents obsolètes et dégradés, tout cela afin de proposer un service le plus satisfaisant possible à l'ouverture des nouveaux équipements.

Pour les données concernant les collections nous nous sommes reportés aux données de l'année 2004<sup>7</sup>. Il y avait ainsi, sur l'ensemble des sites, près de 232 700 documents disponibles et répartis de la sorte selon les types de support :

- 189 120 livres disponibles dont 102 148 dans les sections adulte (54% du fonds total) et 86 972 dans les sections jeunesse (46%) ;
- 31 092 documents sonores (cassettes et CD) dont 29 327 documents sonores musicaux (94,3% du fonds total) et 1 765 de documents sonores non musicaux (méthode de langue, livres lus) (5,7% du fonds total) ;
- 207 abonnements dont 157 dans les sections adulte et 50 dans les sections jeunesse, ce qui représentait 8 888 revues disponibles dans les sections adulte et 3 628 dans les sections jeunesse ;
- 29 940 documents disponibles pour les BCD de la ville.

NB : il y avait 16 806 documents en réserve.

### 1.2.3. La fréquentation du service

Comme nous l'avons vu précédemment, le service des bibliothèques de Clamart se développe sur six sites répartis sur l'ensemble du territoire de la ville. Pour l'étude des données concernant la fréquentation du service nous nous sommes appuyés sur les données fournies par le rapport annuel de 2003. Rappelons que les dernières données du recensement national datent de 1999 et que les données de 2003 de la bibliothèque devront donc être comparées à celles de 1999. A cette date, la ville de Clamart comptait 48 572 habitants. Et c'est ainsi que 18,85% de la population totale de Clamart (9 594 personnes) fréquentaient les services de la bibliothèque dont 2 812 moins de 14 ans (5,78% de la population totale de Clamart) et 6 276 plus de 14 ans<sup>8</sup> (12,92% de la population totale).

---

<sup>7</sup> Obtenues début janvier 2005

<sup>8</sup> 14 ans étant l'âge communément admis auquel un usager passe d'une inscription jeune à une inscription adulte.

Voyons comment se répartissaient les 9 594 inscrits actifs de la bibliothèque :

- un tiers des inscrits (2 904 personnes) était inscrit en section jeunesse, les deux autres tiers (6 615 personnes) en section adulte ;
- 9 158 inscrits étaient des habitants de Clamart, ce qui représentait 95,45% des inscrits totaux ;
- près de 97% des inscrits en jeunesse et près de 95% des inscrits en section adulte étaient des habitants de Clamart ;
- Sur les 9 594 inscrits, près de 74% empruntaient uniquement des livres et près de 26% empruntaient des livres et des CD ;

Ainsi, en 2003, les usagers du réseau de bibliothèques de Clamart sont très largement des habitants de la ville, ils ont au deux tiers plus de 14 ans et empruntent pour les trois quart uniquement des livres. Voyons maintenant comment se répartissent les emprunts de ces inscrits :

- 287 368 emprunts ont été effectués en 2003 ce qui représente 31,3 documents empruntés par inscrit ;
- 30% des emprunts (86 374) ont été réalisés par des inscrits de moins de 14 ans, ce qui représente 30 documents par inscrit de moins de 14 ans et 0,57 document par semaine ;
- deux tiers des emprunts (192 230) ont été réalisés par des plus de 14 ans, ce qui représente 29 documents empruntés par inscrit de plus de 14 ans et 0,55 documents par semaine ;
- 2,6% des emprunts (7 513) ont été réalisés par des collectivités ;
- les CD représentent 17,6% des emprunts, les revues 2,8% ;

On constate que les inscrits de moins de 14 ans sont plus actifs que les inscrits de plus de 14 ans, bien que les inscrits de moins de 14 représentent seulement un tiers des inscrits actifs totaux. On peut donc espérer que les emprunts des adultes vont augmenter grâce au nouveau projet et au développement des collections même si le nombre moyen d'emprunt par inscrit est quasiment identique à la moyenne nationale.

Il est par ailleurs intéressant de noter que 26% des inscrits réalisent 17,6% des emprunts : les personnes ayant une inscription leur permettant d'emprunter des CD semblent vouloir profiter au mieux de cette inscription. On peut de même penser qu'avec la gratuité de toutes les inscriptions instaurée en 2004, les emprunts de CD vont sensiblement augmenter même s'ils ne sont disponibles que sur deux sites.

Enfin, intéressons-nous aux taux de rotation<sup>9</sup> des documents :

	Clamart	Profil moyen national
Livres adulte	1,14 prêt/document	1,25
Livres jeunesse	1,81	2,20
CD (adulte et jeunesse)	2,68	4,03

Concernant les taux de rotation des livres, on constate qu'ils se rapprochent des taux nationaux et l'on peut espérer que grâce aux politiques à mener sur les collections (désherbage, acquisitions) en vue du projet de « médiathèque à deux têtes » ils vont encore s'améliorer. Quant au taux de rotation des documents sonores il faudrait, comme le souligne le rapport d'activité pouvoir « affiner les résultats par genres musicaux plus ou moins empruntés ».

### **1.3. Présentation du projet de « médiathèque à deux têtes »**

La ville est scindée en deux zones qui correspondent à une partition géographique (Haut et Bas-Clamart) mais aussi sociologique. Il faut donc que les deux médiathèques prennent en compte cette double contrainte en offrant des services performants sur ces deux zones mais aussi en développant toutes les activités qui permettent un déplacement des populations entre ces deux territoires.

Le travail en réseau des médiathèques de la ville implique que les agents s'investissent dans le réseau en développant des relations binaires, en échangeant des informations régulièrement, en sortant des espaces de la bibliothèque pour développer des actions communes qui visent à toucher un public non usager.

La mobilité des usagers peut être un objectif à mettre en place. Pour cela, il faut adapter les horaires de la bibliothèque aux disponibilités des publics, donner les moyens d'accéder à l'établissement en prenant en compte l'offre de moyens de transport collectif sur la ville et l'environnement immédiat des sites, les possibilités de stationnement individuel et la prise en compte des personnes handicapées dans l'accès. Enfin, l'utilisateur doit trouver une

---

<sup>9</sup> Le taux de rotation d'un document se calcule de la façon suivante : nombre de prêts/nombres de documents.

bonne raison de se rendre dans les médiathèques. Cela implique l'étude et la prise en compte des pratiques culturelles des différentes catégories sociales et tranches d'âge de la population.

Etant donné le nombre d'habitants dans les deux secteurs de Clamart, soit près de 35 000 habitants dans le Bas-Clamart et près de 14 000 habitants dans le Haut-Clamart, il a été décidé d'implanter une médiathèque de 1800 à 2000 m<sup>2</sup> dans le Bas-Clamart et une médiathèque pour les cités de la Plaine et de la Garenne d'environ 1200 m<sup>2</sup>.

La création des nouvelles médiathèques ne peut pas être envisagée seulement sous l'angle d'un déménagement des collections et d'un changement de site. Les missions des bibliothèques actuelles doivent être redéfinies et adaptées aux nouvelles pratiques culturelles des Français. Celles-ci ont en effet évoluées avec l'apparition de nouveaux médias. Les supports numériques et le réseau Internet donnent un accès plus libre et aisé aux documents. Les pratiques culturelles des moins de vingt-cinq ans font apparaître un usage multiple et parfois simultané de supports variés : un livre peut être lu tout en regardant/écoutant un D.V.D. Le livre lui-même perd auprès des jeunes de son prestige de « distinction » au profit d'autres pratiques culturelles émergentes. Dans le même temps, la maîtrise des savoirs de base (lecture, écriture) est devenue un enjeu majeur qui permet l'insertion sociale et professionnelle.

Les médiathèques comme équipements éducatifs et culturels ont un rôle important à jouer dans la société actuelle. Nous avons donc défini dans cette optique des missions et des services à développer au sein des deux médiathèques de Clamart, et plus particulièrement sur le site de la Buanderie.

Nous avons décidé de favoriser la rencontre de tous les documents, supports, ..., auprès des publics les plus variés (adultes/enfants, actifs/inactifs, Bas-Clamart/Haut-Clamart) en donnant à la fois un accès matériel à toutes les collections mais en développant aussi toutes les actions visant à favoriser la rencontre et la compréhension de ces documents par le public.

Il convient donc de présenter tous les supports actuels. Ils seront organisés thématiquement, au sein de départements.

Il faut donner un accès à la pensée et à la culture en encourageant la rencontre, non seulement des œuvres mais aussi de leurs auteurs avec le public. Des rencontres avec des penseurs ou des chercheurs, lors de conférences, permettraient un échange sur les thématiques contemporaines.

Ces activités pourraient être programmées et organisées en collaboration avec les milieux éducatifs, associatifs et culturels de la ville.

La création de box d'autoformation, qui peuvent être utilisés comme laboratoire de langues, afin de faciliter l'apprentissage des langues étrangères dans le cadre non scolaire, est également envisagée.

La mise en place de ces ateliers pourrait concerner les habitants du Bas et du Haut-Clamart, cela permettrait de favoriser le dialogue entre les populations de ces deux zones géographiques.

Les deux médiathèques doivent être des lieux de culture vivante, des pôles forts de la ville où se croisent les générations et les différents publics.

## **1.4. Le site de la Buanderie**

Le site qui accueillera la médiathèque du centre ville est celui de la buanderie Ferrari, près de l'église St-Pierre St-Paul. Ce site a été racheté en décembre 2003 par la Mairie à la maison de retraite Ferrari. L'entrée principale se fera par la rue du Guet, via une cour intérieure pavée. Ce bâtiment présente l'intérêt d'être ouvert sur la ville, à proximité des équipements culturels et sportifs, des commerces et du pôle administratif municipal.

La buanderie fait partie d'un ensemble plus vaste, l'hospice Ferrari, fondé grâce aux dons de Marie de Brignoles-Sales, Marquise de Ferrari et duchesse de Galliera, et l'orphelinat St-Philippe de Meudon. Elle souhaitait offrir au personnel de maison une retraite calme. Elle sollicita donc un architecte renommé, Léon Ginain, pour établir les plans et surveiller les travaux, qui s'étalèrent de 1878 à 1888. L'ensemble est traité en style Renaissance italienne : murs en pierre de taille blanche, toiture d'ardoise, sols de marbre. Les baies et les portes sont cintrées et ces arcs créent à la fois un rythme et une unité. Le corps principal de l'édifice est constitué de 2 ailes autrefois réservées à gauche aux hommes, à droite aux femmes. La chapelle sépare les deux bâtiments.

Construite en 1892 par Prosper Brobin, la buanderie Ferrari a été conçue pour répondre aux besoins de l'hospice et de l'orphelinat St-Philippe de Meudon. Le bâtiment, composé d'un corps central de 3 et 4 étages, permettait d'assurer l'entretien du linge de ces deux établissements. La capacité de lavage pouvait atteindre une tonne de linge par jour. Au rez-de-chaussée se trouvait la buanderie proprement dite, au 1<sup>er</sup> étage les salles de repassage et, dans les étages supérieurs, les séchoirs à air froid. Ce bâtiment a fonctionné jusque dans les années 1950-1960, avant d'être délaissé au profit des machines modernes.

Ce bâtiment est inscrit à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques par arrêté du 17 juin 2003. Les travaux permettront de valoriser ce bâtiment important pour le patrimoine de la ville, et jusqu'alors délaissé.

La surface totale est de 1820 m<sup>2</sup> (4 étages et un sous-sol). L'opération représente un coût de 4 850 560 €. Les subventions pour les 2 médiathèques sont les suivantes : la Région Ile-de-France subventionne le projet à hauteur de 1 370 000 € (dont 668 000 € accordés), l'État, à hauteur de 1 611 000 € (en cours), et le Conseil général, à hauteur de 343 000 € (accordés).

**Bilan :**

La construction d'un nouveau site et la rénovation du bâtiment de la Buanderie pour l'implantation d'une « médiathèque à deux têtes » est l'occasion de redynamiser le service municipal qu'est la bibliothèque, concernant les services rendus, les collections proposées. C'est aussi l'occasion de développer une véritable politique de valorisation. Ce renouveau se fera connaître grâce à une politique de communication efficace.

A la suite de l'analyse des différents environnements de la bibliothèque, nous avons donc pu faire ressortir un objectif général que la nouvelle médiathèque doit se fixer pour les quelques années à venir : ***redynamiser la fréquentation de la bibliothèque en tentant de briser la notion d'appartenance à un quartier et d'attirer des publics plus divers.***

Il s'agit donc d'améliorer les services dans deux domaines principaux : la formation initiale et continue et les services envers des publics plus « familiaux ». Les objectifs opérationnels que l'on peut alors se fixer sont les suivants :

- Proposer des collections répondant aux attentes des lycéens et des étudiants en premier cycle universitaire en connaissant mieux les cursus fréquentés ;
- Développer les services liés aux nouvelles technologies : mise à disposition de postes donnant accès à Internet, aide à la recherche bibliographique, sélection de sites de référence ;
- Mieux connaître et travailler en direction des professionnels travaillant à Clamart : proposer des fonds de revues professionnelles, un fonds de références...(sur le modèle de la Médiathèque de Suresnes) ;
- Elargir les services s'adressant aux familles (amplitude horaire plus grande, mise à disposition d'espaces confortables pour la lecture sur place avec des enfants...)

## 2. Les services

### 2.1. Éléments théoriques

De manière générale, service signifie « fonction d'utilité commune, publique ; activité organisée qui la remplit ».

Dans le cadre d'une bibliothèque, le mot service peut être défini comme « prestation auprès de l'utilisateur, afin de faciliter son séjour à la bibliothèque et lui apporter satisfaction ». L'utilisation aujourd'hui massive de l'outil informatique et d'Internet nous amène à compléter cette définition : le service à l'utilisateur existe aussi à distance, en dehors des murs de la bibliothèque.

On peut développer cette notion de la façon suivante :

Pour réaliser ses objectifs, le service doit être accessible à tous les usagers potentiels. La bibliothèque a pour but de servir tous les citoyens et tous les groupes, une étude de la population de la ville est nécessaire pour définir quels sont les usagers à desservir et quels sont leurs besoins. (Si les ressources sont limitées, il n'est pas toujours possible d'offrir à tous les usagers le même niveau de service).

Les services de la bibliothèque ne doivent pas être soumis à une forme quelconque de pression idéologique, politique, religieuse ou commerciale. Ils doivent pouvoir s'adapter afin de refléter les changements de la société et de faire face à des changements conjoncturels ; en effet, « beaucoup des services souhaités peuvent avoir un caractère éphémère ou au moins évolutif dans le temps, pour des raisons multiples (modification des priorités de la tutelle, changement de techniques, affaiblissement d'un public au profit d'un autre, nécessité de choix budgétaires) »<sup>10</sup>. Ils doivent prendre en compte tant les cultures traditionnelles que les nouvelles technologies.

La définition des services à proposer au public n'est pas aisée, car depuis une vingtaine d'années, les actions à destination du public se sont multipliées. La variété des services semble alors infinie. La bibliothèque doit donc établir des priorités fondées sur l'analyse des besoins des usagers et en fonction de leur accès à des services alternatifs. Au

---

<sup>10</sup> *Le Métier de bibliothécaire*, Association des bibliothécaires français, Éditions du Cercle de la Librairie, 2003, p. 356.

cours de la mise en place des services, il est nécessaire d'établir des priorités et de formuler une stratégie pour le moyen et le long terme.

La fonction des services peut être définie ainsi : « Les services d'une bibliothèque ont vocation à assurer la plus large et la meilleure utilisation des collections (aide à la documentation, promotion, communication et circulation), la fourniture d'information (matérielles ou virtuelles, issues ou non des collections), et dans certains cas la production et l'offre de documents bibliographiques, d'expositions, ou de manifestations culturelles ou de loisirs ». <sup>11</sup>

Les principes présidant à l'organisation des services peuvent être les suivants : « Toute bibliothèque fournit des services. Cette fonction de « production » de service recouvre des aspects divers. Le nombre et la segmentation des services offerts dépend du type, de l'échelle et des ressources de chaque bibliothèque. Sans prétendre établir une liste exhaustive des services, ni une échelle complète de tous les niveaux de services possibles, on peut proposer une typologie correspondant aux possibilités et aux cas les plus courants :

---

<sup>11</sup> Giappiconi, Thierry, Carbonne, Pierre, *Management des bibliothèques*, Éditions du Cercle de la librairie, 1997, p.140.

Nature des services	Petit équipement	Équipement moyen	Gros équipement
Communication des documents en accès direct	Manuel ou informatisé	Informatisé, bornes automatisées	Informatisé, bornes automatisées
Communication des documents en accès indirect	Service imbriqué avec le précédent	Magasinage ponctuel	Magasinage permanent, manuel ou informatisé
Réservation	Service imbriqué avec les précédents	Imbriqué avec le service de communication des documents ou automatique	Imbriqué avec le service de communication des documents ou automatique
Accueil	Service imbriqué avec les précédents	Imbriqué ou non avec le service de communication des documents	Personnel d'accueil
Sécurité des personnes et des collections	Service imbriqué avec les précédents	En général imbriqué avec les services de communication et d'information	Personnel de sécurité
Conseil et orientation	Service imbriqué avec les précédents	Imbriqué ou non avec le service de communication des documents	Le plus souvent distinct du service de communication des documents
Référence et information sur place	Service imbriqué avec les précédents	Fonction spécifique ou personnel par roulement	Fonction spécifique
Prêt entre bibliothèques	Recours aux ressources d'un réseau	Fonction ponctuelle	Fonction régulière
Reprographie	Photocopie à la demande	Photocopie libre service	Photocopie, service de reprographie sur demande
Formation du public à l'usage des services	Fonction ponctuelle et personnalisée	Fonction régulière et collective	Fonction régulière et collective
Production des bibliographies ou d'expositions	Fonction ponctuelle	Fonction ponctuelle ou régulière	Fonction régulière
Production ou accueil de manifestations socioculturelles	Fonction ponctuelle	Fonction ponctuelle ou régulière	Fonction régulière

Concernant l'usage du service en général, les qualités premières sont l'accessibilité (situation, horaire, capacité d'accueil), la disponibilité (du personnel et des équipements) et les bonnes conditions d'utilisation (facilité d'usage, confort, ambiance conforme à la nature du service, bon état) des équipements et installations.

Concernant la fourniture de conseils de référence et d'information, la qualité repose sur la pertinence des fonctions de médiation (aptitude à comprendre et à traduire en suggestions de lecture, de consultation, d'indications de recherche ou en réponses satisfaisantes les demandes des usagers).

Concernant la fourniture de documents, les critères de qualité les plus apparents sont la rapidité de délivrance des documents (temps d'attente pour l'emprunt ou la restitution des documents empruntés, délai de fourniture des documents en accès différé ou provenant du prêt entre bibliothèques ou des documents réservés) et la disponibilité des documents (efficacité des modalités de leur mise en circulation : délai de remise en rayon, efficacité des rappels, etc.).

Il convient enfin de ne pas oublier la qualité des prestations annexes (reprographie, offre de productions diverses telles que sacs, éventuellement distributeurs de boissons). »<sup>12</sup>

Comment pouvons-nous envisager d'adapter ces principes généraux à notre projet d'ouverture de médiathèque à Clamart ?

## **2.2. Diagnostic de la bibliothèque en matière de services**

On peut considérer que les bibliothèques de Clamart offrent aujourd'hui aux usagers des services « traditionnels » : des services basiques, qui permettent à la bibliothèque de fonctionner (accueil, prêt et retour des documents, par exemple), ainsi que quelques services tournés vers des publics spécifiques (animations pour les enfants, portage à domicile pour les personnes ne pouvant se déplacer).

Ces services sont certes indispensables, mais relativement insuffisants aujourd'hui. En effet, aucune des bibliothèques de Clamart ne propose d'accès à des postes informatiques au sein de la bibliothèque. Etant donné la place qu'ont pris les nouvelles technologies et les nouveaux usages qu'elles ont engendré, il serait presque urgent que la bibliothèque propose ce genre de services.

Par ailleurs, la bibliothèque est considérée par les Clamartois comme peu dynamique ; agir au niveau des services proposés au public, en renforçant les services existants et en créant de nouveaux, contribuerait à redynamiser l'image de la bibliothèque.

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, p.140-142.

## 2.3. Définir des objectifs

### 2.3.1. Objectifs généraux

Les services sont exclusivement dirigés vers les publics. Les objectifs généraux s'adressent à tout usager de la bibliothèque.

Voici les objectifs généraux proposés en termes de services à tout visiteur de la bibliothèque, qu'il s'agisse des locaux physiques ou du site Web :

1. faciliter l'accès à la bibliothèque, que cet accès soit physique (disposition des lieux), intellectuel (appréhension du fonctionnement de la bibliothèque ou des contenus qui y sont proposés) ou virtuel (site web de la bibliothèque)
2. faire en sorte que le visiteur se sente bien à la bibliothèque physique et lorsqu'il consulte son site web (ergonomie du site)
3. faire en sorte que le visiteur trouve à la bibliothèque physique et sur son site web ce qu'il cherche (et peut-être ce qu'il ne cherche pas)

D'autres services peuvent s'adresser à des publics particuliers, considérés comme « cibles » des actions des bibliothécaires. Parmi ces publics, les personnes en recherche d'emploi ou en formation initiale ou continue seront particulièrement visées pour la mise en place de laboratoires d'autoformation.

### 2.3.2. Domaines concernés par ces objectifs généraux

**1. faciliter l'accès à la bibliothèque**, que cet accès soit physique (disposition des lieux), intellectuel (appréhension du fonctionnement de la bibliothèque ou des contenus qui y sont proposés) ou virtuel (site web de la bibliothèque)

- pour la bibliothèque physique :
  - les horaires
  - le guide du lecteur
- pour le site de la bibliothèque :
  - informations équivalentes à celles du guide du lecteur

2. faire en sorte que le visiteur se sente bien à la bibliothèque physique et lorsqu'il consulte son site web (ergonomie du site)

- pour la bibliothèque physique :

- le prêt et le retour des documents
- les petits services qui facilitent la vie de tous les jours
  - cafétéria
  - gestion des objets perdus
  - panneau d'affichage et d'informations
  - panneau de petites annonces
  - cabine téléphonique
  - fontaine d'eau
  - boîte à livre pour ramener les documents quand la bibliothèque est fermée
- le mobilier
- les règlements
- l'accueil
- portage à domicile

3. faire en sorte que le visiteur trouve à la bibliothèque physique et sur son site web ce qu'il cherche (et peut-être ce qu'il ne cherche pas)

- pour la bibliothèque physique :

- l'accueil et le renseignement bibliographique
- le catalogue informatisé et les bornes d'information multimédia
- les ressources en ligne disponible au sein de la bibliothèque
- recherche documentaire et sessions de formation à la recherche documentaire

- pour le site web

- consultation en ligne du catalogue
- possibilité de consulter son compte lecteur
- possibilité de faire des réservations

## **2.4. Les moyens mis en œuvre pour atteindre les objectifs**

### **2.4.1. L'organisation de la bibliothèque**

#### **2.4.1.1. Les horaires**

L'étude de la population nous a montré que toutes les catégories socioprofessionnelles travaillent dans une large majorité à l'extérieur de la ville. Une amplitude plus grande des horaires de la bibliothèque pourrait profiter à ces catégories de population.

#### **2.4.1.2. Le(s) règlement(s)**

Pour bien fonctionner, la bibliothèque doit se doter d'un règlement. C'est un acte juridique d'organisation des services de la bibliothèque qui doit faire l'objet de délibération en conseil municipal. Claudine Belayche et Hugues Van Besien recommandent, dans *Les bibliothèques de collectivités territoriales, guide de gestion administrative et financière*, de ne pas multiplier les documents annexes pour régler des problèmes particuliers, type « charte multimédia » ou « charte Internet ». Les éléments non pérennes sont généralement rejetés en annexes, et leurs principes sont énoncés dans le corps du document principal.

Les éléments importants qui figurent le plus souvent dans le règlement d'une bibliothèque municipale sont les suivants :

- Préambule de principe ;
- Conditions d'accès et d'usage des locaux ;
- Conditions d'inscription ;
- Condition d'usage des documents ;
- Le prêt ;
- Les services particuliers ;
- Le prêt entre bibliothèques ;
- Les réservations ;
- Les sanctions ;
- Les droits de l'utilisateur ;
- La validité du règlement.

Nous proposons une ébauche de règlement en annexe.

### **2.4.1.3. Le guide du lecteur**

Ce document doit informer le public de la médiathèque en présentant l'établissement et en rappelant les services offerts ainsi que l'accessibilité à ces services.

Il doit être disponible à l'accueil de la médiathèque et distribué à l'utilisateur lors de son inscription.

Le contenu du guide du lecteur reprend de manière synthétique à l'intention des usagers les différentes parties sur les services, collections, activités,... , que nous avons développés tout au long du dossier. Nous n'allons donc pas rappeler ci-dessous toutes ces parties, mais seulement indiquer les grands titres de ce guide avec une indication sur leur contenu.

Contenu du guide du lecteur :

- Première de couverture, photo de la médiathèque
- Sommaire
- Plan de la médiathèque (chaque espace est défini par une couleur différente)
- La Médiathèque en pratique (présentation rapide du bâtiment et des collections disponibles)
- Comment s'inscrire ? (documents à présenter, tarifs, présentation de la carte de lecteur)
- Comment emprunter des documents ? (où emprunter et rendre les ouvrages, nombre de documents empruntables par carte d'adhérent, possibilité de prolongation, pénalité de retard)
- La consultation sur place (description des ouvrages non empruntables et explication de ce statut)
- Comment réserver un document (modalités de réservation)
- Consultation en ligne (présentation du site Internet de la médiathèque et de la possibilité de consulter son catalogue en ligne)
- Les différents départements (présentation précise des différents secteurs de la médiathèque, de leur contenu, présentation chiffrée des collections)
- Accueils de groupes - Animations (jours de visite pour les groupes, rappel rapide des animations proposées ou susceptibles d'être proposées, horaires des animations hebdomadaires)
- Notes (page blanche permettant à l'utilisateur de prendre des notes)
- Quatrième de couverture (rappel des horaires d'ouverture, de l'adresse postale, du numéro de téléphone et numéro de fax, de l'adresse du site Internet)

## 2.4.2. Les services matériels

### 2.4.2.1. Les services informatiques

« L'informatique ne doit pas faire oublier la tâche essentielle du bibliothécaire, qui est d'établir une médiation entre le public et le document. En raison de la complexité et la diversité des outils matériels et logiciels et des configurations que leur assemblage permet, l'acquisition et l'exploitation d'outils informatiques dans une bibliothèque, quelle qu'elle soit, suppose un examen attentif des besoins réels, de l'organisation du travail et des moyens humains susceptibles de les utiliser au mieux. »<sup>13</sup>

#### 2.4.2.1.1. L'équipement : le parc informatique

Le matériel informatique se compose de machines (ordinateurs) reliées entre elles et à d'autres composants grâce à une connectique (cablage).

« L'outil informatique a un coût qui ne se résume pas à celui de l'achat du matériel et des logiciels, mais qui doit s'évaluer par rapport au coût d'ensemble du service et à la « rentabilité » de l'investissement initial ».

« Mise en œuvre d'un système technique souvent coûteux, l'informatisation repose sur une configuration (assemblage de matériels et de logiciels) qu'il faut concevoir avec des partenaires et des prestataires. Enfin, l'exploitation d'un système informatique suppose que l'organisation et les personnels soient adaptés et formés à l'outil. »

Les postes informatiques mis à disposition du public dans la bibliothèque sont destinés à deux usages différents : la consultation du catalogue et l'accès à des ressources électroniques. Ces deux usages amèneront à penser deux systèmes d'accès :

- la consultation du catalogue se fera au moyen de bornes d'information, consultables en position debout, pour un usage rapide ;
- l'accès aux ressources électroniques sera d'accès plus restreint et organisé, pour un usage prolongé.

Notre objectif est de faire en sorte que les ressources électroniques complètent véritablement les collections papier. Nous devons donc faire en sorte qu'à chaque étage des postes informatiques soient à la disposition du public.

---

<sup>13</sup> Chapitre « l'informatique appliquée aux bibliothèques », Dominique Peignet, in *Le Métier de bibliothécaire*, p.367-377.

#### 2.4.2.1.2. Le système intégré de gestion

Pour gérer informatiquement les services proposés au public, mais aussi des services à usage interne (gestion du fichier des lecteurs, bulletinage, gestion des acquisitions, statistiques, ...), la bibliothèque se dote d'un système intégré de gestion. Des fournisseurs spécialisés fournissent aujourd'hui des produits adaptés aux usages des bibliothèques, qu'il est possible de faire évoluer et de paramétrer au gré des besoins.

Nous nous attacherons ici à l'étude de la partie visible pour le public du SIGB, à savoir le catalogue informatisé, ainsi que la recherche documentaire et l'accès public en ligne.

##### 2.4.2.1.2.1. Le catalogue

Le catalogue est le versant professionnel de l'accès public appelé Opac (On Line Public Access Catalog) ou Ciel en français (catalogue interactif en ligne).

A quelles opérations se livrent les bibliothécaires pour présenter au mieux leurs fonds au public ?

Un catalogue est composé de notices bibliographiques, auxquelles sont rattachés des fichiers exemplaires. Ces notices décrivent les documents. Elle sont le plus souvent codées dans un format (le plus courant est Unimarc) structuré en champs normalisés. C'est à partir de ces champs que l'interrogation ou la recherche seront possibles.

Il est aujourd'hui possible d'enrichir les notices en leur adjoignant des résumés, des sommaires, voire des images. Il est aussi possible d'enrichir les points d'accès que sont les auteurs, les titres ou les sujets en les associant à des adresses de sites Web, le catalogue de la bibliothèque s'ouvrant alors sur l'information disponible à l'extérieur de la bibliothèque. C'est ce type de catalogue que l'on peut trouver, par exemple, à la bibliothèque de Fresnes.

##### 2.4.2.1.2.2. La recherche documentaire et l'accès public en ligne

L'Opac ou le Ciel se présentent sous la forme d'une interface permettant à l'utilisateur de formuler sa requête et d'obtenir des réponses.

Il faut veiller à ce que cet accès public soit ergonomique, agréable et simple à utiliser. Cet accès sera à la disposition des usagers dans la bibliothèque sous la forme de borne d'information, mais également *via* le site Web de la bibliothèque.

Les services proposés peuvent être les suivants :

- recherche documentaire *via* différents accès (auteur, sujet, ...) ;
- aide en ligne ;
- accès à des ressources numériques sélectionnées.

#### 2.4.2.1.3. Les services proposés en ligne

Dans la perspective d'inscrire la « médiathèque à deux têtes » dans son époque, nous souhaiterions qu'elle mette en ligne un certain nombre de services dans le cadre d'un site Web.

Ce site Web pourrait proposer une rubrique d'actualités, une rubrique de dossiers thématiques (question développée dans la partie concernant la valorisation), des informations reprenant celles contenues dans le guide du lecteur, ainsi que des éléments communs à tout site Web (plan du site, ...).

Le site Internet de la médiathèque doit permettre la consultation en ligne du catalogue et du guide du lecteur. Il doit également donner aux usagers la possibilité d'interroger leur compte de lecteur grâce au numéro figurant sur leur carte d'emprunteur et à un code personnel.

Nous souhaiterions offrir, grâce au compte du lecteur deux services plus personnalisés aux usagers. En effet, ce compte permet d'identifier par le biais du numéro de carte et du mot de passe chaque lecteur ainsi que les ouvrages qu'il a en sa possession. Nous aimerions donc que les usagers puissent réaliser sur le site de la médiathèque le renouvellement des documents qu'ils désirent conserver plus longtemps. Bien sûr cela ne serait possible que pour les supports papier, à condition que la date de retour n'ait pas été dépassée et qu'aucun lecteur n'ait fait de réservation.

Nous voudrions également proposer un service de réservation en ligne. L'utilisateur, en consultant le catalogue de la médiathèque doit pouvoir visualiser si le document qu'il recherche est disponible ou non. Si l'ouvrage se trouve en rayon, l'utilisateur ne peut pas effectuer de réservation. Par ailleurs, si le document est emprunté, le lecteur devrait pouvoir effectuer une réservation en cliquant sur une icône placée à côté de l'exemplaire prêté et en indiquant son numéro de carte.

Il serait peut-être intéressant que les usagers puissent également réserver par le biais d'Internet les documents sur lesquels ils veulent travailler. Cela suppose que l'utilisateur se rende le jour même à la médiathèque, afin de ne pas pénaliser le public se trouvant sur place.

Ces services en lignes demandent un travail particulier au niveau du catalogue et des fichiers de prêt afin que tout soit lié, que les informations circulent bien et qu'elles soient continuellement mises à jour. Cette offre requiert un gros travail d'organisation de la part des bibliothécaires, avec la nécessité d'organiser une « veille » permanente pour le retrait immédiat de la circulation des documents réservés, mais serait bien utile aux usagers et permettrait d'éviter des déplacements inutiles.

Ce site Web pourrait enfin offrir la possibilité à l'internaute de contacter la bibliothèque par le biais de la messagerie électronique. Un service de « Foire aux questions » (FAQ) permettrait de répondre aux questions les plus couramment posées par les internautes.

#### 2.4.2.1.4. L'accès aux ressources électroniques dans l'enceinte de la bibliothèque

Il faut penser à une façon de réguler l'accès aux postes informatiques.

La vocation de la médiathèque est de donner à tous un accès à l'information, quel que soit le support de cette information. Nous avons donc mis en place un service d'accès à Internet et aux logiciels de traitement de texte afin de favoriser les recherches et le travail personnel. Il nous semble important de laisser à l'utilisateur la liberté de consulter son courrier électronique car de nombreuses personnes ne disposent pas d'Internet à leur domicile. Il ne faut cependant pas que la médiathèque se transforme en cybercafé. C'est pourquoi tout n'est pas accessible sur les postes grâce à des logiciels de filtrage. Par ailleurs, si les usagers peuvent consulter leur messagerie, ils ne peuvent pas « chatter ».

Nous souhaitons proposer une offre documentaire structurée avec une sélection de signets et le maintien d'une liste de sites validés. Cependant, l'utilisateur peut avoir accès à d'autres sites car un accès exclusivement sélectif s'oppose au principe d'autonomie de l'utilisateur et va à contresens de ce qu'est Internet. Par ailleurs, certains usagers parviennent très rapidement à franchir les barrages que l'on peut leur opposer.

Ce service est accessible aux jeunes ayant plus de quatorze ans ainsi qu'aux adultes. Seules les personnes munies d'une carte de la médiathèque peuvent prétendre à cette prestation. Les usagers peuvent utiliser un poste informatique pendant une heure consécutive dans la journée. La réservation d'un poste peut se faire auprès de la personne chargée de ce service une semaine à l'avance. L'utilisateur doit donner sa carte de lecteur au bibliothécaire durant la durée d'occupation du poste.

#### A clarifier

Une utilisation plus souple peut-être effectuée lorsque tous les postes ne sont pas occupés. Par ailleurs, il faut réserver un nombre de postes immédiatement accessibles, pour que les ressources numériques deviennent véritablement le complément des collections papier ; un usager doit pouvoir consulter les ressources électroniques aussi facilement qu'il prend un ouvrage sur les rayons.

Ces postes informatiques doivent être reliés à une imprimante non partagée avec le personnel afin de permettre aux usagers d'imprimer certaines recherches ou travaux qu'ils ont effectués.

Question de l'imprimante mise à disposition ou non et comment ?

Les postes informatiques sont disposés dans les espaces publics, afin de privilégier l'accès spontané et le passage rapide d'un support à un autre.

#### 2.4.2.1.5. Laboratoires d'autoformation

La médiathèque souhaite offrir un service d'autoformation et d'étude des langues aux usagers. L'installation de cinq laboratoires est envisagée. Ces espaces doivent être équipés soit de lecteurs CD munis de casques, soit d'un outil informatique permettant d'utiliser les méthodes proposées sur cédérom ou DVD. Les possibilités offertes dans ce domaine par les cédéroms permettent une mise en place beaucoup plus aisée, le support étant peu fragile et son utilisation étant très efficace en raison de leur caractère interactif.

L'accès à ces espaces se fera de la même manière que pour l'accès à Internet.

### **2.4.2.2. Les autres services matériels**

#### 2.4.2.2.1. La photocopieuse

Dans un établissement recevant du public, ou accessible au public, qu'il s'agisse d'une école, d'une bibliothèque, d'une université, d'un conservatoire ou d'une administration, toute copie est considérée comme destinée à une utilisation collective. L'exception pour copie privée ne s'applique jamais, quel que soit le support, quelle que soit la quantité copiée. Les bibliothèques doivent donc partir du principe que toute copie doit être couverte par une autorisation.

Concernant la reprographie, les bibliothèques relèvent du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC)<sup>14</sup>.

#### 2.4.2.2.2. L'imprimante

Il est important de permettre au public de garder une trace de ses recherches. Mais ce support est lui aussi soumis au droit de copie, et peut entrer dans le cadre du contrat passé entre la bibliothèque et le CFC.

#### 2.4.2.2.3. La cafétéria

Nous proposons de mettre à disposition de nos usagers un espace cafétéria, où ils pourront trouver de quoi se sustenter et se rafraîchir. En effet, certains usagers passent de longs moments à la bibliothèque, et il nous semble important de proposer ce type de service.

---

<sup>14</sup> Voir le site Internet, [www.cfcopies.com](http://www.cfcopies.com), consulté le 24/03/2005.

Nous pouvons imaginer que cet espace se situerait au rez-de-chaussée de la bibliothèque, à l'entrée.

Concernant l'offre alimentaire proposée, nous pourrions nous adresser à la mairie, dont on peut imaginer qu'elle propose déjà ce genre de service dans d'autres établissements municipaux (piscine, salles de sport...). Qu'elle passe par le biais de la mairie ou que la bibliothèque entreprenne elle-même les démarches, ce service sera externalisé, dans le cadre d'un contrat passé avec une entreprise extérieure, choisie suite à un appel d'offres ou en négociation directe.

#### 2.4.2.2.4. Au service des services : le mobilier

Nous n'avons pas opéré de choix particulier concernant le mobilier relatif aux services qui prendra place dans le bâtiment de la Buanderie, mais nous avons recensé les critères à prendre en compte, et envisagé la meilleure façon d'organiser l'espace autour de ce mobilier.

Les mobiliers à étudier plus particulièrement sont les suivants :

- La banque d'accueil.
- Les banques de prêt et retour : on peut imaginer que les banques de prêt et de retour soient à hauteur de bureau. En effet, il nous semble qu'un meuble à hauteur de comptoir, où l'utilisateur est debout et le bibliothécaire, assis, amène ce dernier à des manipulations de documents pas toujours pratiques. On pensera à une tablette de courtoisie, bien utile pour poser son sac et le charger ou décharger en documents.
- La consultation sur place de documents.
- Les bornes informatiques de renseignement.

#### 2.4.2.2.5. Pour garantir la sécurité des documents : l'équipement antivol

Nous avons d'adopter le système RFID, qui concerne un usage plus large que le simple antivol<sup>15</sup>. Bien que nous entendions parler de plus en plus de ce système, ce choix se révèle audacieux. En effet, déjà bien développée dans d'autres secteurs (marquage du bétail, gestions de stocks de marchandise, mouvements des bagages dans les aéroports, suivis des paquets par les sociétés de transport et de messagerie, carte Navigo de la RATP, par exemple), cette technologie commence à se développer dans le cadre des bibliothèques. Les plus connues à ce jour à l'avoir adoptée sont Singapour, Marseille et La Ciotat.

Le RFID (« Radio Frequency Identification ») est une technologie qui allie un « transpondeur » (antenne radio qui peut émettre des informations) et une puce (sur laquelle

on peut saisir — coder — des informations). Elle se présente sous la forme d'une étiquette aux formats différents (de quelques centimètres à plusieurs dizaines de centimètres). Le RFID pour bibliothèque se présente comme une feuille de plastique de format 5 cm x 5 cm, insérée dans une étiquette autocollante.

L'avantage d'un tel système en bibliothèque est qu'il permet de combiner plusieurs choses : il permet la lecture à distance de la puce (inventaire sans sortir les documents des rayonnages, opérations de prêt et retour plus aisées, possibilité de repérer tous les composants d'un document sans l'ouvrir, comme dans le cas d'un CD) et il permet de charger la puce en informations : il peut ainsi faire fonction d'antivol par activation ou désactivation.

Pour lire ces puces, il faut les équipements adéquats. Ceux qui étaient disponibles en 2000 (date de l'article) étaient les suivants :

- le poste de prêt et de retour ;
- l'assistant de prêt ou de retour ;
- le portique antivol ;
- le lecteur pour inventaire ;
- la station d'encodage ;
- la « trieuse » de documents ;
- la « boîte à livres ».

#### 2.4.2.2.6. Autres petits services

- gestion des objets perdus
- panneau d'affichage et d'information
- panneau de petites annonces
- boîte à livres
- l'accès à la bibliothèque

##### ➤ Transports en commun

Les lignes de bus passant le plus près de la future médiathèque sont les lignes 189 (Georges-Pompidou / Porte de Saint-Cloud) et 191 (Place du garde / porte de Vanves).

La ligne 189 part de Clamart, place Georges Pompidou, à proximité de l'autre « tête » de la « médiathèque à deux têtes ». Cette ligne peut constituer un moyen de relier les deux têtes de la médiathèque. Dans l'autre sens, après avoir traversé Boulogne-Billancourt, Issy-

---

<sup>15</sup> Les considérations techniques s'appuient sur un article du Bulletin des bibliothécaires français, « Les puces envahissent les bibliothèques », Jean-Paul Roux-Fouillet, in BBF 2000, t.45, n°6, p.66-70.

les-Moulineaux, Vanves et Malakoff, cette ligne dessert la gare de Clamart puis se dirige vers la mairie.

La ligne 191 part de la place du Garde à Clamart, à quelques arrêts de notre Buanderie, et se dirige ensuite vers Châtillon.

Nous pouvons dire que les lignes de bus les plus proches de la médiathèque parcourent Clamart du sud au nord et d'est en ouest.

#### ➤ Parking

Pour les usagers qui se rendent à la bibliothèque en véhicule privé, il faut prévoir un parking proche de la bibliothèque. Un espace est prévu à cet effet à l'extérieur du bâtiment. Cet emplacement doit être sûr et bien éclairé. Il doit contenir des espaces réservés pour les personnes handicapées, un nombre suffisant de places de parking, ainsi que des râteliers à bicyclettes pour les personnes affectionnant ce mode de transport.

#### - le portage à domicile

Un service de portage à domicile peut être envisagé pour les personnes à mobilité réduite. Cette prestation existe déjà à Clamart, grâce à un partenariat entre la bibliothèque de la Mairie et le CCAS (centre communal d'action sociale). Les livres sont apportés en même temps que la livraison des repas à domicile. Le CCAS propose un certain nombre de services aux Clamartois de plus de 65 ans (60 ans en cas d'inaptitude au travail) de nationalité française ou résidant régulièrement en France.

Nous désirons maintenir cette offre en entretenant ce partenariat entre la médiathèque de la Buanderie et le CCAS. Pour bénéficier du portage à domicile, la personne doit faire une demande auprès d'un agent de cette organisation. Celui-ci se rend alors au domicile du particulier avec une liste de livres (romans, documentaires, ..., ouvrages en gros caractères ou enregistrés sur support audio) empruntables. Les livres choisis sont ensuite déposés au domicile avec le plateau-repas. Trois ouvrages peuvent être empruntés pour une durée de trois semaines. L'agent du CCAS revient à la demande de l'utilisateur afin de rapporter les ouvrages à la médiathèque et d'en choisir de nouveaux, selon son choix.

### **2.4.3. Les services humains : toutes les formes d'accueil**

L'accueil des usagers ne s'improvise pas ; être aimable et sourire n'est pas toujours suffisant. Une formation est nécessaire.

Par ailleurs, l'accueil ne se réduit pas à des postes implantés à différents endroits de la bibliothèque ; l'accueil concerne toute la bibliothèque, tous les services. Comme le dit Bertrand Calenge, « l'accueil irrigue toutes les fonctions ». L'accueil s'adresse aux usagers

réels de la bibliothèque, mais aussi aux usagers potentiels ; en effet, les moyens de communication déployés à l'attention des publics non usagers est aussi une forme d'accueil.

Il faut concevoir l'organisation de l'accueil, mettre en place des critères qui permettent l'évaluation, déterminer les moyens en termes de budget, de matériel et de personnel pour bien organiser l'accueil.

#### **2.4.3.1. L'accueil**

Nous envisageons de placer à l'entrée de la bibliothèque un poste d'accueil. C'est le lieu du premier contact entre le public et la bibliothèque.

#### **2.4.3.2. Le renseignement bibliographique<sup>16</sup>**

La demande du public en matière de recherche documentaire est de deux types :

- une demande de contenus (réponses à des questions ponctuelles, documentation relative à un sujet) ;

- renseignement bibliographique :
  - identifier un document, c'est-à-dire vérifier, compléter ou corriger certains éléments connus de son signalement ;
  - dresser une liste de documents pertinents sur un sujet donné.
- renseignement ponctuel ou pratique :

Cette catégorie de demandes ne considère plus la bibliothèque comme une collection de documents, mais comme un gisement d'informations dont il s'agit d'extraire la réponse à la question posée : l'aide demandée va jusqu'à l'accès à l'information elle-même. De telles demandes appellent, à propos de n'importe quel secteur d'activité ou domaine de la connaissance, des réponses de niveaux différents :

- simple donnée (statistiques, illustration, définition de terme, adresse, date, localisation sur une carte... ) ;
  - courte synthèse ou bref état de la question (article d'encyclopédie, de dictionnaire ou d'annuaire d'événements).
  - coordonnées de personnes ou d'organismes ressources.
- une demande de savoir-faire (techniques de recherche, choix des outils, tri des résultats) :
- Savoir manipuler ;
  - Savoir lire et se repérer ;

---

<sup>16</sup> Ces propos sont fortement inspirés du chapitre « les recherches documentaires », rédigé par Nicole Le Pottier, in *Le Métier de Bibliothécaire*, p.263-280

➤ **Savoir choisir.**

Le service de renseignement a le choix entre donner la réponse ou aider à construire la recherche.

L'aide s'applique à toutes les étapes d'une démarche documentaire :

- dans la phase préalable d'analyse, où l'on s'efforce de définir les données du problème (ce qu'on cherche et les éléments dont on dispose au départ) ;
- dans le choix des instruments de recherche qui s'opère en fonction des fonctionnalités de ceux-ci (contenu et accès) croisées avec les besoins relevés dans l'étape précédente ;
- dans la conduite de la recherche elle-même (ordre des opérations et maniement des instruments) ;
- dans la nécessaire évaluation des résultats obtenus, qui peut éventuellement faire apparaître l'utilité de poursuivre la recherche dans un autre organisme documentaire.

#### **2.4.3.3. Les animations**

Les animations proposées au public participent elles aussi de l'accueil réservé aux usagers. Leur contenu est développé dans le chapitre consacré à la valorisation.

#### **2.4.3.4. Les opérations de prêt et retour des documents**

Les lecteurs peuvent emprunter jusqu'à dix documents, avec au maximum un DVD, trois CD, deux revues et quatre bandes dessinées par carte. Le nombre de livres n'est pas limité, mais ne doit pas excéder, ajouté aux autres supports, le total de dix documents.

Tous les documents sont empruntables pour une période de trois semaines, avec la possibilité d'effectuer, à une seule reprise, une prolongation pour la même durée, à condition que les documents ne soient pas rendus en retard et qu'aucun autre lecteur n'ait réservé ces ouvrages. Aucune prolongation ne peut être réalisée pour les CD et DVD, afin que tous les usagers puissent avoir accès à ces documents présents en moins grand nombre dans la médiathèque.

Le prêt des ouvrages peut s'effectuer aux bornes de prêt, situées à chaque étage de la médiathèque. Le retour des documents est centralisé au rez-de-chaussée de l'établissement. Le retour centralisé permet de débarrasser rapidement l'utilisateur des documents qu'il rapporte, et autorise une certaine économie de personnel. En revanche, cela demande une très bonne organisation de l'espace pour stocker les chariots, ainsi qu'une bonne gestion du temps, afin que la remise en rayon des ouvrages ne soit pas trop longue.

Nous avons décidé de ne pas sanctionner d'une amende les usagers qui rapportent les ouvrages avec du retard. Cependant, chaque jour de retard par document entraînera un jour de suspension sur la carte du lecteur. Celui-ci ne pourra pas emprunter de document durant toute la durée de la sanction, ni avoir accès aux services nécessitant la carte d'utilisateur (accès à Internet, visualisation sur place de DVD, accès aux labos de langue).

#### **2.4.3.5. Les réservations**

Si un document n'est pas disponible car emprunté, un lecteur peut effectuer une réservation de cet ouvrage. Un usager peut réaliser au maximum quatre réservations sur l'ensemble des supports présents dans la médiathèque.

Les réservations se font auprès des bureaux de prêt et de renseignement. Le lecteur doit se munir de sa carte d'adhérent pour faire enregistrer sa demande par le bibliothécaire. Dès que le document est disponible, il est mis de côté pour une durée de cinq jours et un courrier est envoyé à l'utilisateur. Passé ce délai, l'ouvrage est remis en rayon.

Les réservations doivent également pouvoir se faire sur place, à partir des écrans de consultation des catalogues.

Nous pensons qu'il est également important qu'un usager puisse réserver un document par le biais d'Internet. Cette suggestion de service sera développée ultérieurement.

#### **2.4.4. Evaluation**

L'évaluation repose sur une analyse des besoins de la communauté. Si la médiathèque souhaite et doit offrir des services qui correspondent aux besoins de la communauté toute entière, il faut connaître l'ampleur de ces besoins. Comme les besoins et les attentes des publics évoluent, il est nécessaire de faire régulièrement des enquêtes, par exemple tous les cinq ans. La bibliothèque doit se préoccuper de vérifier l'adéquation de son activité aux publics qu'elle a choisi de servir.

L'évaluation des besoins de la ville de Clamart permettra à la médiathèque de collecter des informations détaillées sur la collectivité et ses besoins en matière de bibliothèque et d'information. La planification et la politique générale de l'établissement seront fondées sur les résultats de cette enquête et l'on obtiendra ainsi une concordance entre les besoins et les services.

Il faudra que l'enquête permette d'obtenir :

- des informations socio-démographiques sur la communauté locale (profil par groupe d'âge et par sexe, diversité ethnique, niveau d'éducation),
- des données sur les organisations présentes dans la communauté (institutions d'enseignement, centres de soins, hôpitaux, associations, ...),
- des informations sur les entreprises et le commerce dans la localité,
- la zone de couverture de la médiathèque (où habitent les usagers par rapport à l'établissement),
- les services d'information offerts par d'autres organismes dans la communauté.

Ce genre d'enquête permettra de réaliser un profil de la collectivité. Les bibliothécaires pourront alors adapter et planifier le développement des services selon les besoins de la population de la ville.

Cette évaluation devra être complétée régulièrement par des enquêtes auprès des publics pour savoir quels sont les services qu'ils attendent de l'établissement et comment les usagers jugent les services qui leur sont offerts.

Cette enquête devra vérifier :

- l'adéquation des heures d'ouverture,
- l'importance des collections,
- la serviabilité du personnel,
- les services disponibles,
- l'adaptation des services à la communauté,
- la qualité des collections.

L'enquête de satisfaction ne devra pas se limiter à des questions fermées, mais laisser aussi la possibilité de réponses plus libres, afin d'approfondir les réactions des utilisateurs. En effet, l'enquête doit surtout creuser les insatisfactions du public. Cela permettra de définir une orientation pour l'amélioration des services.

Cependant, ces évaluations concernent souvent seulement les utilisateurs de la bibliothèque, alors que les services sont créés à destination de tous les publics de la communauté. Il faudrait réaliser une étude sur l'ensemble des membres de la collectivité par rapport à la bibliothèque. Cette enquête nécessite une distribution à plus grande échelle, donc

plus de moyens, mais cela permettrait de collecter plus d'informations et de mieux comprendre le comportement des publics réels et potentiels.

Le travail d'enquête est une technique particulière et, si les ressources le permettent, il est préférable de contacter une société extérieure spécialisée afin d'obtenir des résultats plus objectifs.

## **3. L'organisation des collections**

« Le but de toute organisation du développement d'une collection doit être de fournir à la bibliothèque des ressources documentaires qui répondent de façon appropriée aux besoins de la population qu'elle a pour mission de desservir, dans le cadre de ses ressources budgétaires et humaines. Pour atteindre ce but, chaque segment de la collection doit être développé proportionnellement à son importance au regard des missions de la bibliothèque et des besoins de ses usagers » Bonita BRYANT<sup>17</sup>

### **3.1. Etude de l'existant : les publics, les partenaires et les collections à Clamart**

#### **3.1.1. Les publics à Clamart**

##### **3.1.1.1. Rappel : les publics actuels des bibliothèques**

D'après ce que nous avons vu précédemment, nous savons que 18,85% (9 594 personnes) des 48 572 habitants de Clamart fréquentaient les services de la bibliothèque en 2003, dont 2 812 moins de 14 ans (5,78% de la population totale de Clamart) et 6 276 plus de 14 ans<sup>18</sup> (12,92% de la population totale).

Nous savons aussi que les usagers du réseau sont très largement des habitants de la ville qui ont au deux tiers plus de 14 ans et empruntent pour les trois quart uniquement des livres. De plus, bien que les inscrits de moins de 14 ans ne représentent qu'un tiers des inscrits, ils sont plus actifs que les inscrits de plus de 14 ans.

Mais nous ne pouvons pas avoir de données plus précises car le système de gestion actuellement utilisé ne permet de réaliser des statistiques précises ce qui est fort dommageable pour une évaluation efficace du service rendu.

---

<sup>17</sup> In *The organisational structure of collection development*, Library resources and technical services, 1987, n°31, p. 118

<sup>18</sup> 14 ans étant l'âge communément admis auquel un usager passe d'une inscription jeune à une inscription adulte.

### **3.1.1.2. Les publics potentiels**

Par publics potentiels on entend en réalité l'ensemble de la population clamartoise, puisque la bibliothèque a pour mission de desservir, en théorie, la totalité de la commune (habitants, employés travaillant dans la commune, étudiants éventuels...), mais aussi les habitants des communes environnantes, voire même des publics plus spécifiques si la bibliothèque veut se positionner comme un pôle d'excellence dans un domaine précis.

Clamart est une commune dont près de la moitié des habitants sont actifs (23 669 habitants). Il y a une certaine homogénéité dans la répartition des CSP : 26,2% de cadres, 26% de professions intermédiaires, 28% d'employés, 13,6% d'ouvriers et 6% d'artisans. Si les professions supérieures et intermédiaires sont assez bien représentées dans les publics actuels des bibliothèques de Clamart, on peut considérer qu'il faudrait améliorer la fréquentation des populations issues des milieux ouvrier et artisanal.

De même, nous savons que près d'un quart des Clamartois sont scolarisés (11 950) sachant que 86% des 3-24ans sont scolarisés. Ce fort taux de scolarisation pourrait être un atout pour la bibliothèque qui peut chercher à développer, par exemple, des actions envers les publics collégiens et lycéens qui sont souvent des publics fréquentant peu les bibliothèques, ainsi qu'envers les étudiants, puisque nous savons aussi que près de 62% des jeunes Clamartois poursuivent des études supérieures.

## **3.1.2. Les partenaires actuels des bibliothèques**

Les bibliothèques de Clamart travaillent avec des écoles maternelles et primaires pour des heures du conte, mais aussi des activités plus ponctuelles (visites d'auteurs, visites de conteurs...) et participe au prix littéraire des écoles en proposant la sélection de livres et faisant venir des auteurs.

De même, les bibliothèques travaillent plus ou moins régulièrement avec les centres de loisirs présents sur le territoire de la ville, des PMI, un crèche familiale, des crèches départementales et des centres de loisirs maternels. Les actions des bibliothèques se font principalement en direction des jeunes.

## **3.1.3. Les collections des bibliothèques de Clamart**

### **3.1.3.1. Organisation générale des collections**

A l'heure actuelle, le service des bibliothèques de la ville de Clamart compte une bibliothèque centrale, quatre bibliothèques annexes et une discothèque. Dans l'ensemble du

réseau, les collections sont mises à disposition du public de façon sectorisée, en prenant en compte le support du document et l'âge du public auquel il est destiné principalement. Ainsi, chaque bibliothèque présente un secteur adulte et un secteur jeunesse. Quant aux documents audio musicaux, ils sont majoritairement empruntables à la discothèque située dans les bâtiments du conservatoire municipal de musique mais aussi à l'annexe de la Plaine. Notons que le classement des documentaires au sein des bibliothèques clamartaises se fait selon la classification décimale de Melvil Dewey<sup>19</sup>.

### **3.1.3.2. Le choix du fonds de la bibliothèque centrale comme fonds de référence pour l'évaluation des collections**

Afin d'étudier le fonds existant nous avons pris comme fonds de référence celui de la bibliothèque centrale située dans le Centre Administratif de Clamart, fonds composé de livres, périodiques et livres lus sur cassettes. La raison de ce choix est due à deux facteurs principaux : l'un d'espace et l'autre de temps. En effet, le territoire sur lequel s'étend la ville de Clamart est très important et les quatre services annexes de la bibliothèque sont donc disséminés sur l'ensemble de ce territoire ; or, nous ne disposons pas d'assez de temps pour pouvoir nous rendre sur les différents sites et étudier au mieux l'ensemble des fonds des cinq bibliothèques ainsi que celui de la discothèque. Notre choix s'est donc porté sur le service central de la bibliothèque. Ce choix ne prend certes pas en compte l'ensemble de l'offre documentaire proposée sur le territoire de Clamart ainsi que l'ensemble des usagers des bibliothèques de la ville, mais dans le cadre de notre projet il nous a semblé suffisant de s'attacher à cette seule bibliothèque si nous complétons cette étude par une étude de l'environnement de la nouvelle médiathèque.

Comme nous l'avons dit précédemment, les collections des bibliothèques de Clamart, et par conséquent celles de la bibliothèque centrale, sont organisées sur le type : secteur jeunesse/secteur adulte. De plus, à l'heure actuelle, chaque secteur prend en charge ses propres acquisitions. En effet, le choix a été fait de réaliser les acquisitions par secteur et non par segments de collection ou « domaines de connaissance ». Il n'y a donc pas de réelles

---

<sup>19</sup> Bibliothécaire américain de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, il mit en place dès 1876 la première version de sa classification décimale *A classification and subject index for cataloguing and arranging the books and pamphlets of a library*. La classification décimale de Dewey propose de représenter l'ensemble du savoir humain en dix classes représentant neuf disciplines fondamentales : Philosophie, Religion, Sciences sociales, Langues, Sciences pures, Techniques, Beaux-arts et loisirs, Littérature, Géographie et histoire générale auxquelles s'ajoute la classe Généralités. Ces classes sont représentées par dix divisions principales numérotées de 000 à 900 chacune se subdivisant à son tour. (D'après Annie Béthery in *Abrégé de la classification décimale de Dewey, nouvelle édition à partir de la XXI<sup>e</sup> édition intégrale en langue anglaise*, Cercle de la Librairie, 1998)

continuité et homogénéité entre les collections présentes en secteur jeunesse et en secteur adulte.

Les acquisitions adultes sont réalisées sur l'ensemble du réseau ; en effet, il n'y a qu'un seul circuit du livre adulte et un budget commun. Des responsables sont désignés suivant leurs domaines de compétences. Il y a ainsi huit responsables des acquisitions adultes se répartissant de la sorte :

- philosophie, psychologie, sociologie, géographie ;
- sciences, techniques ;
- littérature (sauf romans) ;
- histoire ;
- beaux-arts, sports, travaux manuels ;
- bandes dessinées ;
- pédagogie, éducation, soutien scolaire ;
- fictions ;
- science fiction.

En section jeunesse, les acquisitions sont faites au moyen d'un comité de lecture *intra* bibliothèques qui lit les nouveautés déposées par office du libraire et sélectionne les titres retenus.

### **3.1.3.3. Évaluation des collections de la bibliothèque centrale**

Les fonds adulte et jeunesse de la bibliothèque centrale sont très majoritairement des fonds livresques puisque sur un total de 90 611 documents hors réserve<sup>20</sup> les livres représentent 82 085 documents, c'est à dire 90,5% du fonds.

A la fin de l'année 2004<sup>21</sup>, le secteur adulte proposait 58 759 livres (64,8% du fonds total) dont (approximativement) :

- 26 841 documentaires ;
- 17 240 fictions classées par ordre alphabétique d'auteurs et séparées en quatre catégories : les romans francophones, les romans policier, les romans en langues étrangères et les romans en gros caractères ;
- 2 024 bandes dessinées ;
- 76 abonnements à des périodiques représentant 5 700 documents empruntables ;

---

<sup>20</sup> La bibliothèque centrale possède une réserve contenant 7 959 documents.

<sup>21</sup> Données obtenues d'après les statistiques internes réalisées pour le rapport annuel de 2004.

- une centaine de livres de référence en salle de travail (collections encyclopédiques, dictionnaires, atlas...) classés par thèmes (littérature, économie, géographie, histoire) ;
- une centaine de méthodes de langues et des livres lus sur cassettes.

Le fonds du secteur jeunesse est composé des mêmes types de documents que le secteur adulte, albums en plus. Il y avait ainsi en 2004 23 326 livres (25,7% du fonds total) dont (approximativement) :

- 7 300 documentaires séparés en deux catégories : « mes premiers documentaires » (1 000 s'adressant aux jeunes enfants (4-8 ans) se trouvent dans des bacs proches des albums ; le reste des documentaires, 6 300, se trouvant sur des linéaires) ;
- 1 900 fictions classées par ordre alphabétique d'auteur et avec un espace réservé aux adolescents (1 500 documents) ;
- 4 710 albums (1 160 pour les 0-3 ans ; 3 550 pour les 4-8ans) ;
- 1 600 bandes dessinées (800 pour les 4-8ans et 800 pour les 8-12 ans) ;
- 18 abonnements à des périodiques représentant 1 539 revues empruntables ;
- 200 livres de référence ;
- une centaine de livres-lus souvent interclassés avec les documentaires.

Nous avons alors réalisé l'évaluation des fonds selon les différents fonds que nous venons de présenter.

#### 3.1.3.3.1. Évaluation du fonds de référence

En section adulte, l'espace réservé au travail sur place propose des livres de référence non empruntables. Il en est de même au sein du secteur jeunesse. Le fonds adulte propose des collections encyclopédiques, des dictionnaires, des livres de référence organisés selon les thèmes suivants : Littérature, Encyclopédies, Economie, Géographie, Histoire.

Le fonds de référence de la bibliothèque, en section adulte comme en section jeunesse, est très majoritairement obsolète : en effet, les encyclopédies mises à disposition datent très souvent des années 70-80. Cela pose particulièrement problème dans le domaine de la géographie et de l'histoire où les documents mis à disposition ne présentent pas de données pertinentes. En section adulte, on peut aussi s'interroger sur l'intérêt de posséder deux encyclopédies généralistes en plusieurs volumes : ne pourrait-on pas remplacer au moins une de ces ressources par des ressources informatiques (Internet ou Cédérom) ? Les documents les plus récents sont ceux concernant l'économie et l'on peut y voir un parallèle avec le

développement important des collections traitant de l'économie, de l'entreprise comme nous allons de le voir dans l'évaluation du fonds documentaire.

Dans le même l'espace de travail en section adulte se trouvent aussi la quasi-totalité de la collection encyclopédique « Que sais-je » des Presses Universitaires de France, collection empruntable par les usagers ainsi qu'une importante collection des Cahiers du Cinéma. Ces deux collections, dans le cadre de la départementalisation seront insérées au reste du fonds. En effet, il ne s'agit pas de recréer une collection éditoriale au sein d'une bibliothèque mais de créer un fonds cohérent du point de vue de la couverture des connaissances.

#### 3.1.3.3.2. Évaluation du fonds documentaire

Concernant les documentaires nous avons procédé à une évaluation conjointe des fonds jeunesse et adulte afin de voir si l'on peut parler d'une collection documentaire homogène et cohérente (suivant une progression de niveaux) ou s'il s'agit de deux collections documentaires distinctes, sans réelle progression d'un fonds à l'autre. Rapidement nous avons pu constater qu'il n'y avait pas d'homogénéité entre les fonds adulte et jeunesse. Les acquisitions sont réalisées par secteur et ne créent pas de réelles passerelles entre les deux secteurs.

Comme nous l'avons vu précédemment, le fonds documentaire de la bibliothèque centrale est composé d'un nombre important de documents. Concernant les collections adultes, le fonds documentaire représente un tiers des collections en général (32%) et 45% des collections adultes ; le fonds documentaire jeunesse, quant à lui, représente près d'un tiers des collections jeunesse (31%). Tentons maintenant de voir si bien qu'ayant une part importante au sein des collections, les fonds documentaires constitue une documentation satisfaisante pour les usagers. Nous avons en effet tenté d'évaluer la profondeur des fonds documentaires actuels, c'est à dire la couverture qu'ils proposent de chacune des classes de la classification décimale de Dewey. Pour chaque domaine couvert par le fonds, nous nous sommes donc demandés si l'offre documentaire actuelle se veut systématique ou non, de même veut-elle donner un aperçu élémentaire du sujet traité ou approfondi.

Pour cette analyse nous nous sommes donc appuyés sur la « méthode du conspectus », appelée aussi « méthode des indicateurs de profondeur des collections », développée par Bushing, Davis et Powell<sup>22</sup>. En effet, dans l'optique de la mise en place de la nouvelle médiathèque, nous avons évalué les collections documentaires (en suivant le classement

utilisé dans la bibliothèque, classement Dewey) tout en déterminant quel pourrait être le développement des segments de la collection.

Nous avons ainsi utilisé les outils suivants<sup>23</sup> :

**Tableau des indicateurs de profondeur des collections (six niveaux)**

(d'après Bushing, Davis, et Powell)

0	Niveau 0 : hors collection
1	Niveau 1 : Niveau minimal d'information
2	Niveau 2 : Niveau d'information de base (collège, lycée)
3	Niveau 3 : Niveau étude ou contribution à l'enseignement (terminales, premier et deuxième cycle)
4	Niveau 4 : Niveau recherche (DEA, doctorats)
5	Niveau 5 : Niveau complet d'information (recherche d'exhaustivité)

**Tableau des indicateurs de profondeur des collections (dix niveaux)**

(d'après Bushing, Davis, et Powell)

0	Hors collection (la bibliothèque choisi délibérément de ne pas développer de collection dans ce segment documentaire).
1a	Niveau minimal d'information, couverture non systématique du sujet
1b	Niveau minimal d'information, couverture systématique du sujet
2a	Niveau d'information de base, introduction
2b	Niveau d'information de base, approfondi
3a	Support de formation, niveau débutant
3b	Support de formation, niveau intermédiaire
3c	Support de formation, niveau confirmé
4	Niveau recherche
5	Niveau complet d'information

Nous sommes ainsi arrivés aux conclusions suivantes quant à la profondeur actuelle des collections documentaires. Cette analyse est interdépendante de la politique de

---

<sup>22</sup> D'après Giappiconi, Thierry, Le conspectus : Une approche méthodique en faveur d'un développement maîtrisé et partagé des collections, 2000 et d'après Bushing, Mary, Davis, Burns, Powel, Nancy, Using the Conspectus method : a collection assessment handbook, WLN, 1997.

<sup>23</sup> *Idem.*

développement des collections que nous allons mettre en place et qui reprendra cette évaluation des collections à l'heure actuelle pour en prévoir l'évolution dans les trois à cinq ans à venir.

Classe	Niveau(x)
000 « Généralités »	1a
100 « Philosophie »	1a à 2b (physiologie, psychanalyse, psychologie de l'enfant, philosophie de l'Antiquité et du Moyen-Âge, Philosophie occidentale moderne)
200 « Religion »	1a à 1b
300 « Sciences sociales »	1a à 2b (sociologie, droit, éducation)
400 « Langues »	1b mais les documents sont très anciens et mériteraient d'être très majoritairement remplacés
500 « Sciences de la nature et mathématiques »	1a (sciences de la Terre, paléontologie, plantes, animaux), 3a (mathématiques, astronomie, physique, chimie, biologie)
600 « Techniques (sciences appliquées) »	1b à 2b (gestion des entreprises privées et publiques)
700 « Les arts »	1a à 2b (peinture et peintres, art contemporain, cinéma)
800 « Littérature, Belles Lettres »	2a
910 « Géographie »	1b
900-909 / 920-999 « Histoire »	1a à 2a (biographie, histoire de France)

#### 3.1.3.3.3. Évaluation des fonds fiction

Les fictions en section adulte représentent la partie du fonds la plus importante avec les documentaires. Comme nous l'avons vu précédemment, il se divise en quatre : romans francophones, romans policier, romans en langues étrangères et romans en gros caractères.

Les romans francophones et policier ont fait l'objet d'acquisitions régulières et en lien avec l'actualité éditoriale, mais sans réelle formalisation des objectifs à donner aux fonds. Il y a ainsi des objectifs documentaires à mettre en place afin de rendre au fonds fictions une

cohérence en définissant les types d'acquisitions à réaliser et les documents à retirer du fonds ou à remplacer.

Concernant le fonds de romans en langues étrangères, il propose des livres en anglais, allemand, portugais et espagnol mais mériterait aussi de faire l'objet d'une politique documentaire plus précise afin de savoir comment l'on se propose de développer le fonds : nombre de documents que l'on souhaite acquérir par an, type de documents (« grand public », littérature...), remplacement ou pilonnage de certains documents. De plus, ce fonds mériterait de faire l'objet d'une valorisation.

Enfin, en ce qui concerne les romans en gros caractères, on sait que la production éditoriale est relativement restreinte et ce que propose la bibliothèque centrale reflète au mieux cette production.

#### 3.1.3.3.4. Remarques sur les BD, les albums, les livres lus, les méthodes de langues et les périodiques

Les BD adultes et jeunesse présentent une bonne couverture de la production éditoriale en matière de bandes dessinées. Il en va de même pour les albums en section jeunesse.

Les livres lus et les méthodes de langue sont toutes proposées sur cassettes. Il faudrait donc, si l'on choisit de maintenir ces collections en proposant des objectifs de développement, remplacer l'ensemble du fonds actuel par un fonds de documents sur CD. En effet, on sait que les documents audio sur cassette sont voués à disparaître très prochainement (la fabrication d'appareils de lecture tendant à disparaître elle aussi).

Le fonds de périodiques proposé est très satisfaisant puisque près de soixante titres sont proposés en secteur adulte (presse nationale, magazines généraux, magazines spécialisés...) et une dizaine en jeunesse, l'essentiellement des abonnements étant des abonnements à des magazines de lecture (ex : *J'aime Lire, Je bouquine*).

## **3.2. Principes directeurs pour la nouvelle médiathèque**

### **3.2.1. Les fondements de la nouvelle politique documentaire**

Après avoir étudié l'existant, il s'agit maintenant de définir les objectifs que l'on veut donner aux collections de la nouvelle médiathèque de Clamart et de pouvoir ainsi formaliser la démarche que se propose la bibliothèque au sein de la communauté.

La politique documentaire d'une bibliothèque doit permettre d'exprimer le rôle que joue la bibliothèque au sein de la communauté. Pour cela, il faut prendre en compte les missions générales des bibliothèques, missions de formation, information, culture et loisirs<sup>24</sup> pour tous ; il faut aussi définir des objectifs propres à la bibliothèque suivant l'analyse de l'environnement dans lequel elle évolue. En effet, la politique documentaire de la médiathèque va non seulement permettre aux employés de la bibliothèque de savoir qu'ils travaillent dans une optique bien précise, mais va aussi permettre d'expliquer aux tutelles aussi bien qu'aux usagers ce que la bibliothèque propose et pour quelles raisons. Les collections que la bibliothèque propose aux usagers sont en effet l'aboutissement d'une véritable réflexion sur les missions de la bibliothèque au sein de sa communauté.

#### **3.2.1.1. Rappels des objectifs généraux et opérationnels à Clamart**

Comme nous l'avons vu précédemment afin de formaliser les objectifs que se fixe la bibliothèque, il faut décider d'objectifs généraux et opérationnels à mettre en place et à suivre sur une période de trois à cinq ans et cela se fait à la suite de l'analyse de l'environnement de la bibliothèque. Ces objectifs sont mis en œuvre à tous les niveaux d'activité de la bibliothèque et la politique documentaire doit donc y répondre directement.

Rappelons donc ici qu'au sein de la commune de Clamart, la lecture publique est une préoccupation de la municipalité (le projet de création d'une « médiathèque à deux têtes » en est une preuve) et la bibliothèque a par conséquent la possibilité de jouer pleinement son rôle de service public.

---

<sup>24</sup> Missions définies par des textes fondamentaux tels que la Charte des bibliothèques et le Manifeste de l'UNESCO.

A la suite de l'analyse des différents environnements de la bibliothèque, nous avons donc pu faire ressortir un objectif général que la nouvelle médiathèque doit se fixer pour les quelques années à venir : *redynamiser la fréquentation de la bibliothèque en tentant de briser la notion d'appartenance à un quartier et d'attirer des publics plus divers.*

Il s'agit donc d'améliorer les services dans deux domaines principaux : la formation initiale et continue et les services envers des publics plus « familiaux ». Les objectifs opérationnels que l'on peut alors se fixer sont les suivants :

- Proposer des collections répondant aux attentes des lycéens et des étudiants en premier cycle universitaire en connaissant mieux les cursus fréquentés ;
- Développer les services liés aux nouvelles technologies : mise à disposition de postes donnant accès à Internet, aide à la recherche bibliographique, sélection de sites de référence ;
- Mieux connaître et travailler en direction des professionnels travaillant à Clamart : proposer des fonds de revues professionnelles, un fonds de références...(sur le modèle de la Médiathèque de Suresnes) ;
- Elargir les services s'adressant aux familles (amplitude horaire plus grande, mise à disposition d'espaces confortables pour la lecture sur place avec des enfants...)

### **3.2.1.2. La mise en œuvre de ces objectifs au sein des collections**

Nous nous sommes proposés, comme nous l'avons vu précédemment, de mettre en œuvre les objectifs fixés pour la nouvelle médiathèque par une organisation départementalisée des collections. En effet, après avoir déterminé les objectifs de la nouvelle médiathèque, il nous faut procéder à leur mise en œuvre à tous les niveaux de la médiathèque et donc au sein de l'organisation des collections et de leur développement. Il nous faut donc définir une politique documentaire cohérente et planifiée et cette cohérence s'exprime à plusieurs niveaux :

- l'organisation des collections que nous souhaitons départementalisée ;
- le plan de développement des collections qui, comme son nom l'indique, va permettre de planifier sur une période de trois à cinq ans les évolutions que subiront les collections (prenant en compte les contraintes budgétaires) ;
- la charte des collections qui permettra de communiquer envers les tutelles et les usagers.

Voyons donc maintenant pour quelles raisons nous avons choisi la départementalisation des collections pour la nouvelle médiathèque de Clamart.

## 3.2.2. Légitimité et importance d'une organisation départementalisée des collections

### 3.2.2.1. La départementalisation : les fondements d'une légitimité professionnelle

La légitimité d'une organisation des collections en départements thématiques s'érige sur fond de crise du modèle traditionnel de médiathèque.

En effet, la notion de médiathèque recouvre une juxtaposition des supports (phonogrammes, vidéogrammes, logiciels, collections d'imprimés, etc.) et bien souvent une segmentation des publics, selon la répartition classique des publics jeunesse et adulte.

En revanche, la départementalisation a pour vocation de s'adresser à tous les publics et à l'ensemble des collections. Ainsi, si le classement par supports ne correspond plus aux attentes et aux pratiques des publics, et si la séparation de ceux-ci porte le risque d'une segmentation irréductible, il apparaît que le classement par contenu peut constituer une alternative intéressante. Mais que recèle, précisément, cette notion de départementalisation des collections?

### 3.2.2.2. Définition de la départementalisation

La départementalisation des collections d'une bibliothèque concerne l'organisation des collections en fonction des contenus et non plus en fonction des supports, des publics, ou encore des usages (prêt ou consultation sur place).

Plus précisément, par département ou unité documentaire, il est question d'une structure spécialisée, dans un thème du savoir, une discipline, et renvoie, en réalité, à des modes de répartition de la connaissance prenant dans certains établissements qui fonctionnent avec la départementalisation les noms de « pôle », « axe », « espace » thématiques. Parmi ces établissements, nous pouvons citer, avec les spécificités qui leur sont propres, la BNF, la BPI, onze BMVR sur douze dont la Bibliothèque Francophone multimédia de Limoges, la Bibliothèque centrale de Montpellier, etc. Force est donc de constater que la départementalisation peut aussi bien correspondre à de petites ou moyennes bibliothèques municipales qu'à de plus gros établissements de lecture publique.

### 3.2.2.3. Importance d'une organisation des collections fondée sur le principe de la départementalisation

En tant qu'elle tente de regrouper des collections par thèmes, la départementalisation permet de mettre en lumière une série de présupposés jusqu'alors à l'œuvre dans la définition

du fonctionnement et des pratiques professionnelles au sein des bibliothèques. Ceux-ci concernent, nous l'avons déjà esquissé, les usages, les niveaux, et les supports documentaires. Or, la prétention de la départementalisation des collections est de se substituer à des pratiques, des niveaux et des supports documentaires rigides et déterminés (et donc des contenus) et des usages (prêt et consultation sur place des ressources). Par ce nouveau rapport aux collections qu'elle tente de mettre en œuvre, la prétention ultime consiste à attirer de nouveaux publics et à mélanger les différents usages ou, à tout le moins, à les faire coexister. L'enjeu est de taille pour tout établissement qui se propose la desserte de ses publics réels mais aussi potentiels.

### **3.2.3. Les procédures bibliothéconomiques impliquées par la départementalisation des collections**

#### **3.2.3.1. Une formalisation spécifique de l'accueil**

##### 3.2.3.1.1. La signalétique

La localisation des ressources départementalisées est bien le premier impératif impliqué par le modèle de la départementalisation. Il s'agit d'orienter les usagers et de créer des parcours d'exploration des ressources, conformes aux principes de transversalité et d'interpénétration des collections, grâce à une signalétique appropriée.

La Bibliothèque centrale de Montpellier, par exemple, propose une signalétique partant de « totems » de deux mètres de hauteur, pour une orientation générale (exemple : « Département Langues et littératures » ), à d'autres totems de 1,40 mètres manifestant le contenu documentaire des espaces (exemple : « Littérature générale », « Théories littéraires », etc.), jusqu'à des panneaux suspendus au-dessus des rayonnages s'inscrivant dans les espaces thématiques, ou encore des panneaux frontaux en bout de travée et des bandeaux collés sur les tablettes des rayonnages devant préciser la cote Dewey et sa signification.

##### 3.2.3.1.2. La médiation

La départementalisation, si elle ne veut pas courir le risque d'un émiettement irréductible et inconciliable de ses unités documentaires et fonctionnelles que sont les départements, peut envisager dans son fonctionnement la mobilité interne de ses agents, en plus d'une collaboration décisive et réitérée entre ces derniers.

Ainsi, les bibliothécaires spécialistes d'un contenu constituent des aides précieuses aux usagers dans leur recherche documentaire. Leur présence permanente dans les salles, auprès

des publics, est donc d'une importance capitale et doit être prévue dès la définition du fonctionnement interne et figurer dans l'organigramme de la bibliothèque.

### **3.2.3.2. Une formalisation spécifique de la politique d'acquisition**

Le principe de la départementalisation n'est pas seulement un principe de classement des collections mais aussi un principe fonctionnel, capable de définir une répartition des tâches, au premier rang desquelles la départementalisation. Une question se présente donc d'emblée : faut-il départementaliser la politique d'acquisition ? Autrement dit, à chaque département sa politique d'acquisition ?

On le voit, le risque manifeste consisterait en une hyperspécialisation des bibliothécaires renvoyant à un fonctionnement faisant toute sa part à l'autonomie de chaque département. En matière de politique d'acquisition, cette nécessaire autonomie doit être rattachée à une politique d'acquisition plus large, transdisciplinaire et définissant l'identité de la bibliothèque par ses choix documentaires.

Si les acquisitions peuvent être réalisées au sein des départements, il n'en demeure pas moins que la constitution d'outils transversaux est nécessaire en vue d'éviter toute « dérive isolationniste » de chaque département.

Au sein de chaque unité documentaire, nous pouvons envisager, comme c'est le cas à la Médiathèque publique et universitaire de Valence, une politique d'acquisition fondée sur la définition des cotes validées, la rédaction d'une charte des collections, et la détermination de protocoles de sélection. Le désherbage, dans ce cadre départementalisé, peut être laissé à la responsabilité de chaque département.

Mais si une relative autonomie de chaque département se trouve en partie légitimée par la possibilité d'y moduler les ressources en niveaux documentaires, il s'agit de ne pas perdre de vue l'essentiel de cette "autonomisation" en matière de politique d'acquisition : constituer des découpages des contenus suffisamment fins pour mettre en lumière la vocation transdisciplinaire de chaque département.

### **3.2.3.3. Des procédures centralisées**

Le problème capital d'un éclatement des acquisitions est de la simple juxtaposition de ces unités documentaires, sans aucune coopération entre celles-ci, conduisant à contester la cohérence générale de la politique d'acquisition de l'établissement. Cet écueil peut être évité par la centralisation de certaines procédures, au premier rang desquelles la politique

d'acquisition, mais aussi le circuit du document, ou encore les transactions documentaires traditionnelles.

#### 3.2.3.3.1. Politique documentaire et centralisation

Parmi les outils transversaux qu'il convient de construire dans le cadre d'un fonctionnement départementalisé de l'établissement, figure la nomination d'un responsable ou d'une équipe ayant la charge de la politique documentaire. La Bibliothèque intercommunale de la Rochelle, par exemple, confie à un conservateur la responsabilité du développement et du traitement des collections. Le réseau des bibliothèques de la Ville nouvelle de Fos a constitué une « direction bibliothéconomique », à côté de la direction générale et de la direction administrative. Quel que soit le modèle choisi, il convient de définir, d'organiser et de rendre compte, de façon transversale ; c'est-à-dire en impliquant les différentes équipes, des modalités et des choix documentaires généraux capables de nourrir le travail d'acquisition de chaque département.

Cette exigence de concertation qu'implique la « centralisation » des procédures d'acquisition, et qui se distingue de la notion de « coordination », peut s'inscrire dans la tenue régulière de réunions inter-départements.

#### 3.2.3.3.2. Circuit du livre et centralisation

La centralisation du circuit du livre permet un suivi dans la comptabilité des acquisitions, une meilleure productivité dans la gestion matérielle des acquisitions (inscription des commandes, réception des documents) et enfin une rationalisation des traitements physiques et intellectuels des documents (catalogage et indexation).

Concernant ce dernier point, l'écueil consisterait en une juxtaposition, peut-être contradictoire, des pratiques du traitement documentaire, et donc à des difficultés peut-être insolubles, en matière d'utilisation des collections. En matière de cohérence et de lisibilité documentaires, deux modèles sont donc possibles : la centralisation complète du circuit du livre impliquant, comme nous l'avons vu, réception, traitement et équipement des collections, ou le morcellement des acquisitions par départements avec une "personne ressource" chargée de la coordination du traitement physique (catalogage) et intellectuel (indexation) des collections.

La centralisation, on le voit, n'est pas forcément décisive à propos du circuit du livre, mais elle peut constituer néanmoins un vecteur transversal d'appréhension, par l'ensemble des départements, des acquisitions réalisées au sein de chaque unité documentaire et fonctionnelle.

#### 3.2.3.3.3. Transactions de prêt et de retour des documents et centralisation

La centralisation des transactions de prêt/retour joue un rôle important dans le cadre d'un fonctionnement et d'espaces départementalisés de l'établissement.

En effet, cette dernière forme de centralisation permet d'abord que les équipes de chaque département puissent se consacrer exclusivement à l'accueil et à la médiation envers les usagers. Si les banques de prêt/retour sont rarement des lieux d'informations et ne doivent pas l'être spécifiquement, il reste que cette mission de la bibliothèque doit être traitée en tant que telle par des bibliothécaires compétents dans leur domaine et capables d'orienter les usagers.

Enfin, nous pouvons supposer qu'un émiettement des banques de prêt/retour correspondant à celui des différents départements, constituerait une gêne dans l'appréhension globale des collections, conforme à la vocation de la départementalisation. La décentralisation des fonctions de prêt et de retour des documents pourrait contribuer, contre le but proclamé par la départementalisation, à des mono utilisations de ressources documentaires.

### **3.3. L'organisation départementalisée de la nouvelle médiathèque**

#### **3.3.1. Présentation du choix des départements et de leur contenu**

##### **3.3.1.1. Les départements répartis au sein de la médiathèque de La Buanderie**

Nous avons choisi, dans le cadre d'un classement départementalisé, de définir neuf départements thématiques pour recouvrir l'ensemble de l'offre culturelle, documentaire et informationnelle de l'établissement.

Sur la base de la configuration physique des espaces prévus pour la bibliothèque de La Buanderie, nous proposons la répartition des collections suivante:

- **Au sous-sol** : Département Musique et Département Arts et Spectacles ;
- **Au rez-de-chaussée** : Espace Information et Département Jeunesse ;
- **Au niveau 1** : Département Société et Département Sciences et techniques ;
- **Au niveau 2** : Département Civilisation et Espace Patrimoine ;
- **Au niveau 3** : Département Langues et littératures.

N.B : La différence entre « Espaces » et « Départements » n'est pas seulement sémantique mais recouvre à nos yeux une différence du point de vue des usages. Le terme « Espaces » renvoie à une utilisation plus ponctuelle et plus mouvante, tandis que le terme « Départements » implique une consultation plus longue et une médiation beaucoup plus prononcée.

### **3.3.1.2. Les collections réparties au sein des départements**

Conformément au principe de la départementalisation, nous avons décidé de mêler tous les supports documentaires au sein de chaque département. Ainsi, à une logique de supports doit venir se substituer une logique de contenu, mettant en valeur la correspondance des disciplines, et donc la mobilité des publics dans les espaces de l'établissement.

Aussi, concernant les ressources dites « documentaires », et dans la perspective de ne pas créer de séparation trop franche entre les publics jeunesse et adulte, nous proposons de faire débiter tous les documentaires, au sein des collections dites « adultes », dès le niveau de la classe de 4<sup>ème</sup> (c'est-à-dire, à partir de 13 ans). Cela permettra également que les différents niveaux d'approche documentaires soient représentés.

Nous précisons que les cédéroms et les enregistrements sonores devront, pour des raisons pratiques de visibilité, être rangés ensemble dans les différents champs disciplinaires. Pour atténuer l'effet d'une juxtaposition des supports, une mise en scène particulière en matière de présentation est nécessaire.

Concernant les usuels, nous proposons l'accès à une encyclopédie « généraliste » de langue française (type Universalis), sous forme électronique, depuis tous les postes informatiques présents dans l'ensemble de la médiathèque (accès en Intranet). Ici le terme « généraliste », qui peut paraître évident pour une encyclopédie, s'oppose aux encyclopédies thématiques faisant la somme des connaissances dans un domaine disciplinaire concerné. Cependant, nous pensons qu'une version imprimée de certaines encyclopédies est nécessaire dans les départements jeunesse et civilisation. L'effet de redondance est ainsi légitimé par les pratiques des usagers. Enfin, tous les usuels seront intégrés aux collections, selon les champs disciplinaires concernés (qu'il s'agisse des dictionnaires et encyclopédies spécialisés, ou de langue française).

#### 3.3.1.2.1. Département Musique (sous-sol) :

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés :

- Pop rock, country, rap, R'n'B, Soul, reggae, musiques électroniques
- Musiques classique et contemporaine
- Musiques pour enfants
- Musiques du monde
- Jazz, blues, gospel
- Chansons francophones
- Partitions (débutants, confirmés, etc. donc tous les âges)
- Monographies, magazines et revues spécialisés de et sur la musiques et les musiciens
- DVD ayant pour sujet la musique
- Dictionnaires ayant pour objet la musique, mais aussi des dictionnaires de langues française et étrangère (imprimés et électroniques)
- Encyclopédie généraliste en Intranet (type Univerasaelis)
- Cédéroms ayant pour sujet la musique et les musiciens (pour plus de visibilité les cédéroms seront rangés ensemble près des disques)
- Ressources électroniques multimédia (accès à des sites Web, cédéroms ayant pour sujet la musique et les musiciens). Concernant le fonds musique, mais permettant aussi un accès aux autres ressources de la médiathèque (électroniques, catalogues, bibliographies, etc.) Pour plus de visibilité les cédéroms seront rangés près des disques)

#### 3.3.1.2.2. Département Arts et Spectacles (sous-sol)

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés

- Architecture
- Beaux-Arts
- Arts Décoratifs
- Arts du spectacle : théâtre, danse, cirque, arts de la rue...
- Cinéma (monographies, DVD, musiques de films, magazines et revues spécialisés...)
- Photographie
- Audiovisuel
- Dictionnaires spécialisés sur l'ensemble des domaines représentés, mais aussi dictionnaires de langues française et étrangère (imprimés et électroniques)
- Encyclopédie généraliste en Intranet (type Universalis)

- Ressources électroniques multimédia (accès à des sites Web, cédéroms ayant pour objet l'ensemble des domaines représentés). Les cédéroms, pour plus de visibilité, ne seront pas classés parmi les autres supports mais rangés à part. Un effort de mise en scène pour les rattacher à l'ensemble de ce fonds est nécessaire.

#### 3.3.1.2.3. Département Jeunesse (Rez-de-chaussée)

Ce département vise à répondre aux besoins des publics âgés de 0 à 12 ans. Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés.

- Albums
- Romans : « premières lectures »
- Contes
- Bandes dessinées
- Journaux et magazines
- Documentaires (jusqu'au niveau de la classe de 5<sup>ème</sup>)
- DVD pédagogiques spécialisés pour l'ensemble de ces publics
- Ressources pédagogiques électroniques
- Cédéroms thématiques
- Dictionnaires de langues française et étrangère correspondant aux niveaux scolaires présents dans ce département (imprimés et électroniques)
- Encyclopédies adaptées de langue française (en version imprimée, en plus de la version électronique disponible depuis n'importe quel poste informatique de l'établissement)

#### 3.3.1.2.4. Espace information (Rez-de-chaussée)

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés.

- Presse d'information générale
- Magazines d'actualité et revues
- Informations locales (documents émanant des collectivités locales, annuaires, etc.)
- Presse, magazines et revues pour adolescents
- Ressources électroniques présentant des sites d'informations spécialisés : par exemple, Légifrance, Vie publique, etc.
- Dictionnaires de langues française et étrangère

#### 3.3.1.2.5. Département Société (Niveau 1)

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés. Ce département comprend les sciences sociales, la formation et l'emploi, les loisirs

- Sciences politiques
- Droit, économie, gestion, administration
- Pédagogie, enseignement
- Information sociale locale
- Revues sur le handicap et revues spécifiques en braille, en gros caractères, et enregistrées phonétiquement
- Loisirs : tourisme, sport, jardinage, cuisine, vie pratique
- Sociologie et ethnologie
- Formation : remises à niveau scolaire (du collège au baccalauréat), préparation aux examens et concours, recherche d'emploi, orientation professionnelle
- DVD documentaires concernant l'ensemble des contenus présents dans ce département (par exemple, pour la préparation aux oraux des concours et aux entretiens, les DVD du CNED, etc.)
- Dictionnaires spécifiques à chaque discipline en langue française
- Dictionnaires de langue française
- Cédéroms thématiques
- Ressources électroniques présentant des sites Web spécialisés, des annuaires thématiques, une encyclopédie généraliste (type Encyclopédie Universalis) choisie pour le réseau Intranet

#### 3.3.1.2.6. Département Sciences et Techniques (Niveau 1)

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés.

- Informatique
- Médecine, sciences médicales
- Sciences exactes : astronomie, chimie, mathématiques, physique
- Sciences de la vie et de la terre : zoologie, biologie, botanique, etc
- Techniques
- Dictionnaires spécialisés se rapportant aux disciplines concernées, et dictionnaires de langue française
- Encyclopédies spécialisées sous forme électronique, en plus de l'encyclopédie généraliste en Intranet
- DVD documentaires, voire cinématographiques, sur les figures des sciences et des techniques, mais aussi sur des thèmes traités par ces disciplines (ex : *Gorilles dans la brume*, etc.)

- Cédéroms thématiques
- Sélection de ressources électroniques présentant des sites Web sur les sujets et sur les grandes figures présentes dans ce département

#### 3.3.1.2.7. Département Civilisation (Niveau 2)

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés

- Histoire et archéologie (en plus des imprimés, on pensera aux DVD documentaires, mais aussi aux renvois vers les films ayant pour objet ces domaines. Cela peut se faire par le biais d'une filmographie spécifique constituée par le département)
- Philosophie (imprimés, mais aussi enregistrements sonores et DVD ayant pour objet les grandes figures de la philosophie : entretiens, portraits, etc.)
- Psychologie et psychanalyse
- Religions et histoire des religions (il sera nécessaire de faire des renvois vers des documentaires et des œuvres cinématographiques : enregistrements sonores, films, etc.)
- Mythologies
- Esotérisme : astrologie, voyance, parapsychologie, phénomènes paranormaux, etc.
- Ressources électroniques présentant une sélection de sites WEB pour l'ensemble des domaines concernés
- Cédéroms thématiques
- Dictionnaires spécialisés concernant tous les domaines, mais aussi des dictionnaires de langue française
- Encyclopédie généraliste imprimée, en plus de l'encyclopédie généraliste en Intranet (type Universalis). Un tel redoublement s'explique par le recours quasi systématique à ce type de document, dans les disciplines représentées dans ce département

#### 3.3.1.2.8. Espace Patrimoine (Niveau 2)

Les collections : imprimés (voire certains manuscrits), incunables, et ressources électroniques.

- Fonds rare et précieux (d'importance locale et/ou nationale)
- Ressources électroniques présentant une sélection de sites Web ayant pour objet le patrimoine local et national, lorsque celui-ci entretient un rapport particulier avec celui-là.
- DVD, enregistrements sonores, etc. autour du patrimoine local
- Dictionnaires de langue française
- Encyclopédie généraliste en Intranet (type Universalis)

### 3.3.1.2.9. Département Langues et Littératures (Niveau 3)

Les collections : tous les supports sont représentés et mélangés

- Théorie littéraire, histoire de la littérature et des genres littéraires (sélection de monographies, de revues imprimées, mais aussi de DVD et de cédéroms sur l'histoire littéraire (entretiens et/ou portraits audiovisuels avec les grandes figures de la littérature et de la théorie littéraire ; albums photos, etc. : Robbe-Grillet, Kundera, Barthes, Todorov, Genette, etc.)
- Littératures françaises et étrangères : romans, théâtre, poésie, études, biographies (le classement, par ordre alphabétique d'auteur, devra manifester l'ensemble de l'œuvre de chaque auteur, quels que soient les genres dans lesquels celui-ci s'est exprimé).
- Littérature policière, fantastique, S-F ne constitueront pas des fonds isolés, mais s'intégreront au fonds des littératures avec toutefois une cote spéciale pour chacun de ces genres littéraires (pictogrammes, lettres en gros caractères : SF, P, F, etc.).
- Langues, linguistique et langues étrangères (pour les langues étrangères, à partir du niveau de la classe de 4<sup>ème</sup> ). Les langues fondamentales correspondant à l'enseignement des langues étrangères dans les programmes scolaires sont représentées : italien, anglais, espagnol, russe, allemand, arabe. Des sélections de fictions étrangères seront réalisées pour les domaines linguistiques concernés (sur la base des programmes scolaires, de l'histoire de la littérature, et de l'actualité littéraire).
- Bandes dessinées et études sur la bande dessinée
- Textes lus sur disques compacts
- Sélection de cédéroms sur les auteurs présents dans ce fonds de littérature étrangère
- Ressources électroniques présentant une sélection de sites en littérature française et étrangère (histoire de la littérature, associations d'amis d'écrivains, revues électroniques, etc.)
- Dictionnaires de langues française et étrangère (pour les langues étrangères présentes).
- Encyclopédie généraliste en Intranet (type Universalis).

## 3.3.2. Signalétique des départements et collections

### 3.3.2.1. Signalement et identification des départements

La présentation départementalisée des collections implique la définition de grands départements thématiques et, au sein de ceux-ci, un signalement particulier pour chaque

domaine disciplinaire représenté. Autrement dit, une signalétique des espaces et des collections s'impose en vue de la lisibilité documentaire de l'établissement.

Nous proposons ainsi qu'un signalement général de l'ensemble des collections de la médiathèque figure dès l'entrée de l'établissement, et permette ainsi une orientation des utilisateurs de l'établissement. Chaque département peut se voir conférer une couleur et un signe spécifiques (numéro compris entre 1 et 9, pictogramme particulier, etc., reprenant la couleur définie pour le département). De même, une signalétique plus précise devra figurer à chaque niveau du bâtiment pour en montrer les contenus et les services spécifiques (départements en question, avec un reprise des codes couleurs déterminés spécifiquement).

Enfin, à chaque niveau, chacun des départements sera identifié par un signe (pictogramme ou numéro) suspendu au-dessus de lui.

### 3.3.2.2. Signalement et identification des collections

Les collections constituant chaque département doivent être présentées par champ disciplinaire (Philosophie, Histoire, etc.) grâce à des indications inscrites à chaque extrémité de travée, mais aussi sur les arêtes des étagères. Ces indications seront constituées par le nom des champs disciplinaires contenues dans chaque rayonnage, mais aussi l'indice général de chacun de ces champs (par exemple, 100 pour philosophie, 900 pour Histoire, etc.).

Le classement au sein de chaque champ disciplinaire reprend la classification systématique Dewey ; et la cote reprend l'indice Dewey, les trois premières lettres de l'auteur, mais surtout le signe choisi pour identifier le département (pictogramme ou numéro).

Exemple de cote :

8	(Civilisation)
100	(Philosophie)
DER	(Derrida)

Ou encore :

Pictogramme à déterminer	(Civilisation)
100	(Philosophie)
DER	(Derrida)

### 3.3.3. Le plan de développement des collections de la nouvelle médiathèque

Comme nous l'avons vu au moment de la définition des objectifs de la médiathèque, elle se doit de répondre à différents besoins que nous rappelons brièvement ici :

- répondre aux attentes des lycéens et des étudiants en premier cycle universitaire ;
- développer les services liés aux nouvelles technologies ;
- travailler en direction des professionnels travaillant à Clamart ;
- élargir les services s'adressant aux familles.

#### 3.3.3.1. Réflexions sur le budget d'acquisition

Il faut donc que le plan de développement des collections coïncide avec ces objectifs. Pour cela, nous avons voulu développer les fonds documentaires à un niveau 2b à 3a<sup>25</sup> et nous avons souhaité lier les ressources « documentaires physiques » à des ressources électroniques.

Pour établir le plan de développement des collections nous avons suivi les différents départements et espaces de la nouvelle médiathèque. De même, le plan de développement des collections prend pour base l'analyse des collections existantes<sup>26</sup> et chaque département propose des données disponibles sur postes informatiques : sélections de sites liés à chaque départements mais disponibles de n'importe quel département, encyclopédies en Intranet disponibles dans tous les départements, fonds de cédéroms disponibles dans le département concerné (pour des raisons de licences). Enfin, dans chaque département se trouvent des dictionnaires généralistes pour faciliter les recherches des usagers.

Concernant les prévisions budgétaires réalisées pour chacun des départements, nous sommes appuyés sur les données budgétaires de 2003 qui correspondaient à 2,70€/habitants<sup>27</sup>, ce qui représente donc un budget moyen de 131 144,40€ (48 572 habitants au recensement de 1999). Nous allons nous appuyer sur un budget d'acquisition de 132 000€ pour les prévisions d'achat de la nouvelle médiathèque, sachant qu'environ 4 000 € doivent être consacrés aux animations, 16 000€ pour les équipements (antivols, codes à barre, films plastiques...), 4 000€ pour les reliures et 2 500 € pour les abonnements professionnels<sup>28</sup> ce qui nous donne un budget consacré uniquement aux acquisitions de **105 500€**.

---

<sup>25</sup> Voir méthode du Conspectus citée plus haut

<sup>26</sup> Cf. Annexes

<sup>27</sup> 2,70€ correspond exactement à la moyenne des dépenses par habitant réalisées par les villes entre 50 000 et 100 000 habitants.

<sup>28</sup> Données établies en fonction du rapport d'activité de 2003.

N'oublions pas que ce budget reste approximatif ; nous ne savons pas, en effet, quelles seront réellement les ressources financières mises à disposition par la municipalité à l'ouverture de la médiathèque (seront-elles plus importantes ou au contraire plus faibles) mais il est sans doute préférable de s'appuyer sur les données budgétaires d'une année d'activité « normale » afin de prévoir des dépenses d'acquisition les plus réalistes possibles.

Afin de doter chacun des départements d'un budget d'acquisition, il faut non seulement prendre en compte leur importance plus ou moins grande quant aux objectifs que la médiathèque souhaite atteindre mais aussi prendre en compte les ressources préexistantes en ayant évalué le fonds actuel et donc aussi le nombre de documents à désherber au sein de ce fonds. Cela signifie que bien que les départements « Société », « Civilisation » et « Langues et Littérature » sont ceux formant le cœur de la politique documentaire de la nouvelle médiathèque ils ne bénéficieront pas nécessairement des budgets les plus importants. En effet, les collections préexistantes qui s'inséreront dans ces départements sont peut-être déjà très satisfaisantes et les nouvelles acquisitions à réaliser pour ces départements seront alors moins importantes que pour d'autres départements moins bien dotés actuellement.

Nous ne sommes pourtant pas ici en mesure d'évaluer au plus précis ces besoins et nous allons donc proposer pour chaque département un budget global relativement arbitraire (en fonction de son importance quant aux objectifs globaux de la médiathèque, des supports plus ou moins onéreux prévus et de nos connaissances du fonds actuel). Ces estimations peuvent donc servir de point de point de départ mais nécessiteraient d'être précisées par la suite.

Nous prenons pour base budgétaire, comme nous l'avons vu plus haut, un budget total d'acquisition de 105 500 €.

### 3.3.3.2. Le plan de développement des collections

Segments de la collection	Current Level (niveau à l'heure actuelle)	Acquisition Level (niveau à atteindre au cours de l'année)	Goal Level (niveau à atteindre dans les 5 ans à venir)
<b>Département Musique<sup>29</sup></b>			
Pop rock, country, rap, R'n'B, Soul, reggae, musiques électroniques	Niveau actuel inconnu	Proposer une sélection représentative de chacun des domaines présentés en s'appuyant sur des sources extérieures de sélection	
Musiques classique et contemporaine	Niveau actuel inconnu	3a Proposer une sélection la plus complète possible (même si l'on ne peut être exhaustif) afin de proposer un niveau fin d'étude correspondant aux cours proposés par le conservatoire	
Partitions	Niveau actuel inconnu	3a De même que pour les CD de musique classique et contemporaine, proposer un éventail le plus large possible en travaillant en lien étroit avec les professeurs, mais aussi en privilégiant des domaines moins étudiés comme la musique contemporaine	
Musiques pour enfants	Niveau actuel inconnu	Obtenir l'éventail le plus large de la production de chants et comptines jeunesse et maintenir la sélection à jour	
Musiques du monde	Niveau actuel inconnu	Proposer une sélection représentative de chacun des domaines présentés en s'appuyant sur des sources extérieures de sélection	
Jazz, blues, gospel	Niveau actuel inconnu	Proposer une sélection représentative de chacun des domaines présentés en s'appuyant sur des sources extérieures de sélection	
Chansons francophones	Niveau actuel inconnu	Proposer une sélection représentative de chacun des domaines présentés en s'appuyant sur des sources extérieures de sélection	
Monographies, magazines et revues	1b à 2a	2a	3a
DVD (opéras, formations orchestrales, théories musicales...)	0	1b	2b
Dictionnaires spécialisés (imprimés et électro.)	1a	2a	3a

<sup>29</sup> Les fonds de CD et partitions se trouvent à la discothèque du Conservatoire, fonds que nous n'avons pas pu analyser en détail.

Ressources électroniques (Internet +cédéroms)	0	3a	3a
Budget global estimé : 12 000 €			

Département Arts et Spectacles			
Architecture	1a	2a	3a
Beaux-Arts	1b à 2a	2b	3a
Arts Décoratifs	1a	2b	3a
Arts du spectacle : théâtre, danse, cirque...	1a à 1b	2b	3a
Cinéma (monographies, DVD, musiques de films, magazines et revues spécialisés...)	2a	2b	3a
Photographie	1a	2b	2b
Audiovisuel	0	2a	3a
Dictionnaires spécialisés (imprimés et électroniques)	1a	2b	3a
Ressources électroniques (Internet +cédéroms)	0	3a	3a
Budget global estimé : 10 000 €			

Département Jeunesse			
Albums	Bon niveau, bonne représentation de l'ensemble de la production éditoriale française et étrangère	Maintenir le niveau en tentant de représenter les plus petites maisons d'édition	Idem
Premières lectures	Bon niveau	Elargir les éditeurs présentés	Idem
Contes	Très bon fonds, bien développé	Maintenir une sélection de contes de bon niveau (tous supports)	Maintenir le bon niveau
Bandes dessinées	Bon niveau	S'intéresser aux nombreuses nouvelles bandes dessinées proposées	Idem
Journaux et magazines	Abonnements (surtout de magazines de	Développer le fonds vers les magazines	Maintenir le niveau en consultant

	lecture)	documentaires	régulièrement les nouveaux abonnements disponibles
DVD pédagogiques spécialisés pour l'ensemble de ces publics	Inexistant	Proposer des documentaires mais aussi des fictions sélectionnées	Idem
Ressources pédagogiques électroniques	0	Sélectionner quelques sites pour les enfants et les adultes	Maintenir les sites à jour, les renouveler
Cédéroms thématiques	0	Proposer des Cédéroms documentaires, ludiques et encyclopédiques	Maintenir le niveau proposé
Dictionnaires de langues française et étrangère (imprimés et électroniques)	1a	Proposer quelques dictionnaires en un ou deux volumes renouvelables facilement	Maintenir le niveau en renouvelant les données périmées
Encyclopédies adaptées de langue française (imprimée + électronique)	1a	Proposer des encyclopédies en un ou deux volumes pour pouvoir les renouveler régulièrement	Maintenir le niveau en renouvelant les données périmées
Budget global estimé : 20 000 €			

<b>Espace Information</b>			
Presse d'information générale	2a	2b	2b
Magazines d'actualité et revues	2a	2b	2b
Informations locales (documents émanant des collectivités locales, annuaires, etc.)	1a	2b réaliser un véritable travail de collaboration avec les autres services de la ville pour que la médiathèque propose un ensemble de documents nécessaire à toute la collectivité	Renouveler régulièrement les documents
Presse, magazines et revues pour adolescents	1a	Développer les fonds tant en matière de presse et revues généralistes qu'en matière de revue documentaires	Maintenir le niveau en consultant régulièrement les nouvelles parutions
Budget global estimé : 10 000 €			

<b>Département Société</b>			
Sciences politiques	1b	2b	3a
Droit, économie, gestion, administration	2a	3a	3a
Pédagogie, enseignement	1b à 2a	2b	3a
Information sociale locale	1a	Travailler en étroite collaboration avec les partenaires sociaux afin de proposer des informations pertinentes et renouvelées pour l'ensemble de la communauté	
Revue sur le handicap et revues spécifiques en braille, en gros caractères, et enregistrées phonétiquement	0	1b	2a
Loisirs : tourisme, sport, jardinage, cuisine, vie pratique	1a à 2a	2b	2b
Sociologie et ethnologie	1a à 2b	2b	3a
Formation : remises à niveau scolaire, préparation aux concours, recherche d'emploi, orientation professionnelle	1b	2b	2b
DVD documentaires sur les thèmes du dpt	0	2a	2a
Dictionnaires spécifiques	1a	2b	2b
Ressources électroniques (Internet +cédéroms)	0	3a	3a
Budget global estimé : 15 000 €			

<b>Département Sciences et Techniques</b>			
Informatique	1a	2a	2a
Médecine, sciences médicales	2b à 3a	3a	3a
Sciences exactes : astronomie, chimie, mathématiques, physique	2b à 3a	3a	3a

Sciences de la vie et de la terre : zoologie, biologie, botanique, etc	2b	3a	3a
Techniques	1b à 2a	2b	2b
Dictionnaires spécialisés	1a	2b	3a
Encyclopédies spécialisées sous forme électronique	0	3a	3a
DVD documentaires et cinématographiques	0	2a	2b
Ressources électroniques	0	3a	3a
Budget global estimé : 12 000 €			

<b>Département Civilisation</b>			
Histoire et archéologie	1b à 2b	2b	3a
Philosophie <sup>30</sup>	2a	2b	3a
Psychologie et psychanalyse	2a	2b	3a
Religions et histoire des religions	1b	2b	3a
Mythologies	1a	2b	2b
Esotérisme, paranormal	1a	1b	1b
Ressources électroniques	0	3a	3a
Dictionnaires spécialisés concernant tous les domaines	1a à 2b	2b	3a
Budget global estimé : 12 000€			

<b>Espace Patrimoine</b>			
Fonds local	Niveau actuel inconnu	2a	2a
Ressources électroniques patrimoine local et national	0	2b	2b
DVD, enregistrements sonores	0	2b	2b
Budget global estimé : 800 €			

<sup>30</sup> Segment de collection pour lequel nous avons réalisé un plan d'achat. Cf. Annexes.

<b>Département Langues et Littérature</b>			
Théorie littéraire, histoire de la littérature et des genres littéraires	2a	2b	3a
Littératures françaises et étrangères : romans, théâtre, poésie, études, biographies	Beaucoup de fictions « grand public » : volonté de mettre en place des critères de sélection	Sélection au sein de la production littéraire française mais aussi étrangère en proposant les grands classiques mais aussi les auteurs contemporains marquants	Maintenir les critères de sélection
Littérature policière, fantastique, S-F	2b	2b	2b
Langues, linguistique et langues étrangères	2a	2b	2b
Bandes dessinées et études sur la bande dessinée	Fonds relativement développé	Tenter de proposer la production des grandes et petites maisons d'édition et de développer une nouvelle cotation qui ne fonctionnerait plus uniquement par ordre alphabétique mais par type de BD	Maintenir le niveau de sélection
Textes lus sur Disques compacts	0 (livres lus sur cassettes)	2a Proposer des texte classiques et contemporains	2b Elargir le fonds en essayant de représenter l'ensemble des maisons d'édition
Sélection de cédéroms sur les auteurs	0	2a	2b
Ressources électroniques (sites de littérature française et étrangère)	0	3a	3a
Dictionnaires de langues française et étrangères présentes dans le fonds	1a	2b	3a
Budget global estimé : 14 000 €			

### **3.3.3.3. La charte des collections**

La charte des collections est un document public. Elle s'adresse avant tout aux tutelles et aux usagers mais est aussi un document ressource pour les bibliothécaires en leur permettant de justifier leurs actions quotidiennes. Elle rappelle en effet de façon claire et concise les missions générales des bibliothèques, l'environnement dans lequel se trouve la bibliothèque, les objectifs documentaires qu'elle s'est fixée au sein de la communauté qu'elle dessert et ses perspectives à moyen terme. Il est donc indispensable, après avoir mis en place une politique documentaire, de proposer ce document qui servira de légitimation de cette politique.<sup>31</sup>

### **3.3.4. Départementalisation et coordination du travail**

Conformément à la départementalisation, la répartition des collections implique de confier les procédures d'acquisition à chaque département.

Cette exigence se fonde d'abord sur la pérennité qu'entretiennent les bibliothécaires chargés des départements aux publics qui les fréquentent. Ainsi, sous le double aspect de la prise en compte des besoins des publics et de la médiation documentaire et culturelle, qui implique une connaissance approfondie du domaine concerné, se trouve légitimé le principe d'acquisition par domaine documentaire.

Chaque service est responsable de l'ensemble des fonctions documentaires liées à cet ensemble disciplinaire : sélection, acquisition, traitement des documents dans leur discipline. Des bureaux d'information thématiques au service des publics peuvent être mis en place.

Il conviendra toutefois d'éviter une trop grande spécialisation des agents en leur proposant de changer de département documentaire après un certain temps passé dans chaque pôle (par exemple, 4 ans). De même, il s'agira de prévenir toute tentation « isolationniste » de chaque département en organisant des réunions concernant l'ensemble de ces unités documentaires. Ces réunions doivent permettre un intérêt réciproque, mais aussi la cohérence documentaire générale de l'établissement. Enfin, la constitution d'outils transversaux (bibliographies rédigées conjointement par plusieurs départements, élaboration de projets communs d'action culturelle, etc.)

On le voit, il s'agit ici de regrouper les agents sur la base du contenu. L'avantage d'une organisation départementalisée des fonctions bibliothéconomiques est triple : il n'y a pas nécessairement d'augmentation du nombre des personnels ; la productivité des travaux

---

<sup>31</sup> La charte des collections que nous proposons se trouve en annexe.

bibliothéconomiques est bonne (puisque toutes les étapes de la chaîne de traitement documentaire sont prises en compte dans le même service, par chaque agent) ; la motivation du personnel est accentuée par le travail en équipe, la collaboration avec les autres départements et la participation à l'action culturelle.

Pour la médiathèque La Buanderie, nous pouvons émettre un ensemble de propositions répondant à ces principes d'organisation du travail :

- D'une part, il s'agit de constituer des équipes réparties au sein de chaque domaine, chargées de la sélection, du traitement physique et intellectuel et de l'équipement des collections. Cette répartition se fait, bien entendu, en fonction du nombre des personnels mais en tentant de faire participer à toutes les tâches toutes les catégories de personnel ;
- D'autre part, la coordination de la politique documentaire de l'établissement doit être réalisée par le responsable de l'établissement (Conservateur ou Bibliothécaire), mais sa définition doit être élaborée par l'ensemble des agents ;
- Ensuite, la répartition du nombre d'agents dans chaque équipe doit tenir compte des objectifs documentaires, sociaux et politiques définis avec la collectivité responsable de l'établissement. Autrement dit, les départements ayant des objectifs importants, prioritaires ou urgents doivent voir leurs moyens humains correspondre à ces attentes.

### **3.4. Conclusion : la nécessité de l'action culturelle par rapport aux collections**

Nous n'aborderons pas ici les éléments de définition de l'action culturelle. L'action culturelle sera considérée pour elle-même dans une autre partie de ce travail.

Cependant, et en correspondance avec le régime de la départementalisation qui préside à ce travail sur les collections de la future médiathèque, nous tenterons de dessiner quelques contours de l'action culturelle.

L'action culturelle entretient un rapport particulier et presque indissoluble avec les collections. En effet, c'est précisément parce qu'elle permet de mettre en scène des collections que l'action culturelle se trouve légitimée. Les formes de la mise en scène sont « immédiates » (même si un long et patient travail de définition de ce rapport aux collections fait presque oublier la notion de médiation ; ce qui peut témoigner du professionnalisme de ses acteurs), et peuvent être représentées par des expositions, des conférences, des colloques, des débats, des lectures, des ateliers de lecture ou d'écriture, etc.

Mais, en plus de ces animations « canoniques » définies pour mettre en valeur les collections ou constituer une proximité de *tous* les publics avec les collections, les départements et les services de l'établissement, la question de l'interdisciplinarité revient avec d'autant plus d'acuité. Nous l'avons vu, cette question est constitutive de la départementalisation. Or, cette interdisciplinarité recherchée peut être prise en compte par les formes de l'action culturelle : débats, conférences, expositions, etc. En d'autres termes, et comme le souligne Bertrand Calenge à la fin de son article publié dans le *Bulletin des Bibliothèques de France*, en 2002 : « L'action culturelle a pour fonction de donner une dimension critique au rassemblement des documents : loin de la pensée unique, le bibliothécaire n'affirme pas tant la légitimité du choix de tel ou tel titre que l'exigence de discuter des assertions de telle ou telle œuvre »<sup>32</sup>.

Il est manifeste que l'action culturelle a pour vocation de créer les conditions d'un espace public où les opinions contradictoires s'opposent, se critiquent tout en se respectant. Cette ouverture critique de la bibliothèque est rendue possible par l'entremise de l'interdisciplinarité, constitutive des collections départementalisées, mais aussi, nous le voyons, de l'action culturelle.

---

<sup>32</sup> Cité in *BBF*, 2002, Paris, t. 47, n° 4, p. 5-13

## 4. La valorisation

La France porte actuellement, et ce depuis quelques temps déjà, une importance toute particulière à la valorisation de son patrimoine, tant matériel qu'immatériel. Le projet de constitution Européenne en fait également mention dès son premier article. Il ne s'agit plus simplement de conserver le patrimoine ancien et précieux, mais également la culture en tant que telle, le savoir contemporain. Les bibliothèques, quant à elles, ont souvent su et savent toujours reconnaître l'importance de la mise en valeur de leurs collections lorsqu'elles possèdent, soit des fonds très spécialisés, soit des ouvrages très rares et de grande valeur. Valoriser a, il est vrai, longtemps été associé aux musées et autres institutions patrimoniales. La BnF met donc l'accent sur la sauvegarde du patrimoine par de multiples congrès et conférences thématiques<sup>33</sup>.

Mais qu'en est-il des bibliothèques municipales sans vocation patrimoniale particulière ? Bien qu'aucun écrit théorique n'ait réellement été entrepris jusqu'à présent sur ce sujet, de multiples moyens sont employés par les bibliothèques françaises et étrangères pour mettre en avant leurs collections et leurs services. Prenons ainsi l'exemple des médiathèques d'héritage anglo-saxon, telles que nous pouvons en rencontrer au Québec<sup>34</sup>. De nombreuses nouvelles médiathèques en France misent actuellement sur la valorisation par le biais notamment de sites web, de partenariats et d'événements ponctuels nationaux, régionaux ou locaux.

La bibliothèque actuelle de Clamart n'a pas une politique de valorisation très prononcée : son image est peu mise en avant, ses services et collections encore effacés derrière une image peu dynamique de l'établissement et de ses annexes. Le rapport d'activité de 2003 comptabilise un nombre assez peu significatif de lectures, de conférences, d'expositions, de séances de contes et de rencontres organisés principalement par la bibliothèque elle-même, parfois en partenariat avec un centre culturel de la ville. Mais cette valorisation concerne l'action culturelle. Il serait donc nécessaire de proposer une politique de valorisation efficace, davantage sur un plan de « management des entreprises culturelles » et se rapprochant d'une sorte de stratégie quasi-marketing propre à faire connaître la nouvelle

---

<sup>33</sup> Journées professionnelles des 24 et 25 Janvier 2002 sur la valorisation des collections.

<sup>34</sup> L'Octogone à Montréal. [www.octogone.qc.ca](http://www.octogone.qc.ca).

médiathèque, mais aussi à valoriser son image, ses services, ses collections pour ainsi attirer un plus large public.

En premier lieu, nous devons commencer par effectuer une enquête auprès du futur public de la médiathèque, faire circuler des questionnaires, afin de mieux connaître ses attentes et ainsi de mieux prévoir les moyens de valoriser les collections.

Cette partie présentera trois étapes nécessaires à valoriser la médiathèque et ses offres : le signalement des collections, la diffusion permettant de rendre accessibles ces collections au public, puis la médiation, notamment au travers de partenariats. Il s'agit, par là, de mener une politique de valorisation efficace et adaptée aux collections, aux services, mais avant tout au public.

## **4.1. Signaler : révéler l'existence des collections**

Le signalement des collections permet au public d'identifier, de localiser les ressources documentaires. Un bon classement, une bonne hiérarchisation participe à la mise en valeur des collections.

D'autre part, la valorisation de la bibliothèque en elle-même se fait également par le signalement de ses choix en termes de politique documentaire, de services aux lecteurs, d'animations... Informer le public, c'est déjà valoriser ce "temple du savoir" : il faut donc communiquer au mieux l'existence d'un fonds, d'un service.

### **4.1.1. Déterminer l'enjeu ou les enjeux d'une valorisation des collections**

#### **4.1.1.1. Ce que l'on veut signaler**

Un choix est nécessaire : on ne peut pas tout signaler au même niveau. L'absence de hiérarchie dévaloriserait plutôt le fonds en question. Il faut donc se donner des priorités, s'imposer des objectifs précis et réfléchis. Il s'agit de rendre compte de l'ensemble des collections de la bibliothèque et de faire ressortir des documents ponctuellement en fonction d'un thème donné, ou de façon permanente pour l'ensemble d'un fonds.

#### **4.1.1.2. Pourquoi ?**

Valoriser c'est avant tout aider le lecteur à faire des choix, lui faire découvrir des collections "cachées", mais aussi l'attirer et le fidéliser. Si la bibliothèque met en œuvre des politiques de travail, c'est pour offrir aux lecteurs des services et des collections de qualité. Pourquoi alors ne pas les mettre en avant, les signaler tout simplement au public ? Valoriser c'est permettre une réelle exploitation de l'offre documentaire et non plus uniquement exposer les précieuses acquisitions des bibliothèques patrimoniales. Il faut ainsi amener le lecteur à une utilisation confortable, efficace mais surtout optimale des services et documents que propose la bibliothèque.

#### **4.1.1.3. Pour qui ?**

Les bibliothèques spécialisées n'hésitent pas à mettre en valeur leurs fonds spécifiques par des services associés, des animations, des conférences. Et ce, pour un public souvent très ciblé. Mais pourquoi mettre uniquement en valeur un fonds spécialisé au détriment du reste des collections ? La médiathèque de Clamart est destinée à l'accueil d'un public très varié, non spécialisé. Les collections proposées devant correspondre à ce public, la mise en valeur des collections menée sur le long terme ne doit pas se faire seulement sur une partie du fonds : la totalité des documents peut avoir son importance pour l'un des segments du public visé. Toutefois, la valorisation ponctuelle de certains fonds seulement (Littérature, Sciences...) est envisageable par des expositions ou des conférences sur des thèmes liés (Lettres Russes, fête de la Science).

Il faut penser à tous les publics, donc à tous les contenus documentaires proposés à la médiathèque, sur tous les types de supports présents.

#### **4.1.1.4. Valoriser un fonds/un service spécifique**

Nous prévoyons la création de box d'autoformation. Il est nécessaire de mettre en avant ce service, de signaler cette offre très efficacement en terme de communication (signalétique, site Web, prospectus).

## 4.1.2. Mise en valeur des collections visibles : sélections des bibliothécaires

### 4.1.2.1. Valoriser le travail des bibliothécaires, dynamiser les services aux yeux du lecteur

Bien entendu, la valorisation est indispensable, envers les collections de la bibliothèque, mais également envers les services offerts par celle-ci. Mais il ne faut pas omettre que la volonté de dynamiser, d'actualiser la médiathèque émanent du travail et de l'implication des bibliothécaires. C'est grâce à l'attention particulière du personnel qu'il est possible d'envisager une valorisation : il faut pour cela employer les moyens nécessaires à la reconnaissance du public quant à la présence indispensable du personnel.

Valoriser le métier de bibliothécaire, c'est donc avant tout travailler sur le côté relationnel avec les lecteurs : mettre en avant sa disponibilité, son écoute et son attention. C'est aussi prévoir les attentes du public et le leur montrer : mettre en avant des ouvrages dans les rayonnages, présélectionner certains documents par genres et sans négliger de justifier les choix entrepris.

Au cas où la bonne humeur du bibliothécaire, son écoute attentive, son visage souriant ne suffiraient pas à solliciter les questions des lecteurs, il sera prévu d'indiquer à chaque bureau de renseignement et à proximité de chaque poste de consultation du catalogue une affichette rappelant l'un des rôles principaux des bibliothécaires : « N'hésitez pas à solliciter le personnel : il est là pour vous aider », « je suis à votre écoute ».

Il ne faudra pas oublier également de valoriser les services conviviaux proposés par la médiathèque : la cafétéria, les espaces détente...

### 4.1.2.2. Aider/influencer le public dans ses choix : mise en valeur de documents tirés d'un fonds (comment)

Les bibliothécaires choisissent les documents au moment même de leur acquisition. Ils ont déjà fait des choix pour la constitution de leurs fonds. Ils sont alors parfaitement à même de jouer leur rôle de conseillers auprès des lecteurs qui ne savent pas nécessairement ce qu'ils veulent. Pour aider ces derniers dans leur choix, certains documents peuvent donc être sortis des rayons et être ainsi mis en évidence. Au fil de ses errances dans les rayonnages, le lecteur sera alors amené à rencontrer certains ouvrages sélectionnés par les professionnels et mis en avant à l'aide de présentoirs spécifiques. La Médiathèque de Fresnes utilise plusieurs supports efficaces : le long des rampes, en « tête de gondole » comme en librairie, sur des tables hautes

prévues à cet effet. L'important est de montrer la couverture des livres, la pochette des documents multimédia et autres supports, c'est-à-dire de donner à voir ces documents autrement que par leur tranche. Certains documents peuvent tout simplement être valorisés sur leur propre étagère si celle-ci n'est pas composée d'une multitude de supports tous plus serrés les uns que les autres : il suffit alors d'en choisir un ou deux que l'on présentera sur un socle prévu à cet effet et permettant de le placer, couverture/pochette face au lecteur.

Dans quelque espace qu'il se trouve, le lecteur doit pouvoir se retrouver face à une sélection évidente de documents.

#### **4.1.2.3. Miser sur les rayons « nouveautés », « coups de cœur » et « thématique »**

Beaucoup de lecteurs font un choix de documents dans les dernières acquisitions, voire en « piochant » dans les chariots des retours. Il est donc important de prévoir une sorte de rayon « pêle-mêle » mettant en évidence les derniers documents acquis, quels qu'ils soient : le rayon « nouveautés ». Ce rayon doit être mis particulièrement en avant : le lecteur doit pouvoir s'y diriger dès son entrée dans le secteur de son choix. Il doit se repérer de loin grâce à son emplacement, mais aussi grâce à une signalétique efficace et attrayante.

Un rayon « coup de cœur » est également prévu : quelques documents seront ainsi mis en avant pour l'intérêt qu'ils ont pu susciter chez les bibliothécaires. Toutefois, il serait davantage intéressant que chaque ouvrage soit accompagné d'une petite note justifiant le choix effectué<sup>35</sup>.

Ce rayon doit également être d'une visibilité rapide et efficace.

De même, un rayon thématique sera mis en place, soit en fonction des événements culturels du moment, soit en fonction de l'actualité, soit en fonction de l'action culturelle de la ville ou de la bibliothèque. Ce rayon doit également être accompagné d'une petite note explicitant la pertinence du thème proposé.

#### **4.1.2.4. Proposer des transversalités au cœur même du classement thématique des collections.**

Les collections sont réparties par départements, par un classement thématique. Or, un lecteur recherchant par exemple un livre d'un auteur russe, pourrait très bien être intéressé par des ouvrages sur la Russie, mais traités selon des disciplines différentes et donc classés dans différents secteurs de la bibliothèque. Nous avons pensé proposer aux lecteurs des « fiches transversales » leur permettant de naviguer d'un rayon à l'autre.

Mais, ce projet est difficilement envisageable autrement qu'à l'aide du catalogue informatique : en effet, cela apporterait un surplus d'informations en contradiction avec le principe de valorisation des collections et monopoliserait inutilement le temps de travail des bibliothécaires. Il faudra donc envisager sur le catalogue informatique, un système efficace de renvois et de suggestions de documents sur le même thème et sur le principe de la transversalité entre disciplines.

#### **4.1.2.5. Penser la signalétique**

La mise en valeur des collections de la médiathèque passe par une signalétique propre qui vise à repérer efficacement la localisation du document. La signalétique présente le fonds ou le document au sein de la médiathèque et oriente clairement l'utilisateur dans sa direction. Un travail de réflexion sur la signalétique des collections est envisagé dans la partie "communication" de ce projet.

### **4.1.3. Le catalogue informatique : une priorité**

#### **4.1.3.1. Inventorier les collections**

L'informatisation du catalogue constitue, bien entendu, une opération majeure pour le signalement des collections de la bibliothèque. Elle rend accessibles à distance les informations bibliographiques pour le public.

Mettre en place un catalogue, c'est rendre compte de toutes les acquisitions de la médiathèque, et donc les valoriser. Non inventoriée, une collection n'existe pas : elle échappe à la vision du public notamment s'il s'agit d'un fonds important. Le catalogue permet de hiérarchiser les données selon différents critères auquel chaque lecteur peut se fier selon ses attentes. Il est donc nécessaire d'envisager un catalogue informatique adapté au public de Clamart et des environs, soit à un public de loisir et non de recherche.

Un bon rangement et un bon classement des ouvrages sur les rayons ne constitue pas une valorisation des collections, alors que le catalogue doit permettre une mise en valeur quasi personnalisée en fonction du lectorat.

#### **4.1.3.2. Signaler les collections invisibles**

Beaucoup de bibliothèques patrimoniales possédant des fonds précieux dans des réserves fermées à l'accès libre insistent sur la nécessité de mentionner ces collections

---

<sup>35</sup> Il s'agirait, pour des raisons de cohérence, des mêmes ouvrages mis en avant sur le site Internet.

"invisibles" sur le catalogue informatique. Mais, il doit pouvoir en être de même pour d'autres types de collections "invisibles" aux yeux de nos lecteurs : les journaux en ligne, les CD-Rom disponibles sur les postes de la bibliothèque, les logiciels proposés à l'utilisation sur place, les encyclopédies et bases de données auxquelles la médiathèque est abonnée, les sites web sélectionnés par le personnel, et éventuellement les adresses Internet de catalogues de bibliothèques de l'intercommunalité.

Il ne faut pas oublier non plus d'"inventorier" les collections de la "deuxième tête de la médiathèque" : cette collection est en quelque sorte invisible puisque absente des locaux de la Buanderie. Or, les lecteurs peuvent se trouver intéressés par ces collections très facilement accessibles, soit en se déplaçant, soit sur demande de réservation.

#### **4.1.3.3. Proposer des entrées et des renvois adaptés**

Pour que le catalogue soit efficace dans sa mission de valorisation, il faut que celui-ci propose des entrées adaptées aux attentes du public. Il faut donc bien réfléchir à toute utilisation possible, aux types de recherches les plus probables. Il faut se demander comment et pourquoi les utilisateurs vont interroger le catalogue. Par exemple, une entrée par indice Dewey ou par codes barres n'est peut-être pas utile. Par contre, nous pouvons envisager des entrées et des bibliographies thématiques en fonction des actions culturelles du moment, ainsi que des renvois.

D'autre part, il serait intéressant d'ajouter aux notices souvent brutes, froides et austères, des résumés et des commentaires de lectures des membres du personnel et des lecteurs. Et ce, avec des liens directs vers d'autres notices et d'autres références.

Tout comme le font déjà certaines bibliothèques (Angers par exemple), nous envisageons de proposer aux lecteurs les images des couvertures de livres, associées à chacune des notices.

Exemple :

[A chacune des notices :](#)

[Résumé et intérêt du document : .....](#)

[Conseil de lecture sur le même thème : .....](#)

[Voir aussi : .....](#)

[Avis des bibliothécaires : .....](#)

[Avis des lecteurs : .....](#)

[Reproduction de la couverture](#)

Au niveau de la page d'accueil :

Entrées par : [Auteurs](#) [Sujets](#) [Titres](#) [Thèmes](#) (ici sera proposé un choix de thèmes spécifiques)

Sélections des bibliothécaires : [Fête de la musique : les Tziganes](#)

[Les Lettres Russes](#)

[Jules Verne](#)

[Littérature Italienne du 16eme siècle](#)

NB : il est bien évident qu'un catalogue bien indexé, dont l'interrogation suscite peu, voire aucun silence, participe pleinement à la valorisation des collections dont il est question.

#### **4.1.3.4. Accéder au catalogue par une interface simple**

Valoriser les collections, c'est aussi les rendre faciles d'accès. Pour cela, nous l'avons vu, le catalogue joue un rôle fondamental. Plus le lecteur sera confronté à des difficultés techniques et organisationnelles au moment de sa requête au moyen du catalogue informatique, moins il sera amené à découvrir la diversité de l'offre documentaire.

Il faut donc prévoir une page d'accueil accueillante, une utilisation adaptée à tous les publics et une hiérarchie permettant aux lecteurs de progresser dans leurs recherches (et dans un court délai si possible). Le lecteur ne doit pas se sentir perdu lorsqu'il recherche un ouvrage : le catalogue doit être une aide efficace. En conséquence, nous envisagerons un catalogue unique prenant en compte la totalité des supports de la médiathèque. Cela permettra, à partir d'une page unique d'accueil, d'accéder à la totalité des collections et notamment aux CD-Roms, sites Web, et à d'autres catalogues en ligne. Il suffira de permettre un lien direct aux documents affichés, à partir des résultats obtenus lors de la requête de l'utilisateur. Un catalogue ainsi hiérarchisé doit participer à la valorisation de l'ensemble du fonds documentaire.

Il est donc important de différencier l'accès des professionnels de celui du public. Le langage utilisé doit être compréhensible par tous, et non du "jargon professionnel". Ce dernier doit être réservé à l'utilisation du personnel.

#### **4.1.3.5. Matérialiser l'accès aux collections**

La mise en rayon participe à la valorisation des collections. Elle révèle leur existence aux lecteurs. Le catalogue est un premier élément de signalement. Mais il faut qu'il puisse

rendre évident l'emplacement physique des documents recherchés. Pour cela, il serait judicieux de procéder au rappel détaillé de la localisation de chaque document à la notice consultée : étage, secteur, rayon et emplacement approximatif (« au fond à droite », « 3<sup>e</sup> étage milieu gauche »...). Il y aurait alors un lien direct entre le catalogue informatique et les collections physiques. En effet, il est plus aisé pour un lecteur non avisé de rechercher un ouvrage dans l'espace à l'aide d'une description, d'indications claires, plutôt qu'à l'aide d'un indice Dewey.

Chaque département de la bibliothèque proposera un plan simple et efficace de la médiathèque afin que le lecteur sache où il est et où il va. Chacune des parties de la collection y sera alors détaillée, sans oublier les non-voyants<sup>36</sup>.

De plus, nous envisageons que près de chaque escalier et ascenseur, le lecteur puisse trouver un panneau rappelant ce que l'on trouve à chaque étage.

D'autre part, les éléments graphiques utilisés sur les écrans doivent renvoyer directement à ceux utilisés physiquement dans l'espace de la médiathèque : au mieux, il faudra utiliser les mêmes formes, mêmes couleurs, mêmes typographies.... Mais surtout, il s'agira d'utiliser les mêmes termes, les mêmes mots clé, les mêmes désignations sur écran et dans les rayons.

## **4.2. Diffuser : rendre accessible à tous les publics**

### **4.2.1. Les enjeux de la diffusion vers l'extérieur**

#### **4.2.1.1. Valoriser l'image de la médiathèque**

Diffuser l'information en dehors de la médiathèque est un enjeu primordial pour son image. En effet, il est important de faire connaître à un large public l'existence d'un tel établissement, d'autant plus que celui-ci est nouveau et remplace un ancien réseau assez peu dynamique. Il faut donc attirer de nouveaux lecteurs, mais aussi rassurer et convaincre les « anciens lecteurs » de l'intérêt d'une telle réorganisation. Il faudra donc envisager la diffusion de prospectus et d'affiches ou bien même de supports numériques prévenant de l'évolution prévue : au sein de l'ancienne centrale et des annexes, dans la ville, dans ses lieux

---

<sup>36</sup> La médiathèque d'Issy-les-Moulineaux propose une double lecture possible des plans : visuelle et tactile.

culturels, chez les commerçants... Ces documents devront contenir toutes les informations de bases nécessaires : les enjeux, les avantages de ce changement, les nouveaux horaires, etc.

Il s'agira en quelque sorte de faire la promotion du nouveau site, de ses services et de ses collections avant l'ouverture de ce dernier.

Voir la partie COMMUNICATION.

#### **4.2.1.2. Toucher un vaste public**

Mettre en place une politique de valorisation des collections se manifeste également par la divulgation la plus étendue possible des ressources documentaires auprès du public. Le développement des nouvelles technologies, et en particulier du Web, rend plus accessible la diffusion des documents. Internet propose des ressources plus vastes et plus diversifiées à partir d'un poste informatique. Il tend à devenir incontournable. Le Web est une vitrine pour la bibliothèque et ses collections et peut permettre à notre médiathèque de viser à élargir le public par cet intermédiaire.

#### **4.2.2. Proposer la création d'un portail commun aux institutions culturelles de la ville de Clamart <sup>37</sup>**

Un portail Internet est un « site Web dont la page d'accueil propose, en plus d'un moteur de recherche, des hyperliens avec une foule d'informations et de services utiles et attrayants, qui est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès au réseau.

Les portails, ces portes d'accès au réseau Internet, peuvent proposer, par exemple, un service de courrier électronique gratuit, une sélection de moteurs de recherche, de Chat, les actualités, la météo, les cotes de la Bourse, un classement de sites par thèmes (ex. : cinéma, voyage, sport), des raccourcis pour les achats en ligne, etc.

L'objectif des portails est, du point de vue de leurs créateurs, d'attirer et de fidéliser les internautes, voire de devenir leur porte d'entrée dans Internet, c'est-à-dire la page de démarrage.

Il existe des portails généralistes et des portails thématiques (ex. : portail sur la photographie), dont certains sont personnalisables. »<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> La ville de Clamart regroupe sur son site les informations pratiques et la description des institutions culturelles, mais il ne s'agit pas d'un portail vers les différents sites.

<sup>38</sup> Définition du lexique de la langue française du Gouvernement Québécois.

#### **4.2.2.1. Pourquoi ?**

L'intérêt d'un portail commun serait de fédérer les différentes ressources des différentes institutions culturelles de la ville, à partir d'un accès unique à distance et identifiable aisément.

En effet, la ville de Clamart possède de nombreuses structures culturelles proposant des documents intéressants et souvent très spécialisés. Le centre Albert Chanut tient à disposition des visiteurs des dossiers d'artistes, un ensemble de livres d'Art et des ouvrages destinés à la jeunesse. La Fondation Jean Arp propose un ensemble d'archives et la bibliothèque de Jean Arp comprenant des documents sur des artistes et écrivains avant-gardistes de l'époque (Jean Arp, Sophie Taeuber, Max Ernst, Théo Van Doesburg, Hans Richter, Kurt Schwitters, Joan Miro, Tristan Tzara, Marcel Duchamp, Francis Picabia, James Joyce, André Breton, Philippe Soupault, Paul Éluard, etc.). Ces documents sont mis à la disposition de tous les publics. Il serait donc intéressant de rassembler ces ressources en un accès commun.

D'autres établissements pourraient y être associés comme la Mission Locale qui, par l'intermédiaire de l'Association Archimède et en fonction de ces objectifs pro-citoyenneté, propose une documentation concernant l'orientation et la réorientation des jeunes en difficulté.

#### **4.2.2.2. Choisir un serveur**

Il convient d'abord de prévoir que le serveur de la médiathèque puisse héberger l'application choisie. A moins qu'il ne s'agisse plutôt de celui de la mairie qui jouerait alors un rôle fédérateur quant à cette politique culturelle. Ce serveur doit pouvoir contenir suffisamment d'espace disque pour recevoir la totalité des informations de ces différents établissements, et tous les types de formats de documents (fichiers images, textes, bases de données, signets).

#### **4.2.2.3. Connaître le public ciblé pour l'offre documentaire et s'y adapter**

Puis, il faudra définir le public que l'on souhaite atteindre par ce portail. La médiathèque de Clamart est en mesure de contenter presque toutes les catégories de public à l'exception des chercheurs. Or, l'architecture d'un site est nécessairement différente si l'on souhaite s'adresser à un public large ou segmenté. Ici, le public est large dans le sens où il ne s'agit pas d'un public spécialisé, mais de loisirs. Par contre il est segmenté dans le sens où il ne concerne pas la France entière, ni la région parisienne dans sa totalité, mais simplement la population de proximité : Clamart et les villes limitrophes.

Il faut donc répondre aux attentes de ce public afin d'optimiser la valorisation des collections proposées. Cela n'empêche pas de faciliter la consultation du catalogue à distance afin d'aller chercher les lecteurs jusqu'à leur domicile ! La consultation possible du site en ligne n'est pas destinée à permettre la diffusion du contenu de l'offre documentaire jusque dans les contrées les plus lointaines, mais de la diffuser plus intensément et profondément dans une région définie et délimitée. Il s'agit avant tout de FAIRE CONNAÎTRE l'existence de la bibliothèque et de valoriser ses collections auprès du public qu'elles sont censées intéresser.

L'architecture pourrait, par exemple, revêtir la forme d'expositions virtuelles ou, moins ambitieusement, présenter les différents établissements associés ou les missions de la médiathèque. A l'instar de Gallica par exemple, le principe du parcours et des liens permettrait à tout type d'utilisateur de s'initier progressivement à différentes thématiques et ainsi de se voir naître l'envie de fréquenter la bibliothèque et de consulter sur place, de s'inscrire... La démarche est pédagogique et respecte les utilisations potentielles. L'utilisateur ne vient pas sur le site simplement pour chercher une source d'information primaire ; il peut avoir une approche plus approfondie, ou de découverte.

#### **4.2.2.4. Tenir compte et prévoir les moyens humains et financiers propres à ce portail**

Nous pouvons envisager que le portail pourra répondre aux attentes de tous les publics concernés. Mais il est nécessaire d'intégrer les contraintes humaines et financières inhérentes à la mise en œuvre d'un site. Ces moyens dépendent du contenu que l'on veut dévoiler. Proposer un portail de la sorte demandera un budget d'investissement et de fonctionnement nettement supérieur à la création d'une simple page Web. Cette dernière ne pose pas de contrainte technique majeure. A l'inverse, un portail suppose de rendre accessibles des bases de données hétérogènes, voire de mettre en ligne des documents périodiquement. De plus, la mise à jour régulière des entrées thématiques, des bibliographies temporaires, des mentions de simples événements, mobilise des moyens humains et financiers importants.

Enfin, il ne faut pas oublier que les ordinateurs mis à disposition du public de la médiathèque devront être en nombre suffisant et suffisamment puissants.

La société Médiadoc, propose la fourniture des équipements multimédia, des logiciels nécessaires ainsi que d'une maintenance informatique à long terme<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Médiadoc : 148 rue de Chevilly 92 240 L'Hay-les-Roses. 01 56 30 16 25. [Sophie.roquelet@mediadoc.com](mailto:Sophie.roquelet@mediadoc.com)

### 4.2.3. Quelle exploitation de ce site propre à la médiathèque envisager : scénarios possibles

#### 4.2.3.1. La page Web

La première option consiste à développer un portail type "page web". Le site contiendrait des informations générales sur la médiathèque et sur ses associés. Un simple lien renverrait l'utilisateur au catalogue de la médiathèque et aux différents sites Web des établissements pour de plus amples informations. Les missions de la médiathèque seraient également exposées sur ce site par un paragraphe explicatif. Cette page Web se proposerait de mettre en avant ses objectifs et ses offres en termes d'acquisitions et de services.

La page Web descriptive permettrait de consulter le catalogue en ligne grâce à l'utilisation d'un lien et répondrait ainsi aux attentes d'un public qui ne connaît ni l'existence, ni le fonctionnement, ni les missions de la Médiathèque. Cette solution requiert peu d'investissements humain et financier, l'espace disque afférent à la réalisation de la page Web est faible (pas plus de 2 giga octets). La création d'un tel site peut être réalisé dans la journée, sans aide ni matériel extérieur au service informatique de la bibliothèque. Le fonctionnement de la page ne nécessite pas de mises à jour fréquentes ou lourdes.

Toutefois, cette solution ne répond pas pleinement aux attentes d'une valorisation efficace : aucune interactivité n'est possible, l'information est figée et ne met ainsi aucunement en valeur le dynamisme des services et l'actualité des collections de la bibliothèque.

#### 4.2.3.2. Le portail documentaire

Cette solution s'inspire d'un portail orienté recherche par lequel il est possible de consulter un catalogue directement grâce à la passerelle Z 39.50 notamment si l'on veut créer un lien vers les sites des autres établissements associés.

Plus ambitieux encore, le portail documentaire exige un investissement humain et financier plus lourd, mais il permet une meilleure valorisation tant à distance que sur place, et il offre l'avantage d'atteindre un public large et varié. Ce portail offrirait les fonctionnalités suivantes : présentation générale, catalogue, bibliographies, acquisitions récentes, signets, auxquels doit pouvoir s'ajouter un système de gestion électronique permettant une plus grande souplesse et l'éventuelle présentation en ligne, pour des expositions virtuelles, de documents numérisés et libres de droit, des ressources iconographiques, des dossiers documentaires.

L'avantage de ce système est la possibilité de retrouver le même portail, et donc la même page d'accueil sur place, mais aussi à domicile. Ce système doit renforcer la mise en valeur de la médiathèque et de ses services. De plus, sur place, l'utilisateur sera déjà familiarisé à l'écran et au catalogue.

Il est nécessaire, pour l'alimentation de ce portail, qu'au moins un membre du personnel s'occupe à temps plein de la valorisation des collections au travers de ce site :

- en mettant en ligne les sélections d'ouvrages à mettre en avant
- en proposant et en alimentant des thématiques choisies
- en présentant l'actualité en terme d'acquisition, d'action culturelle, etc.
- en mettant en ligne les avis des bibliothécaires sur les ouvrages pour accompagner les notices
- en gérant l'ajout des commentaires des lecteurs concernant les ouvrages lus ou suggérés à l'achat
- en proposant les "coups de cœur" des bibliothécaires dans une rubrique spécifique...

Il faudra alors penser au coût d'une telle opération, en ce qui concerne l'investissement mais aussi le fonctionnement<sup>40</sup>. En effet, il faut envisager l'installation d'un Système de Gestion Electronique des Documents. Sa gestion et son alimentation impliquent fortement une équipe informatique et "bibliothéconomique". Ce site doit être, pour bien remplir ses fonctions de valorisation, alimenté très régulièrement.

#### 4.2.4. Présenter les collections dans un espace : diffuser l'information à l'intérieur

##### 4.2.4.1. Penser au public dans la bibliothèque : l'importance du support papier

Même si l'on considère le catalogue informatique en ligne comme étant une priorité, il ne faut pas oublier que la valorisation se fait également dans l'espace « réel » de la médiathèque. Il faut donc penser aux différents supports « directs » : la signalétique, les panneaux d'informations permanents et temporaires, mais aussi les guides, bibliographies, et autres documents papier. La mise en valeur des espaces et la mise en valeur dans l'espace participent pleinement à la valorisation de la médiathèque, de ses collections et de ses services.

---

<sup>40</sup> Nous pouvons pour cela, faire appel à la société Médiadoc : création et maintenance du site.

Le premier document à placer à proximité des banques de prêt sera un document présentant en quelques points les informations pratiques de la Médiathèque : heures d'ouverture, nombre de prêts, conditions d'inscription...

#### **4.2.4.2. Présenter les politiques d'acquisition et les services : guide du lecteur**

Moyen incontournable de valoriser le travail des bibliothécaires et la médiathèque : le guide du lecteur. De nombreuses bibliothèques mettent en place ce moyen de diffusion, mais de façon plus ou moins efficace. La médiathèque d'Ivry-sur-Seine serait un exemple à suivre en terme d'édition de guides et autres fascicules. En effet, bien que conçu par le service communication de la ville, le graphisme est de qualité. Sur le même principe, nous devons réserver une part non négligeable du budget alloué à la valorisation pour la mise à disposition du public d'un guide du lecteur. Celui-ci renforcera l'image dynamique et innovatrice de la médiathèque.

Toutefois, il ne devra pas faire l'objet d'une simple photocopie : la charte graphique, le papier, l'impression doivent faire appel à des professionnels, pour ainsi renforcer la crédibilité des services offerts par la bibliothèque.

Ce guide du lecteur sera l'occasion de mettre en avant la médiathèque : ses objectifs, ses missions, ses services, ses collections non en nombre de documents par support mais en termes de choix documentaire.

Le guide du lecteur est une aide précieuse pour le public qui pourra peut être y découvrir de nouveaux espaces comme la cafétéria et de nouveaux services tels que la réservation par Internet. Ce guide contiendra le règlement intérieur et autres règles de bonne conduite.

Afin de renforcer le sérieux des services et collections proposés, nous pouvons envisager l'édition papier d'une Charte des collections et d'une politique de choix. Ce document très complet et détaillé mettra ainsi en avant le travail effectué par le personnel, ses politiques d'acquisition : c'est le moyen d'instaurer une image de confiance et une réputation auprès d'autres professionnels du livre. Ce document devra également se retrouver sur le site Web de la Médiathèque.

#### **4.2.4.3. Justifier ce choix de mise en valeur : les bibliographies**

Des bibliographies<sup>41</sup> seront proposées en ligne, nous l'avons vu. De plus, les bibliothécaires proposeront des choix thématiques de documents en fonction de divers événements, internes ou externes à la médiathèque. Nous avons suggéré précédemment qu'il serait intéressant d'accompagner ces sélections de justifications : pourquoi cette thématique ? quel intérêt ? en relation avec quoi ou qui ? etc.

Ces explications se verront diffusées sur le site Web, mais elles doivent aussi être disponibles sur place en relation directe avec les documents mis en avant. Pour cela, nous envisageons l'édition de petits livrets bibliographiques, pour les événements les plus importants ; ainsi que des tracts plus modestes, mais de qualité graphique, pour d'autres événements de moindre envergure.

Ainsi, les choix des bibliothécaires se verront renforcés, crédibilisés, car justifiés et appuyés par des commentaires qui pourront aider le lecteur à découvrir les ouvrages qui correspondent à ses attentes.

La totalité des bibliographies se verra, au fur et à mesure, réunie sous forme de fiches assemblées dans un classeur qu'il serait ainsi aisé de mettre à jour. Pour cela, il faudra prévoir l'utilisation d'une même charte graphique commune à toutes les bibliographies.

Ces classeurs pourraient ensuite être mis à disposition du public au sein de la médiathèque ainsi qu'en ligne.

#### **4.2.4.4. Expliciter les moyens de valorisations des documents dans l'espace**

Afin de bien mettre en évidence les sélections des bibliothécaires, la signalétique jouera un rôle primordial : elle va permettre au lecteur de repérer les rayons spécifiques tels que les « coups de cœur », les « nouveautés » et l'« actualité », sur le modèle des librairies. C'est, d'une part, un bon moyen de rendre évidente la mise en avant, d'attirer le lecteur, et d'autre part de lui permettre de se retrouver confronté aux mêmes types de codes qu'il rencontre dans son quotidien, et donc de se sentir déjà, en quelque sorte, familier dans cet environnement qu'est la bibliothèque.

---

<sup>41</sup> la Médiathèque de ... propose des bibliographies thématiques : cette démarche est intéressante et pourrait nous servir de modèle. Cf : annexe.

## **4.3. Médiatiser (au sens philosophique du terme) : initier une politique de valorisation efficace**

### 4.3.1. Les enjeux de la médiation

#### **4.3.1.1. Contexte**

Il est important de considérer que les institutions culturelles et éducatives et celles et ceux qui les animent, ne peuvent remplir leurs objectifs qu'en développant un tissu dense de relations. Les partenariats noués par les institutions culturelles, et plus particulièrement par les bibliothèques, au-delà de nécessités logistiques et techniques, s'enracinent en quelque sorte dans une vision humaniste. La mondialisation des échanges et des moyens de communication comme l'importance des migrations de populations conduit toutes les institutions culturelles, et en particulier les bibliothèques, à imaginer différemment le territoire et les limites de leur action. Le regain d'intérêt des lecteurs pour les littératures de toutes les parties du monde constitue un indice significatif de cet état de fait. Le métissage culturel et l'invention d'identités forgées par le brassage des populations ne pourraient s'accommoder de bibliothèques repliées sur elles-mêmes, mais, bien au contraire, placent les établissements face à de nouveaux défis, entre la conservation d'une mémoire vivante et une attention toujours en éveil devant toutes les formes et les tendances nouvelles de la société.

Au moment même où apparaît la tentation pour de nombreux groupes sociaux, liés à leur origine, leur conviction ou leur condition de se refermer sur eux-mêmes, la bibliothèque, par la mise en œuvre de multiples partenariats, peut constituer l'un de ces lieux où des liens peuvent se créer. C'est pourquoi, sans méconnaître ses fonctions d'information et de documentation, il faut affirmer ici que la bibliothèque est d'abord une institution culturelle.

#### **4.3.1.2. Clamart et sa carence en matière de communication**

Clamart et le quartier du Bas-Clamart concentrent une population plutôt favorisée. Il n'est donc pas prioritaire d'attribuer un rôle plus spécifique auprès des « populations défavorisées ». Par contre, d'après ce que nous pouvons observer et d'après les dires de certains habitants, la communication et la médiation sont de réelles faiblesses de la commune. Cette dernière a pourtant fait le choix de l'intercommunalité, partenariat politico-économique

mais non culturel. Il serait donc très intéressant d'engager la médiation entre diverses institutions culturelles de la ville.

#### **4.3.1.3. Les contraintes**

Même s'il est vrai que la Médiathèque offre le contexte privilégié des manifestations artistiques comme du débat d'idées, l'éclairage et l'enracinement de l'écrit, et pour peu que ses collections, par le nombre et la qualité, présentent un panorama éclectique et pluraliste de la production éditoriale, la Médiathèque constitue le partenaire naturel, le socle de la vie culturelle. Toutefois, elle ne doit pas être fédératrice de ses partenariats qui doivent, en effet, se voir insérés dans une politique culturelle municipale d'ensemble, et notamment en ce qui concerne l'organisation de manifestations sur des thèmes communs. Dans ce contexte, il devient alors encore plus légitime pour une bibliothèque, un musée, un conservatoire de musique ou un théâtre de travailler en étroite liaison puisque leur action mobilise des moyens communs et se déploie dans un même territoire.

### **4.3.2. Constituer un réseau de partenaires : pourquoi ? Avec qui ? Comment ?**

#### **4.3.2.1. S'ouvrir à d'autres publics en se faisant connaître**

Le partenariat est étroitement lié à la politique d'information et de communication de la bibliothèque. On peut même dire que cette dimension d'information constitue la base de départ des partenariats : la mise en valeur réciproque des uns et des autres représente le premier pas vers un portail commun. Cette étape manifeste la volonté de sortir de l'isolement en reconnaissant l'activité de l'autre – d'où l'intérêt d'un calendrier culturel commun à l'échelon de la commune. L'organisation d'un débat, d'une exposition est l'occasion d'entrer en contact avec le milieu associatif local et de faire venir à la bibliothèque des habitants non inscrits et qui sont attirés par le sujet. Dans le même esprit, les articles et émissions qui seront consacrés localement à l'activité de la médiathèque offriront une nouvelle occasion, au-delà d'une manifestation ponctuelle, de faire connaître ses services.

#### **4.3.2.2. Élaborer une politique de valorisation en relation et partager les compétences**

L'époque est révolue où les bibliothèques pouvaient vivre sur elles-mêmes, « bricolant » des expositions sans aucune aide, administrant des enquêtes auprès du public sans s'appuyer sur les acquis et les pratiques des sociologues. Et l'on pourrait ainsi allonger la

liste de ces situations devenues incompatibles avec la professionnalisation des bibliothèques et avec les exigences multiples de leurs publics.

Dans le prolongement de leur action en relation avec les milieux économiques, les bibliothèques n'ont ni la charge, ni le rôle, ni les moyens d'apporter seules des solutions aux questions sociales qui les entourent, de même que les bibliothécaires ne possèdent pas toutes les compétences en matière d'action culturelle. Toutefois, leur association avec toutes sortes d'organismes et acteurs qui œuvrent sur le terrain, rend leur contribution précieuse. Pour rejoindre ou attirer certains publics, leur offrir de nouveaux services, des animations adaptées, la médiation des associations et des organismes ou institutions spécialisés est alors indispensable.

La bibliothèque pourrait par exemple, en ce qui concerne l'accueil des personnes handicapées, tirer le plus grand parti de l'action des associations telles que *l'Association des Paralysés de France* de Clamart et de leurs membres qui connaissent ces publics et peuvent relayer auprès d'eux l'information sur les services offerts par la médiathèque. De plus, l'*APF* s'occupe du suivi de la mise en place et du respect de la législation concernant les personnes à mobilité réduite. Nous devrions envisager de consulter cette association avant même le commencement des travaux afin de s'assurer de l'adaptation des locaux à ces publics empêchés. L'*APF* organise également des sorties. Pourquoi ne pas envisager un partenariat pour l'accueil des handicapés à la Médiathèque ?

Il faut toutefois noter qu'aucune d'association de personnes malentendantes ou malvoyantes n'est représentée à Clamart.

De même, nous pourrions travailler en relation avec l'association *Archimède* sur la question de l'orientation, de l'auto-apprentissage et de la formation continue. La médiathèque serait en mesure d'atteindre un objectif de complémentarité de l'offre documentaire et de services envers ce public grâce aux compétences déjà acquises de l'association, à son aide et à ses conseils, notamment en ce qui concerne les acquisitions de documents ou de matériel : rien ne sert de doubler une offre déjà existante, ni de la concurrencer.

De la même façon, la ville met l'accent sur les adolescents et jeunes adolescents par la création de clubs autour de thèmes bien spécifiques. Il serait intéressant de prévoir une offre complémentaire à la médiathèque, ce qui permettrait de renforcer l'action de ces associations, mais aussi d'attirer ce jeune public à la médiathèque.

#### 4.3.2.3. Établir une structure partenariale : avec qui ?

Il faudra envisager trois catégories de structures avec lesquelles nous allons être amenés à travailler :

- des structures directement liées à l'une de nos activités : d'autres bibliothèques, mais aussi d'autres institutions autour du livre et de la culture au sens plus large et peut-être pas seulement à Clamart.
- des structures liées à des fonctions : de création (Centre d'Arts Plastiques A. Chanot, Conservatoire H. Dutilleux, Théâtre et Fondation J. Arp...), de promotion, de formation (la Mission Locale Intercommunale), d'animation (le Local Jeune, les Clubs 12-15 ans)...
- des structures qui gèrent des publics spécifiques : les écoles, les clubs d'adolescents, des troisièmes âges, l'hôpital Antoine Bécère...

C'est le croisement entre ces trois types de structures qui vont nous permettre de définir des partenariats.

L'Hôpital Antoine Bécère accueille plusieurs associations dont l'*APGAR*<sup>42</sup> qui s'occupe d'améliorer les conditions d'hospitalisation des enfants et de leurs parents. Nous pourrions envisager un travail d'action culturelle dans ce sens.

Enfin, le Réseau *Ville-Hôpital Ressource*<sup>43</sup>, avec lequel nous pourrions prévoir un partenariat auprès des adultes et adolescents, concernant la santé, développe entre autres des actions de proximité : des soirées débat, des préventions en milieu scolaire...

Les bibliothèques municipales accueillent un nombre toujours croissant de jeunes lecteurs. Et il est extrêmement important pour la médiathèque de Clamart de se pencher davantage sur ce jeune public. Il est donc nécessaire de travailler en partenariat avec les écoles de la ville :

-la médiathèque sera alors envisagée en quelque sorte comme un centre de ressources auquel écoles et collèges peuvent avoir recours pour répondre à des besoins documentaires spécifiques.

-les écoles pourront ainsi contribuer à faire connaître aux enfants le chemin de la médiathèque, les encourageant à une démarche autonome en direction du livre et des services.

Il faudra aussi envisager un investissement de la bibliothèque de lieux tels que les crèches et PMI afin de témoigner de l'importance du contact avec le livre chez les très jeunes

---

<sup>42</sup> Responsable : Dr Ph. Labrune, service de pédiatrie de l'Hôpital A. Bécère. Développement du cigle non connu.

<sup>43</sup> Responsable : Pr Fr. Boue, [Ressource.RVH@wanadoo.fr](mailto:Ressource.RVH@wanadoo.fr)

enfants et de l'enjeu du dialogue avec les familles. Il serait également intéressant de se rapprocher des centres de loisirs, pour ces mêmes raisons.

Ces différents partenariats peuvent faire l'objet d'accords ponctuels, mais, de plus en plus, les communes envisagent leur politique de développement de la lecture et de la bibliothèque de manière globale et tentent d'en formaliser tous les aspects culturels et éducatifs, et les partenaires qui permettent de concrétiser cette politique, par un document général. C'est le cas, par exemple, du contrat « ville-lecture » initié avec le concours du Ministère de la Culture. Cette formule permettrait à la Médiathèque de se constituer un réseau stable de partenaires et imposerait une programmation organisée de façon pertinente et efficace sur le long terme. D'autre part, la bibliothèque serait ainsi assurée de ne pas jouer un rôle fédérateur dans la politique culturelle globale qu'engendre le partenariat. Par contre, il est vrai que la municipalité se verra davantage impliquée dans les choix d'actions culturelles<sup>44</sup>.

De la même manière, pourquoi ne pas profiter de l'événement départemental « Chorus<sup>45</sup> », pour accueillir gratuitement des chanteurs-compositeurs dans les locaux de la médiathèque ? Ce serait un moyen efficace d'attirer/d'acquérir de nouveaux publics avec peu de d'engagements financiers.

#### **4.3.2.4. Informer**

La qualité de la fréquentation repose sur la bonne information des publics potentiels. Presse locale (*Le Parisien, Le Républicain, Obs Paris Ile-de-France, Journal des Hauts-de-Seine, le Moniteur 92, Atouts 92*), radios (Ado FM, Chante France, Ouï FM, Radio FG, Radio Latina, RFI, TSF, Voltage), télévision (France 3) seront de solides alliées : pour cela, il faudra créer avec elles des relations professionnelles régulières, peut être par le biais du service communication de la mairie.

Dans tous les cas, il sera nécessaire de prévenir des actions culturelles en diffusant des calendriers prévisionnels communs<sup>46</sup> dans les boîtes aux lettres, chez les commerçants, etc.

---

<sup>44</sup> [www.lecture.org/ville%20lecture%20bis.htm](http://www.lecture.org/ville%20lecture%20bis.htm)

exemples concrets : ville de Lyon et de Mulhouse.

<sup>45</sup> [www.hauts-de-seines.net/chorus](http://www.hauts-de-seines.net/chorus)

<sup>46</sup> La ville de Clamart propose un calendrier en ligne mais trop peu évident ; nous devons donc envisager de sérieuses améliorations à ce niveau. Il existe également un programme papier propre à la ville ainsi que le département.

### 4.3.3. Rencontrer les publics

#### 4.3.3.1. Miser sur l'inauguration

En effet, le premier contact direct avec le public sera le moment de l'inauguration de la médiathèque. Il faudra alors bien penser à prévenir les publics potentiels de cet événement, penser à la participation des différents partenaires.

#### 4.3.3.2. Organiser des manifestations culturelles

Nous envisageons de construire des projets communs plutôt que d'utiliser, ponctuellement, la compétence d'une autre institution ou d'une personne-ressource à la seule fin de valoriser la bibliothèque : une programmation, même modeste autour d'un thème choisi en commun, sur l'année, le trimestre, sera prévue.

Pour cela, il faudra bien identifier le projet dans lequel on souhaite s'investir : personnel ou en partenariat, sur une thématique locale, régionale ou nationale. En effet, il est nécessaire de poser nos objectifs, de planifier ou de tout simplement prévoir et choisir les actions auxquelles nous souhaitons participer. Il ne serait pas pertinent de prévoir deux actions sur le même thème à deux dates différentes selon la provenance de la sollicitation : par exemple, « La Science se livre » à l'échelle régionale et la « Fête de la Science » à l'échelle nationale.

Sinon, la ville propose chaque année un nombre de thèmes auxquels les institutions culturelles peuvent participer<sup>47</sup>.

En ce moment, nous pouvons choisir les thèmes suivants : « le temps des femmes » (autour du 10 mars tous les ans), « la Poésie débarque en ville » (Printemps des Poètes tous les ans), « concours BD » (exceptionnel).

#### 4.3.3.3. Les rendre pérennes

Il faut songer à pérenniser nos actions, par exemple en envisageant la coédition de catalogues d'expositions, de comptes-rendus de conférences avec les partenaires concernés.

Il faudra prévoir un budget propre à la valorisation sur le long terme afin de continuer à attirer de nouveaux publics, mais aussi afin de fidéliser les lecteurs réguliers.

D'autre part, ce travail est un investissement de longue haleine, qui nécessitera de nombreuses heures de travail. C'est pourquoi il serait préférable de ne pas attribuer cette tâche

---

<sup>47</sup> (voir sur le site Web de la ville, rubrique « actualité »)

à deux ou trois membres du personnel seulement, mais de la confier à chacun des responsables des acquisitions, par domaine : ceux-ci mettront en pratique une politique de valorisation supervisée par un responsable, lui-même en étroite relation avec le responsable général des acquisitions.

Le responsable supervisant la politique de valorisation se verra également attribuer la charge des relations avec les différents partenaires, ainsi que les projets de communication écrite : brochures, invitation, programmes propres à la médiathèque.

Enfin, il faudra nommer un responsable informatique apte à coordonner la mise en ligne des résumés, avis, bibliographies, mis en place dans le cadre de la politique de valorisation des collections.

## **4.4. L'action culturelle**

### **4.4.1. L'action culturelle comme outil de promotion de la médiathèque : grandes lignes de la politique culturelle**

L'action culturelle apparaît généralement comme la « vitrine » d'une machine à savoir, aux rouages subtils et invisibles. C'est en partie vrai puisqu'il s'agit bien de « donner à voir » des informations ou des documents point directement interpellant (voire absents) dans les rayons : cela constitue une sorte d'affichage de l'offre générale, qui contribue à vendre l'image de l'institution. Toutefois derrière cette vitrine il y a un travail considérable, jamais achevé, de mise en forme intelligible pour les publics les plus larges d'une information habituellement plus confidentielle. Ce travail demande une grande écoute du public, une excellente connaissance des collections et de ses relais, mais aussi des stratégies s'inscrivant tout naturellement dans l'ensemble du projet d'établissement. C'est à ce prix que la médiathèque se rapproche chaque jour de son modèle d'un lieu d'un patrimoine collectif et partagé.

#### **4.4.1.1. Principes fondamentaux**

Afin de poser les bases de l'action culturelle que nous entendons mener, rappelons-en les trois finalités principales :

- *la finalité culturelle*, c'est-à-dire la volonté de faire découvrir des auteurs, des artistes, des œuvres, de mettre les collections en valeur, de faire participer l'animation au développement de la lecture... ;

- *la finalité politique* : faire de la bibliothèque un lieu culturel de rencontres et de débats ;
- *la finalité stratégique* : intégrer la bibliothèque dans la politique culturelle de la ville, la rendre vivante et en faire un outil au service de l'image de la ville.

A travers l'action culturelle, il s'agit pour la médiathèque de s'affirmer comme un lieu de production et de mise à disposition des savoirs, de mobiliser des moyens nouveaux pour que cette production intellectuelle soit rendue lisible pour un large public, de multiplier les passages entre culture savante et culture, patrimoine de tous, et de diversifier les formes d'accès au savoir : à côté de l'accès traditionnel « un lecteur/un document », proposer l'offre sur place et à distance des passerelles, des liens, des niveaux de lecture démultipliés, et élargir ainsi la notion d' « atelier de l'esprit ». C'est ainsi que la médiathèque se situera au cœur de sa fonction médiatrice : les expositions, l'édition, l'action pédagogique, l'accueil, le rayonnement de la culture à distance deviennent alors de formidables outils de marketing susceptibles d'établir un lien fort entre elle et son nouveau public.

Deux grands principes présideront à l'action culturelle menée par la médiathèque :

- respecter la transversalité adoptée pour la gestion et l'agencement des collections (nous donnerons plus bas des exemples concrets pour illustrer notre propos) ;
- impliquer autant que faire se peut les usagers dans l'organisation et la mise en œuvre des manifestations culturelles.

Ces partis pris nécessitent une médiation constante et vigilante du personnel et du groupe délégué à l'action culturelle, qui sont seuls à statuer sur le degré d'implication des usagers dans les manifestations. En effet, ils doivent être les garants de la cohérence de la politique menée et donc décider en dernier lieu de la légitimité de telle ou telle initiative provenant des usagers. Cette initiative sera sollicitée dans le cadre de thèmes, objectifs, et principes bien définis au préalable.

#### **4.4.1.2. Les composantes de la politique culturelle**

Quatre composantes principales de la politique culturelle sont à différencier comme base à l'élaboration et la mise en œuvre de l'action culturelle. Elles consistent en quatre **P** : **p**rogramme, **p**édagogie, **p**roduits, **p**ublics, en interaction.

#### 4.4.1.2.1. Programmes

L'ensemble de l'équipe est impliqué, en collaboration parfois avec les autres institutions culturelles de la ville, du département... En aucun cas l'activité culturelle ne doit constituer une activité autonome, un état dans l'état : elle est toujours ancrée dans les collections dont elle devient une sorte de révélateur. Les priorités correspondent à une stratégie d'ensemble et visent à valoriser les points forts de l'établissement : collections exceptionnelles, savoir-faire, recherches en cours ou abouties... Les validations de programme vont de pair avec les moyens consentis.

#### 4.4.1.2.2. Pédagogie

Dans le souci de répondre à la diversité des publics, il convient de proposer une palette d'approches différentes, d'abord dans la destination des programmes. Lettré ou autodidacte, chacun doit pouvoir choisir son niveau de lecture dans les panneaux et les fiches didactiques proposées. Par ailleurs, les visites guidées et ateliers ciblent selon le cas les scolaires, les enseignants, les groupes d'adultes, les professionnels... Ces démarches didactiques *in-situ* se complètent éventuellement par des supports papier – bibliographies, résumé ou fiches pédagogiques – et par des liens et présentations disponibles sur le web.

#### 4.4.1.2.3. Produits

##### 4.4.1.2.3.1. *Les expositions*

Trois formes d'exposition peuvent être envisagées, qui respectent chacune le principe de valorisation des documents et services proposés par la médiathèque dans le cadre de ses missions fondamentales : les expositions consacrées aux formes de l'écrit, les expositions pluridisciplinaires sur l'histoire des idées et les expositions littéraires ou artistiques (comme des monographies restituant un univers d'écrivain ou d'artiste).

##### 4.4.1.2.3.2. *Les manifestations orales*

La médiathèque doit être pensée comme un espace public pour la vie intellectuelle et culturelle. Elle organisera de fait débats, lectures, concerts... non seulement selon un quadrillage par disciplines retenues (littérature et arts, politique, histoire, etc.), mais en multipliant les passerelles entre celles-ci.

##### 4.4.1.2.3.3. *Les documents de communication sur papier ou numériques*

Les manifestations précédemment citées seront appuyées par des renvois susceptibles d'en élargir encore le champ d'investigation, sous la forme de bibliographies, localisation, à

l'intérieur comme à l'extérieur de la médiathèque, de documents connexes, récapitulatifs des thèmes, liens et dossiers sur le site de la médiathèque...

#### 4.4.1.2.4. Publics

L'intégration d'une politique des publics est un enjeu majeur. Elle nécessite des outils d'évaluation qui permettent d'apprécier qualitativement et quantitativement la fréquentation. Elle implique une réflexion partagée sur les objectifs, les priorités dans les stratégies de conquête : tarifs, supports de communication, pratique de l'accueil sur place sont les trois éléments majeurs de cette stratégie. Favoriser une bonne communication s'avère indispensable pour donner une meilleure visibilité des actions. Le maintien d'une image forte, claire, constante est vitale pour un dialogue soutenu avec le public.

#### **4.4.1.3. Évaluer les points forts et faibles**

Deux sortes d'analyses des actions culturelles menées seront envisagées afin de réajuster au mieux les choix de médiation, qui constitueront une aide précieuse à la décision.

##### 4.4.1.3.1. Les analyses de publics

Des enquêtes de publics seront menées régulièrement dans les rayons et les espaces d'exposition ou d'animation. Les éléments quantitatifs (statistiques de fréquentation) seront immanquablement complétés par des enquêtes sur les taux de satisfaction, les pratiques de visite, l'utilisation des supports interactifs, etc. Les premières approches des études d'impact des supports de communication (dépliants thématiques, affichages dans des espaces publics, presse, encarts publicitaires) sont très importantes.

##### 4.4.1.3.2. Les analyses de coût d'opération par usager

Des analyses de coût intégrant aussi bien le budget de fonctionnement, le coût des personnels, l'amortissement des équipements et du matériel devront être menées, et maniées avec beaucoup de précaution cependant. Le bénéfice apporté se situe bien au-delà des retours financiers : tout gain de notoriété contribue à améliorer le positionnement de la bibliothèque face à son public.

## 4.4.2. L'action culturelle comme outil de promotion de la médiathèque : mise en œuvre

« Une institution qui est vraiment un lieu public de circulations et d'échanges est un lieu à l'intérieur duquel il est possible d'être différent de soi-même et d'entendre différentes voix. »

Robert Damien, philosophe.

### 4.4.2.1. Multiplier les partenariats et impliquer l'utilisateur

#### 4.4.2.1.1. Multiplier les partenariats

Il sera difficilement envisageable, compte-tenu des ressources budgétaires et humaines dont la nouvelle médiathèque disposera à son ouverture, et de la période d'organisation et d'adaptation qui monopolisera alors beaucoup d'énergies en terme de simple fonctionnement général, de prévoir l'instauration d'un service entièrement dédié à l'action culturelle. Il s'agira donc de multiplier autant que possible les partenariats et la mise à contribution des initiatives privées (voir infra) pour mettre en œuvre l'action culturelle, qui ne devra pas pour autant pêcher par son manque de cohérence ou d'adéquation avec les ressources de la médiathèque (nous avons vu plus haut l'importance d'une politique documentaire globale et strictement définie).

Beaucoup de partenariats ont déjà été contractés par les bibliothèques existantes, qui ne disparaîtront pas, bien entendu, avec la création de la médiathèque à deux têtes. Il faudrait cependant développer les partenariats avec les librairies de la ville, et tenter de penser une politique culturelle à l'échelle de la ville. Nous imaginons ainsi la coopération de toutes les institutions culturelles autour de grands thèmes annuels, et le renvoi des citoyens de lieux culturels en lieux culturels dans une diversification de l'offre, certes, mais une continuité de propos. Les cinémas de la ville ne pourraient-ils par exemple s'inviter dans la salle de conférence de la médiathèque pour des projections de films d'auteurs, classiques ou indépendants ? C'est ce genre de coopération que nous souhaitons développer à l'occasion de l'ouverture de la nouvelle médiathèque.

#### 4.4.2.1.2. Impliquer l'utilisateur

Un des enjeux principaux et essentiels de la politique d'action culturelle appliquée à la Buanderie sera de faire de l'utilisateur un acteur et non seulement un spectateur ou un consommateur des services de la médiathèque. Il apparaît en effet que ménager un rôle structurel à l'utilisateur dans la définition, au fur et à mesure, de la médiathèque est un moyen

efficace de valoriser les services offerts par celle-ci. Insistons à nouveau sur ce point : la supervision du comité de pilotage de l'action culturelle restera incontournable. L'implication de l'utilisateur ne doit pas s'effectuer à l'encontre de la politique générale de l'établissement ; il faut veiller à conserver à ce dernier une identité cohérente, tout en prenant en compte les destinataires des services qu'il propose. L'utilisateur ne doit plus entrer dans un environnement *a priori* étranger, en fonctionnement totalement indépendant de lui. Le fait que la Buanderie se situe au cœur de la ville justifie notamment notre volonté de faire de celle-ci un point convergent, dynamique, un véritable lieu de socialisation où l'échange émane en partie du citoyen et n'est pas uniquement orchestré par l'établissement.

Dans cette optique, nous multiplierons les « lieux d'échange libre », à l'instar de présentoirs d'information libre où les fascicules et brochures pourront être déposés, ou bien de boîtes de suggestions sur l'acquisition d'ouvrages, le fonctionnement général de la médiathèque. Nous favoriserons également la contribution des utilisateurs à l'élaboration de fiches de lectures, d'écoute, de navigation (selon le support concerné) conseillées, voire...détestées !

#### **4.4.2.2. Jongler avec diverses temporalités**

Afin de fidéliser les utilisateurs et de favoriser leur participation aux animations proposées, il est important de définir un planning annuel, proposant des manifestations régulières. Pour ce faire, il faudra statuer sur l'occurrence de chaque type d'animation et éviter autant que possible la contingence — tout en se préservant une certaine liberté, notamment en ce qui concerne les visites guidées, selon les disponibilités et la demande de partenaires tels que les écoles, les professionnels, les associations ou les particuliers. Nous précisons donc pour chacune d'entre elles un rythme propre. Certaines auront lieu une fois par semaines, d'autre une fois par mois, une fois par trimestre ou bien une fois par ans. L'inauguration fera l'objet d'une étude particulière.

#### **4.4.2.3. Animations envisagées**

##### 4.4.2.3.1. L'inauguration

Différents partenaires seront sollicités à cette occasion.

##### *4.4.2.3.1.1. Les écoles*

Il sera proposé aux écoles de Clamart de participer à l'inauguration à travers l'énoncé de thèmes sur lesquels les enfants pourraient donner libre cours à leur imagination. Les thèmes

que nous avons envisagé de soumettre seraient ceux de la buanderie, du livre et de la médiathèque. Les professeurs inviteraient alors les élèves à traiter de ces thèmes lors d'ateliers d'écriture (poésies, nouvelles, essais) ou de dessins, dans le cadre des cours. Ces œuvres seraient vouées à être exposées à l'extérieur et à l'intérieur de la Buanderie lors de la période d'inauguration. Ceci initierait chez les enfants une réflexion sur le livre et la bibliothèque, et ce dans ce lieu particulier qu'est la Buanderie, et permettrait l'appropriation par ceux-ci de ce nouveau lieu et leur contribution à sa promotion dans ces travaux à figure de « produits d'appel ».

#### 4.4.2.3.1.2. *Acteurs et lecteurs publics*

La mobilisation d'acteurs et lecteurs publics, locaux ou non, serait sollicitée. Ceux-ci liraient des textes par eux choisis — soit dans les rayons de la Buanderie, soit objets d'acquisition par l'établissement à cette occasion — à voix haute, de façon impromptue. Cette participation pourrait être bénévole ou rémunérée.

#### 4.4.2.3.1.3. *Artistes et artistes du livre*

Une invitation serait lancée aux artistes locaux et nationaux de réalisation de créations sur le thème de la buanderie, du livre et de la bibliothèque, sur le principe du bénévolat ou bien contre rémunération.

Il serait intéressant de constituer à cette occasion une petite collection de livres d'artistes qui seraient exposés de façon pérenne dans la Buanderie. M. Jean-Pierre Thomas, responsable du fonds de livres d'artistes à la médiathèque d'Issy-les-Moulineaux, pourrait être contacté afin d'envisager une collaboration avec les artistes dont il promeut les livres.

#### 4.4.2.3.2. *Cercles de lectures*

Il existe déjà dans les bibliothèques de la Mairie, de la Fourche et de la Plaine des groupes de lecteurs qui se réunissent chaque mois pour partager leurs lectures. Il va de soi que ces groupes seront invités à se reconstituer au sein de la médiathèque à deux têtes et à poursuivre leurs échanges. Ces réunions resteront **mensuelles**, et ouvertes à tous, sans obligation d'inscription. Seuls les horaires devront être révisés afin de permettre au plus grand nombre d'y participer. Il serait ainsi préférable de les organiser chaque vendredi du mois, en soirée, de 17h à 19h par exemple. Cependant, une consultation préalable des personnes constituant les groupes déjà existants serait préférable. En effet, il ne faudrait limiter le nombre de ces cercles de lecture à un unique groupe, mais proposer différentes pages

horaires. Les groupes se réunissant actuellement de 10H à 12H les premiers vendredis du mois pourraient ainsi conserver cette habitude.

La création de cercles de lecture pour enfants de 8 à 12 ans, et pour adolescents de 13 à 17 ans est un des projets, qui nécessite cependant de distribuer préalablement un questionnaire de façon à sonder la demande. Ils se réuniraient **une fois par trimestre**. Ce projet répondrait à notre volonté de gagner les publics potentiels jeunes en les incluant autant que possible dans la vie de la médiathèque. Il serait supervisé par un(e) bibliothécaire et des parents bénévoles pour l'un, et libre pour l'autre, ou avec l'assistance d'un(e) bibliothécaire selon la demande.

#### 4.4.2.3.3. Ateliers multimédia

Des ateliers de sensibilisation aux outils et ressources multimédia seront organisés pour les enfants, les adultes et les personnes âgées **une fois par mois**. Il serait intéressant qu'aucune distinction d'âge ne soit faite entre les débutants concernés, mais il faudrait pour des raisons pratiques définir un âge minimum qui pourrait être celui de huit ans.

Les enfants plus jeunes se verraient offrir la même animation mais de façon moins régulière (rappelons que de nombreux postes resteront en libre consultation et qu'ils pourront être utilisés par les enfants accompagnés de leurs parents), **une fois par trimestre**.

#### 4.4.2.3.4. Cycles de rencontres / débats / lectures

Une plage horaire consacrée à un cycle de rencontres, débats et lectures sera aménagée, qui autorisera une certaine liberté dans l'alternance de ces différents types de manifestations, annoncées au moins deux mois à l'avance par des affiches, dans les fascicules d'information et sur le site. Là encore, là participation des habitants de Clamart sera la bienvenue.

Ces manifestations consisteront en :

- des rencontres dédicaces avec des auteurs ;
- des rencontres avec des éditeurs ou directeurs de collections ;
- des rencontres autour du thème du voyage, au cours desquelles les usagers pourront présenter leurs expériences de voyages dans différents pays ou régions de France, documents à l'appui (photos, carnets de voyages...). Les guides des pays ou régions présentés figureront dans le fonds de la médiathèque ;
- des lectures de contes ou de nouvelles, destinés aux adultes et/ou aux enfants selon la sélection arrêtée par le personnel de la bibliothèque. Les suggestions de lectures seront les bienvenues ;

-des « rencontres historiques », menées par des historiens et/ou durant lesquelles les personnes âgées, les chercheurs (également les étudiants en second cycle), les enfants et enseignants (dans le cadre de leurs programmes et travaux scolaires) seront invités à témoigner ou à participer ;

-des rencontres thématiques et colloques réunissant des professionnels sur divers autres domaines du savoir et des arts, selon les collections de la médiathèque et le contexte environnant, et selon le même principe que celui énoncé pour les « rencontres historiques » ;

-des projections de films documentaires ou de fiction, avec débat à la fin des projections et rencontres éventuelles avec leurs réalisateurs.

La programmation de ces manifestations et leur médiation seront assurées par les bibliothécaires, qui rencontreront à l'avance les usagers intéressés par une participation active afin de définir les modalités de ces interventions et de convenir avec eux des suggestions de ressources documentaires. En effet, une bibliographie thématique sera élaborée pour chaque manifestation, qui renverra à toutes sortes de ressources documentaires proposées par la médiathèque.

Le principe de ces cycles s'appuie notamment sur l'exemple de la bibliothèque municipale de Bobigny, où « animation et action culturelle prennent la forme de débats, de rencontres entre publics et œuvres, de confrontations d'idées » et où « les manifestations sont parfois préparées avec les usagers, ce qui permet l'implantation dans la vie locale, la fidélisation et la formation d'une communauté de lecteurs » et fait de la bibliothèque « un lieu vivant en prise sur le monde » (Dominique Tabah)<sup>48</sup>.

Ils auront lieu dans la salle de conférence, **une fois par mois**.

#### 4.4.2.3.5. Expositions

Deux temporalités seront définies pour ce qui est des expositions.

Un espace libre d'exposition, défini par des panneaux répartis dans l'ensemble de la médiathèque, sera proposé aux artistes amateurs de la ville. Les usagers intéressés solliciteront un rendez-vous avec un membre du personnel préposé afin de spécifier les modalités de participation. Les œuvres seront exposées pendant une période de deux mois. Ce mode d'exposition participe du principe de l'implication des usagers dans l'action culturelle de la médiathèque, à laquelle ceux-ci pourront apposer leur empreinte et celle de la vie

---

<sup>48</sup>« L'action culturelle en BDP, locomotive ou danseuse ? » Journées d'étude d'Agen 2002

culturelle de la ville plus largement. Il ménagera là encore un espace de dialogue entre les Clamartois.

Par ailleurs, une exposition annuelle sera proposée, d'une durée de quatre mois. Il faudra pour cela convenir d'un budget propre à cette animation. Elle pourra s'inscrire dans le cadre d'une valorisation des collections à travers un thème propice à la pluridisciplinarité et à la mobilisation de plusieurs supports, ou bien dans celui (et les deux ne sont pas incompatibles) dans celui d'une thématique ou manifestation à l'échelle de la ville.

#### 4.4.2.3.6. Visites guidées, familiarisation avec l'utilisation des ressources de la bibliothèque

Elles seront proposées aux classes scolaires, aux professionnels, aux associations ou aux particuliers **selon la demande**.

Nous avons imaginé organiser des « **chasses aux trésors** » pour les enfants à travers les rayons autour d'ouvrages à retrouver (sur une durée d'une heure) lors des visites scolaires, en fonction de leur programmes scolaires, ou bien proposées sur des présentoirs par thèmes à chaque jeune visiteur.

Sur le modèle de l'initiative lancée depuis quelques années par les bibliothèques de la ville de Ljubljana en Slovénie<sup>49</sup>, nous envisageons l'élaboration d'un quiz **annuel** proposant des questions et énigmes autour d'un thème en particulier, selon l'actualité, que les enfants pourront compléter au cours de l'année grâce aux ressources de la bibliothèque. Un tirage au sort donnant lieu à une remise de prix clôturera le concours en fin d'année scolaire pour récompenser les participants (des lots de consolation seront prévus).

#### 4.4.2.3.7. Ateliers pour les jeunes

Il existe un public potentiel jeune à Clamart qu'il s'agit de prendre en compte dans l'action culturelle menée par la bibliothèque. Nous pensons qu'une façon de gagner ce public est de lui proposer des ateliers ludiques autour des collections multimédia et bandes-dessinées de la médiathèque.

Un atelier bandes-dessinées serait un moyen d'attirer le public jeune, en proposant la création de petites histoires en bandes-dessinées qui pourraient être par la suite imprimées en plusieurs exemplaires et/ou numérisées et mises en ligne sur le site de la médiathèque.

Il aurait lieu **deux fois par mois**, de 17h à 19h le mardi soir, et serait supervisé par un membre du personnel aux dispositions manuelles et techniques.

---

<sup>49</sup> Cf. Annexes

#### 4.4.2.3.8. Heures de contes

Des heures de contes sont déjà proposées à la bibliothèque de la Mairie. Il nous semble légitime de conserver le rythme auquel elles ont lieu et leurs modalités de fonctionnement, à savoir une heure du conte pour les 18 mois – 5 ans **tous les mercredis matins**, une heure de conte pour les 5-9 ans **chaque mercredi après-midi**, toutes deux assurées par les bibliothécaires, et une heure de conte assurée par des conteurs professionnels **une fois tous les trimestres**.

Nous souhaitons toutefois faire de cette troisième heure de conte une rencontre inter-génération où le choix des textes, contes, poésies ou nouvelles, permettra de réunir enfants (à partir de 9 ans), adolescents et adultes, voire uniquement adolescents et adultes. En ce qui concerne les textes poétiques, nous voudrions tendre vers le modèle de la manifestation « L'écrit parade », qui se tient à la bibliothèque municipale de Lyon depuis 1990 et ménage des espaces de création poétique orale, destinés à faire de la bibliothèque un lieu de survie de la poésie, de création plutôt que d'animation. Nous ne limiterons pas pour autant cette heure à la récitation de poésie mais ferons alterner divers supports d'oralité.

Nous ne voulons pas exclure les adolescents de ces rencontres trimestrielles mais restaurer chez eux l'image de ce genre d'animation, ainsi qu'y travaille Marianne Cantacuzène, lectrice publique, qui témoigne en ces termes : « [...] surtout avec des préadolescents, je lis le début d'un roman de qualité, avec la ferme intention qu'ils l'empruntent ensuite. Et ça marche bien ! »<sup>50</sup>.

### 4.4.3. Considérations budgétaires...

La façon dont nous avons pensé l'action culturelle dans la nouvelle médiathèque favorise la libre participation, et limite par-là même les dépenses consacrées aux animations.

Récapitulons cependant les animations pour lesquelles un certain budget est nécessaire :

-l'édition de supports d'information imprimés (programmes, bibliographies, affiches, suggestions de lectures...);

-la rémunération d'artistes et acteurs pour l'inauguration ;

-la rémunération des artistes et lecteurs participant aux heures de conte ;

-l'organisation de la grande exposition annuelle ;

-l'acquisition d'outils fondamentaux pour l'atelier des jeunes ;

-l'édition des travaux finaux des jeunes dans le cadre de cet atelier ;

-la réalisation du quiz.

Rappelons que nous avons évalué le budget annuel consacré à l'action culturelle à 4000 euros.

---

<sup>50</sup> « L'action culturelle en BDP, locomotive ou danseuse ? » Journées d'étude d'Agen 2002

## **5. Les modalités de la communication.**

En ayant à l'esprit combien la communication d'un établissement d'une telle ampleur, qui s'adresse au public, aux partenaires, et aux élus, est d'une grande complexité, nous avons souhaité rencontrer Marielle de Miribel, spécialiste de la communication en bibliothèque, qui nous a rappelé brièvement les grandes étapes à suivre pour organiser un service de communication dans une bibliothèque et pour obtenir une communication performante.

Après une présentation de notre projet elle a fortement insisté sur la nécessité, dans notre cas, de procéder à un audit de culture afin de pouvoir dégager l'identité actuelle des bibliothèques de Clamart. En effet, avant de produire des documents, chaque bibliothèque doit savoir ce qu'elle veut communiquer sur elle-même, chaque document ou objet de communication constituant un véritable reflet de son image. Il nous a donc paru indispensable de commencer par cette étape avant d'envisager plus précisément la communication institutionnelle et événementielle.

### **5.1. De l'identité de la bibliothèque aux axes de communication.**

#### **5.1.1. La réalisation d'un audit de culture**

##### **5.1.1.1. L'intérêt d'un audit de culture**

Il est conseillé d'effectuer un audit de culture, diagnostic qui permet de dresser un bilan fidèle et précis de la situation d'une bibliothèque et de faire émerger l'identité de la bibliothèque. Sa finalité est de permettre à la bibliothèque de gérer de manière concertée, et non plus à l'aveuglette, les différences constatées entre l'image qu'on veut donner de la bibliothèque, l'image diffusée et l'image perçue. Il fait apparaître ses qualités, ses points faibles et ses dysfonctionnements de communication.

Pour procéder à l'audit de culture, cinq pistes de recherche sont à examiner de manière à pouvoir rassembler le plus d'éléments pertinents susceptibles d'enrichir et de nourrir le capital d'images. Par exemple, il est intéressant d'interroger aussi bien le personnel que les

lecteurs sur les origines de la bibliothèque, sur son histoire, sur les métiers qui signalent le profil de compétence de l'organisation, sur les valeurs de la bibliothèque, les signes et les symboles. Ces entretiens peuvent être effectués de manière très libre, sous forme de *brainstorming* ou de portraits chinois du moment que l'on ne perd pas de vue l'objectif ultime qui est de dégager l'identité de la bibliothèque, aussi bien composée de l'image perçue, que de l'image diffusée et de l'image voulue.

#### **5.1.1.2. Les conditions de réalisation de l'audit de culture**

Rappelons brièvement le cadre de notre travail. Nous avons choisi de limiter notre audit de culture à la bibliothèque centrale de la mairie. Il s'agit de la bibliothèque la plus directement concernée par le déménagement puisqu'elle se trouve à proximité de la Buanderie ; le mobilier et les collections vont en être transférés dans la future médiathèque de la Buanderie. D'autre part, à l'heure actuelle, c'est la seule bibliothèque de Clamart dont on sait de manière officielle qu'elle va fermer ses portes, le sort des annexes n'étant pas encore décidé.

Par ailleurs nous avons fait le choix d'interroger le personnel de la bibliothèque, mais concernant les lecteurs nous avons préféré nous en remettre aux résultats fournis par les *Etats généraux de la culture*, enquête réalisée en 2001 pour connaître l'avis des Clamartois sur la culture dans leur ville. Il est vrai qu'elle ne porte pas exclusivement sur les bibliothèques, mais l'importance de l'échantillon interrogé ( 1500 Clamartois ) nous a décidés à l'utiliser ; nous n'aurions pu, par nous-mêmes, interroger qu'un petit nombre de lecteurs dont l'opinion aurait été beaucoup moins représentative de l'image perçue par la population de Clamart que dans cette enquête.

Nous avons pu interroger cinq membres du personnel de la bibliothèque centrale qui se sont prêtés de bonne grâce à notre exercice. Le nombre d'agents interrogés peut paraître assez faible mais il a rapidement fait ses preuves. Les différents discours se ressemblaient beaucoup et ont suffi à faire émerger une identité commune. Une grille de questions<sup>51</sup> avait été élaborée au préalable mais elle n'a pas été suivie à la lettre, le but de l'exercice étant de laisser parler librement l'interlocuteur et d'en tirer des conclusions.

Comme nous l'avons déjà dit l'identité de la bibliothèque est constituée à la fois de l'image perçue par les bibliothécaires et les lecteurs et de l'image voulue par les

---

<sup>51</sup> Les entretiens et la grille de questions figurent en annexe.

bibliothécaires. C'est pourquoi nous étudierons successivement l'image perçue par le personnel, l'image perçue par le lecteur, et l'image voulue.

### 5.1.2. L'image perçue : l'image de la bibliothèque selon le personnel.

La consultation du personnel a permis de définir une certaine image de la bibliothèque. Voici les grandes lignes qui se dessinent à l'étude de ces entretiens :

- la bibliothèque est petite : le choix de livres y est restreint.
- la bibliothèque est « vieillot », « ringarde », en retard par rapport à son temps et par rapport aux autres bibliothèques : par exemple celles d'Issy-les-Moulineaux et de Meudon proposent des services électroniques en phase avec les évolutions de la société. Tandis que celles de Clamart ne proposent pas d'accès informatique.
- La bibliothèque est conviviale, chaleureuse : la relation étroite et amicale avec le lecteur. Des craintes sont fréquemment exprimées que ce rapport privilégié avec le lecteur disparaisse du fait de la répartition sur quatre étages de la nouvelle structure, plus vaste.
- La bibliothèque a une bonne réputation au niveau des services rendus par un personnel dévoué notamment dans l'aide fournie au public pour la recherche documentaire. Sa complaisance va jusqu'à faire en sorte que le lecteur ne reparte jamais de la bibliothèque les mains vides même s'il ne trouve pas le livre qu'il recherche.
- Tous sont en effet attachés aux valeurs que sont la gratuité et l'accès à la connaissance et sont prêts à les défendre comme les missions les plus importantes de la bibliothèque.

Cette perception sera bien évidemment à nuancer par celle des lecteurs : ont-ils les mêmes impressions, font-ils les mêmes constations ?

### 5.1.3. L'image perçue par la population de Clamart.

A défaut de pouvoir mettre en place une enquête touchant la majorité de la population de Clamart, nous avons utilisé les résultats d'enquête des *Etats Généraux* qui permettent de dessiner en creux l'image de la bibliothèque selon les Clamartois.

Avant de préciser l'image perçue de la bibliothèque il convient de rappeler le cadre du questionnaire et le profil des interrogés afin de pouvoir prendre en compte tous les paramètres de ce sondage.

### 5.1.3.1. Le profil des répondants

Les tableaux suivants font apparaître les différences chiffrées entre le profil des répondants par sexe , âge, catégories socioprofessionnelles, et la population de la ville.

#### \*L'âge

L'âge	Moins de trente cinq ans	Entre 35 et 49 ans	Entre 50 et 64 ans	65 ans et plus
les répondants	20%	: 33,3 %	22%	13%
la population de Clamart	29%	29%	21,5%	21%

#### \*Le sexe

Sexe des répondants	Population de Clamart
63 % de femmes	53 % de femmes
35 % d'hommes	47 % d'hommes

On note également que la présence d'enfants au foyer est de 50 % ce qui laisse à penser qu'il y a un grand nombre d'enfants qui tôt ou tard vont vouloir s'intégrer dans des structures culturelles.

#### \* Les catégories socioprofessionnelles

	Artisan, commerçant, industriel	Cadre, profession intellectuelle	Profession intermédiaire	ouvrier	Inactif retraité	Non précisé
Nombre de répondants	2 %	25 %	19 %	2 %	34 %	6 %
Population réelle de Clamart	8 %	10 %	14 %	16 %	27 %	

Malgré certains écarts manifestés par ces tableaux on peut considérer que les répondants sont assez représentatifs de la population de Clamart.

A partir des réponses données aux quatre questions que nous avons sélectionnées dans cette enquête nous essayerons de mettre en évidence la représentation de la bibliothèque qu'elles sous-tendent.

### 5.1.3.2. Les réponses aux questions des Etats Généraux<sup>52</sup>

Les quatre questions qui nous intéressent pour notre étude sont les suivantes :

- La première concerne le degré de satisfaction à l'égard de la vie culturelle à Clamart. Alors que les répondants sont impliqués et se renseignent sur la culture, seule une moitié d'entre eux (49 %) est satisfaite par les services proposés. La satisfaction se concentre chez les personnes âgées. Cette moitié est en majorité représentée par les plus de 65 ans. L'autre moitié de la population est réellement en attente face à un constat de manque de culture par rapport à ses aspirations personnelles. 47 % d'une population attirée par la culture comme l'enquête le montre, se trouve insatisfaite par les équipements. Cela traduit un véritable manque chez les jeunes qui sont les plus nombreux de cette frange à être insatisfaits et peut-être une carence de propositions d'activités culturelles ou de modernisation.
- La deuxième question retenue concerne les atouts de la vie culturelle à Clamart : le principal atout souligné par les répondants est l'accessibilité et la proximité, en particulier pour les résidents en centre ville et chez les 35-64 ans, soit la population adulte active qui recherche à Clamart des activités qui lui évitent d'aller à Paris ou vers d'autres communes.
- La troisième question porte sur les handicaps de la vie culturelle à Clamart : parmi les handicaps soulignés, le manque de dynamisme de la vie culturelle domine très nettement (45% des réponses) surtout chez les jeunes et dans certains quartiers. Le manque de possibilités d'initiation et d'apprentissage est perçu comme un handicap pour 32 % des répondants âgés de 35 à 49 ans.
- La quatrième concerne la priorité des points à améliorer à Clamart. Pour les bibliothèques et les discothèques, 26 % souhaitent voir amélioré en priorité l'éventail du choix, 19 % les animations, 18 % les horaires, et seulement 3% l'accueil.

Enfin dans les suggestions des répondants on trouve à plusieurs reprises la demande de la création de centres culturels liés aux nouvelles technologies ainsi que celle d'améliorer l'information générale sur la vie culturelle à Clamart ; enfin le souhait est exprimé de privilégier les artistes locaux .

---

<sup>52</sup> Voir en annexe les graphiques de ces résultats.

### **5.1.3.3. Conclusions sur l'image perçue par la population de Clamart.**

Ainsi l'image globale qu'on retient des bibliothèques est celle d'établissements de proximité, qui satisfont les personnes âgées, mais moins la jeune génération dont les attentes sont insatisfaites.

La population regrette le caractère ancien des services proposés qui ne sont pas toujours adaptés à l'actualité et aux nouvelles technologies. Elle souhaiterait davantage de dynamisme et d'animations, un éventail plus large de choix d'ouvrages et de CD et une meilleure amplitude des horaires.

L'image positive qui ressort d'une bibliothèque vue comme un établissement de proximité est donc un peu altérée par le fait que ce qu'elle propose est ressenti comme insuffisant ou en décalage avec les attentes actuelles ce qui n'entre pas en contradiction avec l'image qu'en ont les bibliothécaires : les deux perceptions sans pour autant coïncider parfaitement apportent des informations complémentaires et nécessaires à la construction de l'identité de la bibliothèque dans sa globalité.

Mais l'identité de la bibliothèque n'est pas complète si l'on n'aborde pas l'image voulue, celle que souhaitent renvoyer à terme les bibliothécaires. Dans le cas de celle de Clamart, le déménagement va modifier inévitablement certains aspects de cette identité.

### **5.1.4. L'image voulue à terme**

Afin de parvenir à cerner l'image voulue et analyser comment et dans quel sens l'identité de la bibliothèque veut être modifiée, il nous a paru incontournable de demander au personnel leurs objectifs nouveaux quant à la nouvelle structure.

Lors de notre rencontre avec Catherine Auzoux nous avons déjà pu fixer les grandes missions des futurs équipements. Selon elle, « dans notre monde actuel où les nouvelles technologies se sont considérablement développées, la médiathèque a plus que jamais un rôle éducatif et culturel qui permet de donner du sens à la complexité du monde qui nous entoure. »

Concrètement il s'agit de donner accès à la pensée et à la culture contemporaines (en pratique ateliers de création de documents audio-visuels et multimédia), en mettant en œuvre des programmes de sensibilisation, de formation et d'initiation à l'usage des nouvelles technologies, et des labos de langue.

Nos entretiens avec le personnel nous ont permis d'aller plus loin.

La buanderie doit être :

- (et doit rester) un lieu chaleureux, convivial
- un lieu moderne qui propose un large accès aux nouvelles technologies
- un lieu où l'on trouve une aide à la recherche documentaire
- un lieu dynamique, avec un large programme d'action culturelle
- un lieu capable d'accueillir un public jeune

Nous pouvons donc conclure que le personnel souhaite dynamiser l'image de la bibliothèque, la rajeunir. Garder la proximité avec le public tout en insistant sur la représentation d'un lieu de formation et d'aide pour les recherches semble être la priorité.

Comme nous avons pu le constater, l'écart est grand entre l'image voulue et les images perçues.

C'est à partir de ces deux sources d'informations que l'on peut désormais élaborer les axes principaux de communication à fixer concernant la médiathèque à deux têtes, axes qui doivent permettre de réduire au minimum les écarts qui existent entre ces deux types d'images. C'est l'objectif principal d'un service de communication. Dans ces axes de communication vont être déterminées les orientations du service de communication qui vont prendre en compte aussi bien l'identité actuelle de la bibliothèque que les volontés de changement qui transparaissent dans l'image voulue ; ces axes devront s'appuyer sur la base de l'identité ancienne pour en créer une nouvelle sans contredire la première : en effet il est nécessaire de ménager les lecteurs qu'un changement ne doit pas rebuter.

D'autre part, il est intéressant de montrer l'importance de la connaissance de l'image voulue des bibliothécaires et de leurs objectifs. Comme nous l'a rappelé Marielle de Miribel ce sont les objectifs généraux de la bibliothèque qui dictent ce qu'il faut dire, comment et à qui.

## 5.1.5. Les axes de communication

La définition de l'identité et de la personnalité du service doit s'inscrire dans une stratégie qui débouche sur des axes de communication. Dans la situation de Clamart nous dénombrons deux axes principaux de communication : la communication qui concerne le déménagement et la communication événementielle.

### 5.1.5.1. La communication de déménagement

Dans le cadre du déménagement, le principal axe de communication est le suivant : il s'agit de faire connaître la nouvelle bibliothèque, d'affirmer son existence et sa nouvelle identité et par conséquent de donner envie de venir à un nouveau public. Ce grand axe se développe en une série d'objectifs qui, également doivent permettre à terme de résorber le décalage entre l'image voulue et l'image perçue.

Il s'agira de montrer à travers les documents de communication que la bibliothèque est :

- un lieu chaleureux, convivial : le lecteur sera toujours aussi bien accueilli même dans une structure plus importante et sectorisée. Un lieu où l'on est guidé, informé, voire formé
- un lieu moderne, actuel, en phase avec son temps qui propose un large accès aux nouvelles technologies
- un lieu d'aide à la recherche avec une offre plus satisfaisante et moins restreinte du fait de la multiplication des supports et du grand nombre de ressources électroniques, qui, si on est guidé, peuvent être aussi riches que des ouvrages.
- un lieu dynamique, avec un large programme d'action culturelle
- un lieu gratuit et d'accès à la connaissance
- un lieu accueillant, moderne, lisible, qui supplante un bâtiment peu fonctionnel et sombre.

Ainsi, il s'agit dans un premier temps, de montrer à travers des documents de communication que la nouvelle bibliothèque est toujours un établissement de proximité, mais moderne. Qu'elle propose des services performants et d'actualité. La connaissance des changements de l'identité de la bibliothèque doit à terme permettre de faire venir un nouveau public.

Pour réaliser ces nombreux objectifs il semble indispensable de s'interroger sur les cibles du projet de communication : quelle est la cible de l'action de communication envisagée ? On ne peut s'adresser à tout le monde de la même manière : toute formulation

d'un message implique donc un choix implicite. Plutôt que le flou et le manque d'impact d'un message censé s'adresser à tout le monde, ce qui est illusoire, il vaut mieux choisir explicitement à qui l'on s'adresse et utiliser la formulation qui convient le mieux à cette cible particulière pour avoir une chance d'être entendu.

D'après les objectifs des bibliothécaires, il s'agit de cibler les jeunes, d'une part les étudiants, et d'autre part les jeunes adultes qui commencent à être dans la vie active, la population la moins présente aujourd'hui en bibliothèque à Clamart. Le but de la communication est donc double : faire connaître la nouvelle image de la bibliothèque à Clamart, et également réussir à faire venir un public plus jeune.

#### **5.1.5.2. La communication événementielle**

D'autre part, moins dans l'immédiat, il s'agit pour la communication d'informer la population des activités que va être amenée à proposer la bibliothèque. Cet objectif sera traité dans la partie qui concerne l'action culturelle.

Le plan de communication définit le contenu, la cible et les moyens de la communication

## **5.2. PLAN DE COMMUNICATION**

Dans le cas de notre étude, nous définirons la communication institutionnelle comme l'ensemble des relations établies entre la future médiathèque à deux pôles, dont l'antenne de la Buanderie qui nous intéresse plus particulièrement ici, avec les services culturels et administratifs de la municipalité, à savoir la mairie, le réseau des institutions culturelles (dont font partie le théâtre Jean Arp, le centre d'arts plastiques Albert Chanoit, le conservatoire Henri Dutilleux) ainsi que l'autre pôle de la médiathèque.

### **5.2.1. La place de la communication dans le fonctionnement de la Buanderie**

Il convient de préciser, une fois posés les objectifs de la communication, quelles vont être les stratégies adoptées et les moyens mis en œuvre, qu'ils soient humains ou financiers, afin de mener à bien cette communication et de passer ensuite à la phase d'action. On s'inquiètera donc dans ce paragraphe de désigner les rôles et les tâches de chacun, et de suggérer les différents moyens qui apparaissent nécessaires à l'établissement de cette nouvelle communication.

### **5.2.1.1. Le personnel**

Il nous semble important qu'un poste soit consacré à la communication, ce qui nécessite une création. On recrutera donc une personne ayant étudié la communication, éventuellement le marketing, tout en ayant une forte tendance sinon littéraire, du moins culturelle dans son cursus.

Ce poste peut être créé pour les deux médiathèques, ou, dans le meilleur des cas, un poste peut voir le jour dans chacun des deux pôles. La personne en charge aura pour tâche d'établir au mieux les relations avec la médiathèque de Bourgogne, afin de permettre une circulation de l'information parfaite et ininterrompue, pour parer au mieux les difficultés que cause cette partition et l'éloignement qui caractérise ces deux pôles d'une même entité. Des réunions fréquentes et une communication continue permettront donc de s'informer du fonctionnement de l'autre pôle et de monter des projets communs, notamment en matière d'action culturelle.

D'autre part, il apparaît nécessaire de prévoir des rencontres fréquentes avec le personnel de la mairie (les élus à la culture, l'adjointe Mireille Derethe, comme le service reprographie) afin de dégager de façon nette l'identité de la bibliothèque, et d'informer les élus du bon fonctionnement de celle-ci. Des relations étroites entre le chargé de communication et le service de reprographie de la municipalité (réunions inexistantes à ce jour) permettront également un meilleur suivi de la production des documents de communication à l'usage de la bibliothèque. Afin de conférer à la médiathèque une meilleure visibilité dans la ville et au sein du réseau d'institutions culturelles, il convient de s'attacher longuement à l'image dégagée par la médiathèque, image qui transite par les documents émis, que le service de reprographie a en charge.

Pour ce faire, l'appel à un graphiste en free-lance ou à une agence de communication semble approprié. En effet, celui-ci serait chargé d'élaborer, en collaboration avec la bibliothèque et surtout avec le chargé de communication, un logo et une charte graphique pour la médiathèque. Cette charte graphique permettrait d'émettre la nouvelle image et la nouvelle identité de la bibliothèque.

En effet, lors de l'audit de culture que nous avons mené à la centrale, nous avons pu rencontrer une des bibliothécaires qui nous a fait part de sa très forte motivation à avoir un logo et une charte graphique propre à la bibliothèque, le logo de la mairie qui fait

actuellement office de logo sur les documents de communication émis ne la satisfaisant pas du tout, car il empêche la bibliothèque de déployer son identité propre.

La volonté, à maintes reprises évoquée par les bibliothécaires, de mettre de côté cette image certes conviviale mais « ringarde » et « vieillotte » de la bibliothèque, au profit d'une image plus « moderne », participe du changement d'identité de la bibliothèque, permis par sa transformation en médiathèque. Derrière cette image se dissimule une réalité – à savoir l'absence de documents multimédias - d'où la concurrence directe de la médiathèque d'Issy-les-Moulineaux dont souffre la bibliothèque de Clamart. Certains bibliothécaires apparaissent très sensibilisés à cette question de nouvelle communication, conscients de son rôle de vecteur d'une nouvelle identité.

#### **5.2.1.2. Le budget prévisionnel**

Aucun budget n'est pour l'instant spécifiquement alloué à la communication. Il faudrait créer en créer un, et éventuellement le revoir à la hausse lors de l'ouverture de la médiathèque, puisqu'il comprendra alors toute la communication « de déménagement », c'est-à-dire l'information du public de l'inauguration. En outre, à l'ouverture, la médiathèque doit disposer d'un très grand nombre de documents de communication disponibles pour les publics, et surtout de guides du lecteurs et autres feuillets chargés de familiariser les usagers avec les nouveaux locaux et les nouvelles pratiques.

### **5.2.2. Charte graphique**

#### **5.2.2.1. Les principes**

L'image de la bibliothèque qui s'est dégagée de l'audit de culture que nous avons réalisé, et l'étude de l'enquête de satisfaction du public révèlent que la bibliothèque présente une grande proximité avec les lecteurs, des services au public compétents, mais qu'elle connaît une fréquentation par un public âgé et dégage une image vieillie. Face à cette image perçue, nous pouvons opposer l'image voulue par les bibliothécaires pour la nouvelle médiathèque : la modernité, qui passe notamment par les nouvelles technologies, et qui a pour but d'attirer un public de jeunes adultes et d'étudiants de premier cycle, public qui fait actuellement défaut à la bibliothèque (mais qui semble présent, selon les dires d'une bibliothécaire, à la discothèque. Le pari consiste donc aussi à inclure la discothèque à l'intérieur de chaque pôle pour que ce public de jeunes, et jeunes hommes, soit aussi amené à fréquenter la bibliothèque...). Marielle de Miribel affirme d'ailleurs l'importance en

bibliothèque d'une « identité visuelle très forte », bien distincte de celle de la municipalité, qui peut « gêner la visibilité » de la médiathèque.<sup>53</sup>

Afin de dégager cette nouvelle image, il est indispensable d'établir une charte graphique, aujourd'hui inexistante, qui sera ensuite un guide pour tous les documents de communication à émettre. L'objectif sous-jacent est ici de faire connaître les services ; la communication doit donc informer, mais également les faire apprécier, elle doit donc aussi se fixer sur l'image dégagée par ces services proposés, a fortiori quand ils sont fraîchement créés.

#### **5.2.2.2. Charte graphique : proposition**

La charte graphique présente un guide pour concevoir et éditer l'ensemble des documents produits par la bibliothèque, dont la mise en page est cependant à renouveler à chaque nouvelle production afin de les adapter au mieux aux circonstances.

On peut proposer l'utilisation de couleurs différentes pour chacun des deux pôles, tout en conservant un logo identique afin de visualiser l'entité de la médiathèque. On utilisera une typographie plutôt ronde et innovante, différente du visuel habituellement utilisé, toujours dans cette optique de renouveau.

Le logo, réalisé en partenariat avec un graphiste, devra rendre compte de l'identité que la médiathèque souhaite dégager. Nous pouvons proposer, afin de mettre en valeur cette approche moderne de l'écrit et la mise en avant des nouvelles technologies qui s'ancrent vraiment au cœur des collections et font lien avec les différents supports, un logo qui représenterait une main du clic de la souris dont l'index reposerait sur un livre ouvert.

Il ne faut pas oublier la mention de la ville de Clamart, et travailler pour cela avec le service de reprographie de la municipalité.

Il semble important que ce service de reprographie participe à l'élaboration de la charte graphique, afin de bien saisir l'identité de la médiathèque, qui doit pouvoir se dégager de tous les documents de communication qu'il aura en charge de produire et d'imprimer par la suite.

---

<sup>53</sup> Marielle de MIRIBEL (sous la dir. de), *Concevoir des documents de communication à l'intention du public*, ENSSIB : 2001. Coll. « La Boîte à outils ».

Ces quelques principes, érigés en plan de communication sont proposés dans le but de dégager une forte identité à la médiathèque et de s'assurer de la réussite du projet, à savoir le gain d'un nouveau public par la proposition de nouveaux services et de l'offre du multimédia. Il convient de s'appesantir à présent sur la communication interne à la Buanderie, dont une part importante passe par la signalétique et l'orientation des usagers au sein des collections.

## **5.3. LA COMMUNICATION INTERNE**

### **5.3.1. Principes de la communication interne**

Nous avons fait le choix de nous concentrer sur trois types de documents émis par la médiathèque en matière de communication, en fonction du budget disponible, soient : les cartes des lecteurs, les guides, et la communication événementielle pour l'inauguration et l'ouverture.

A ces documents, s'ajoutent bien sûr le mobilier et la signalétique, qui participent de même à la communication qui est faite des documents, cependant les frais qu'ils supposent sont normalement pris en compte dans l'enveloppe de construction.

### **5.3.2. Le mobilier**

L'image qui se dégage d'une médiathèque vient en grande partie du mobilier qu'elle abrite, qui participe à donner une atmosphère particulière au lieu. Nous avons choisi pour la Buanderie de disposer les collections en étoile autour des postes de consultation, afin de centrer réellement et physiquement la médiathèque autour des collections et de l'accès multimédia. A chaque étage et chaque département, trois ou quatre ordinateurs seront situés au centre de la pièce, en cercle, et les rayonnages se répartiront autour sous la forme des branches d'une étoile.

Les rayonnages déjà existants à la centrale seront apparemment récupérés pour être utilisés à nouveau dans les deux pôles de la médiathèque, ce qui constitue pour les bibliothécaires une déception certaine, ceux-ci auraient préféré, dans une optique de créer une image moderne, disposer d'un matériel et d'un mobilier entièrement neuf. On peut voir l'aspect positif de cette réutilisation, à savoir que ces anciens rayonnages constitueront un lien entre l'ancienne et la nouvelle médiathèque, et permettront peut-être à certains lecteurs de conserver quelques points de repères, salutaires pour apprivoiser les nouveaux locaux (et ce

notamment chez les personnes âgées, puisque la crainte récurrente exprimée par les bibliothécaires est la perte du public âgé habituel et habitué, perte due aux changements de locaux), même s'il ne constitue pas un public d'avenir.

On distinguera plusieurs types de mobilier : celui destiné à accueillir les collections, celui destiné au public et à son accueil, au personnel, et au service interne.

Pour l'usage du public :

On proposera pour le mobilier destiné à accueillir les postes informatiques de choisir parmi les meubles Dubich ([www.dubich.fr](http://www.dubich.fr)) et notamment les meubles en triangle, mettant en avant la convivialité et permettant de conserver la disposition des collections déjà évoquée.

On prévoira des fauteuils à disposer dans l'espace périodiques et dans l'espace Bandes Dessinées, afin d'encourager les publics cibles (adolescents et jeunes adultes) à une fréquentation récurrente et confortable de ces espaces, et plus généralement de la médiathèque.

Pour l'espace jeunesse, un mobilier composé de tables et de chaises adaptées, ainsi que des coussins et des tapis pour permettre la lecture sur place semble être adaptés.

Pour les salles de travail, on prévoira de grandes tables pour les travaux en groupe, et des tables individuelles pour la salle d'étude.

Des banques de prêt/retour ou d'accueil à chaque étage permettront d'accueillir et de guider le lecteur dans ses recherches

On n'oubliera pas de prévoir du mobilier pour le personnel et le service interne :

- le 4<sup>ème</sup> étage lui étant réservé (espace détente, cuisine) mais aussi bureaux
- et pour le stockage et le transport des livres d'un pôle à l'autre de la médiathèque, notamment des caisses de transport et des étagères de stockage.

### **5.3.2.1. La signalétique**

Dans le cadre de la départementalisation choisie au sein de la Buanderie, nous avons déjà déterminé un certain nombre de salles qui regrouperont des segments des collections à chaque étage.

Le but premier de la signalétique doit être l'orientation des lecteurs dans le fonds et dans l'espace : en cela elle participe pleinement d'une communication interne à la bibliothèque, au sens où elle permet une communication des documents au public. On

retiendra donc trois critères majeurs qui serviront à son élaboration : la lisibilité, la visibilité et la clarté.

On peut donc présenter quelques ébauches de signalétique :

De grands plans d'orientation seront affichés dans le hall d'accueil (un plan général avec le détail des collections à chaque étage) et à chaque étage à la sortie de l'ascenseur (plan des collections de l'étage)

On attribuera à chacun des neuf départements une couleur spécifique qui le représentera, et se retrouvera sur chaque étiquette.

Un marquage au sol pourra indiquer la distinction entre les départements, sous forme de frontière en pointillés, avec le nom des départements de part et d'autre

On pourra penser les panneaux indicateurs en forme de main tendue, la même que sur le logo par exemple (clic de souris)

Les bibliothécaires pourront porter un badge les identifiant, avec une maxime personnalisée...

Le sous-sol, où sera logée obligatoirement une partie du fonds (pour des raisons d'espace), pourra comporter un écran et présenter les dernières acquisitions ou les prochaines actions culturelles, afin de mettre à profit son aspect sombre qui apparaît de prime abord plutôt comme un inconvénient. De même, le hall d'accueil pourra accueillir un rétroprojecteur montrant des images ou des messages d'information au public, de bienvenue, de présentation de la médiathèque...

### **5.3.3. Les documents de communication**

Deux documents liés à la communication interne nous semblent intéressants à développer, afin d'informer et d'orienter au mieux les usagers : le guide de l'utilisateur et la carte d'usager, c'est pourquoi nous allons centrer notre plan d'action autour de ces trois éléments, dont deux correspondent à la communication à l'intérieur de la bibliothèque : le guide d'utilisateur, qui possède un rôle d'information et d'accompagnement dans la transition, et permet de diffuser la nouvelle identité de la Buanderie, et la carte d'emprunteur., véritable passeport qui sert de carte de visite à la médiathèque, et participe de ce fait à une certaine communication externe par là. Le public visé étant la couche jeune de la population, que ce soient les étudiants ou les jeunes adultes, on gardera en mémoire de mettre l'accent sur les

nouvelles technologies, ce qui répond en outre à une demande des usagers, comme cela nous a été souligné par les bibliothécaires lors de l'audit de culture.

### **5.3.3.1. Le guide d'utilisateur**

Le guide doit servir à accompagner le lecteur dans sa découverte des nouveaux locaux et dans sa familiarisation avec le fonds et sa nouvelle disposition. Il permet en outre de stipuler ce qu'on trouve sur les rayonnages et dans les ordinateurs, et comment le trouver. Sa réalisation doit donc être minutieuse et étudiée, afin d'en faire un document attractif, pratique, et surtout très lisible.

Pour son apparence graphique, on se reportera à la charte graphique pré-établie, qui permettra d'élaborer une maquette. Le guide doit comporter les mêmes informations qu'un livre, de façon à être le plus visible possible (un titre, un auteur, ici la bibliothèque, un éditeur, la municipalité de Clamart). On pourra y ajouter des photographies de la médiathèque.

Comme pour tous les documents de communication, il faut choisir au préalable le style et le support en fonction du public visé (ici notre public cible et les usagers habituels). On adoptera donc de préférence un vocabulaire simple, pour permettre la vulgarisation du multimédia et ne pas effrayer les publics néophytes en la matière, cependant on veillera à rester suffisamment précis pour que le contenu puisse toucher les étudiants et jeunes adultes, plus au fait, car cela permet de conférer un certain sérieux au niveau voulu par la médiathèque en matière de multimédia.

Pour le contenu, on fera attention à l'ordre des rubriques et au style employé : quelques principes de bases s'imposent, comme ne pas commencer par des interdictions mais par ce qu'il est permis de faire, ou encore faire des phrases courtes, etc. L'objectif du guide d'utilisateur est avant tout d'informer les usagers sur les possibilités offertes par la médiathèque, d'en présenter les services et les collections, ainsi que les modalités d'accès, ce en quoi il se distingue bien du document promotionnel (comme celui qui sera élaboré pour la communication « de déménagement » et d'inauguration). Il doit évidemment rester quelque chose d'attractif, et non pas de répulsif, par une trop grande masse de texte, une mise en page brouillonne, ou encore des informations peu claires.

### **5.3.3.2. La carte**

La carte s'affirme comme le support de l'image institutionnelle de la bibliothèque. A voir plutôt qu'à lire, elle permet de dégager clairement une identité, c'est pourquoi il semble intéressant que le recto soit constitué d'une image seule, tandis que le verso pourra contenir

des informations pratiques (adresse, etc...). On pourra, pour le dessin situé au recto, faire appel à un illustrateur qui saura jouer de l'originalité de cette situation de médiathèque à deux pôles pour mettre en valeur la situation et l'architecture des deux médiathèques, par ailleurs assez originale.

## **5.4. La communication extérieure**

### **5.4.1. La communication concernant le déménagement**

Rappelons que le premier grand axe de la communication fixé précédemment est d'informer la population du déménagement et du changement d'identité de la bibliothèque. Il s'agira tout d'abord d'informer le public le plus large possible et, concernant les nouveaux publics, de cibler davantage l'information en question. Pour répondre à ce grand axe et aux objectifs énoncés précédemment plusieurs types de communication nous semblent appropriés et adéquats.

#### **5.4.1.1. Le journal de Clamart : Infos Clamart**

Les cibles du projet de communication peuvent être directes et indirectes. Les cibles indirectes sont les publics que le projet ne concerne pas directement, mais qui vont être touchés par une conséquence au moins du projet, ou informés au moins indirectement de son contenu et de ses incidences ; dans le cas de la bibliothèque de Clamart, les élus, ainsi que les établissements culturels seront les cibles indirectes de l'action de communication menée en direction du public ; il semble important de garder à l'esprit que, même lorsqu'elle s'adresse au public lecteur, la bibliothèque est également vue et entendue par tous les cercles qu'elle concerne ou intéresse.

Dans cette perspective, le journal Infos Clamart, le magazine de la ville publié par la mairie a un rôle important à jouer. Comme nous avons pu le constater dans ce magazine mensuel, les projets concernant les futures médiathèques sont détaillés et permettent à tout un chacun de se tenir au courant de l'avancée des projets. La mairie doit continuer à préciser régulièrement dans ce journal où en sont les travaux et les étapes du déménagement. Ce type de communication peut avoir un certain impact car ce journal est reçu dans tous les foyers de Clamart et il permet de familiariser ses habitants avec ces projets. A l'ouverture du bâtiment il serait intéressant d'afficher une sorte de guide du lecteur dans ce journal afin que tous les

habitants puissent prendre connaissance des nouveaux services de la bibliothèque ainsi que de sa nouvelle identité.

Par ailleurs comme nous avons pu l'apprendre par le personnel, la mairie va tenter de mettre en place un système de navettes gratuites pour les habitants de Clamart qui habitent loin du centre. Une idée annexe serait d'en profiter pour renommer l'arrêt de bus qui se situe à côté de la Buanderie. D'autre part comme a pu nous le rappeler le personnel de Clamart, le bouche à oreille a aussi son importance dans le cas qui nous occupe. Les petites structures ont une force de communication plus importante que celle que pourrait avoir une grande médiathèque ; les personnels en sont bien conscients et savent que s'ils veulent garder leurs lecteurs le moyen le plus efficace reste de s'entretenir avec eux régulièrement sur les projets en cours et sur les changements à venir.

#### **5.4.1.2. Le CD promotion de présentation de la bibliothèque**

La cible principale restant, comme nous l'avons vu, les jeunes, étudiants ou jeunes adultes il n'est pas sûr que ce journal qui s'adresse à tous soit apte à sensibiliser de manière aiguë ce public-là. Il reste donc à envisager un document spécial pour les jeunes adultes avec un message ciblé et un support adéquat. Ce document serait de l'ordre de la plaquette publicitaire de présentation de l'établissement. Il aurait pour but d'inciter à venir fréquenter la bibliothèque des personnes qui n'y viennent pas ; il s'adresserait à des lecteurs potentiels qu'il faut persuader de l'intérêt qu'ils trouveront à utiliser ses services et qu'il faut donc convaincre du bien-fondé d'une démarche personnelle de leur part. Cet outil de communication, pour remplir son objectif, devra successivement attirer l'œil, susciter l'intérêt, et éveiller le désir.

La qualité de ce document à diffuser reflètera la qualité de la bibliothèque, puisqu'elle véhicule son image. Il faut donc que l'on perçoive au premier coup d'œil l'origine du document, son objectif et l'intérêt qu'il présente. Pour attirer l'œil ce document privilégiera l'image sur le texte d'où la nécessité de choisir entre les photos des locaux, des personnels ou autres...Ensuite il faudra sélectionner les informations qui seront susceptibles d'attirer directement ce public comme celles concernant la présence des CD, DVD, et ressources électroniques.

Enfin, une fois le contenu du document décidé, il ne reste plus qu'à choisir un type de support adapté aux préférences du public ciblé. Quels sont les modèles appropriés, quelle est la capacité d'impact des différents types de support ? Pour toucher un public âgé, il semble que le support de communication ayant le plus d'impact est un reportage sur une chaîne

régionale, un article dans la presse locale, plutôt qu'une opération de publicité dans un supermarché.

Les annonces au cinéma, à la radio, les tracts dans des centres sportifs répondront plus aux adolescents; alors que les centres de PMI, les crèches, et les annonces radios concerneront les mères de famille; enfin les visites organisées, les tracts déposés dans les cafétérias d'université, les affichages à proximité des secrétariats s'adresseront aux étudiants.

Il existe de nombreux types de supports qu'il faut sélectionner afin de rendre l'information véhiculée doublement efficace. En ce qui concerne les étudiants et jeunes adultes on peut imaginer que le support qui rassemble massivement la jeune génération pourrait être un boîtier de CD. Il s'agirait d'un boîtier de cd publicitaire de présentation dans lequel serait glissé le dépliant promotionnel du nouvel établissement. On peut envisager d'y glisser un cédérom montrant des images attractives des nouveaux locaux, ainsi qu'un plan de la bibliothèque et les informations présentes dans le dépliant promotionnel.

On devra trouver ce document dans les lieux fréquentés par ce public cible. Par exemple, dans les centres sportifs et culturels de la ville, les cafés, le cinéma, les autres institutions culturelles, les bus, les entreprises...voire dans les boîtes aux lettres

## 5.4.2. La communication événementielle

Tout ce qui touche à des actions ponctuelles d'animation fait partie de la communication événementielle. Mais la communication événementielle, même spectaculaire, n'augmente pas la notoriété de la bibliothèque si elle ne s'inscrit pas dans le cadre d'une communication institutionnelle, même discrète, et si rien ne peut la rattacher à son identité. Après les animations, elle retombe dans l'oubli et l'action menée est perdue en terme de notoriété.

Il semble donc important de garder une trace de la communication événementielle de la bibliothèque pour obtenir des documents qui donnent à voir du premier coup d'œil qui les a émis. Avant d'envisager la production de la communication événementielle, le rôle de la personne chargée de la communication dans la bibliothèque est de veiller au respect de la charte graphique, qui est garante de l'identité visuelle forte de la bibliothèque, comme on l'a vu précédemment avec un logo qui marque tous ses documents comme le fait une signature.

La communication événementielle doit garder le même logo avec une variation possible sur la différence de format ou sur la déclinaison des couleurs utilisées pour chacun des documents, afin que le lecteur puisse repérer facilement et reconnaître les documents de la

bibliothèque, et en même temps distinguer assez nettement un document concernant l'action culturelle d'un document qui fait office de guide d'utilisateur.

Cependant la communication événementielle ne peut être envisagée sans le programme des activités culturelles prévues, c'est pourquoi elle sera explicitée plus loin dans notre étude.

### 5.4.3. L'évaluation de la communication

Pour savoir si les objectifs de la communication ont été atteints, on peut chercher à évaluer le décalage entre ce qui a été réalisé et ce qui était prévu, ainsi que la pertinence des actions.

Pour ce faire on peut évaluer la gestion et la façon dont a été mené le plan de communication pour en mesurer la qualité.. Par exemple on pourrait envisager un test d'évaluation des projets d'action de communication qui s'inscrirait dans une grille comme celle-ci :

1. Les axes de communication sont-ils justifiés et cohérents avec le contexte global de déménagement ?
2. Les objectifs sont-ils tous bien formulés (cibles, messages, délais) ?
3. Les cibles, les adolescents et les jeunes adultes, sont-elles connues, analysées ?
4. Les thèmes de communication sont ils cohérents avec la stratégie globale de communication à savoir les cibles et les objectifs ?
5. Les acteurs et partenaires sont-ils partie prenante ?
6. Le calendrier qui concerne la communication tient-il compte de tous les événements prévus et prévisibles ?
7. Les moyens proposés sont-ils nécessaires, suffisants et adaptés au public ciblé ?
8. Le budget est-il estimé et bien proportionné selon l'importance des publics et des actions ?

# Conclusion

Mettre en place des services, organiser des collections, construire une politique de valorisation et de communication, au service d'un public donné et dans le cadre de missions que s'attribue la bibliothèque eu égard à ce public, voilà le travail auquel nous nous sommes attelés au cours de cette année scolaire.

Nous nous sommes adonnés à l'exercice que représente la rédaction d'un schéma de programme d'ouverture de bibliothèque municipale, que nous avons choisi d'étayer de nos réflexions et cheminements de pensée, normalement absents d'un tel document.

Ce projet mené en groupe nous a permis de nous intéresser à tous les aspects du fonctionnement d'une bibliothèque municipale et d'en mesurer toute la complexité.

## Bibliographie

### Sites Internet

ABF. (pages consultées le 10 mars 2005). Association des bibliothécaires français, *La politique documentaire en 12 points*, [en ligne]. Adresse URL : [http://www.abf.asso.fr/article.php3?id\\_article=80](http://www.abf.asso.fr/article.php3?id_article=80)

GIAPPICONI, Thierry, *Le conspectus : une approche méthodique en faveur d'un développement maîtrisé et partagé des collections*, Rapport de l'équipe « conspectus » de Poldoc, 2001, disponible sur <http://www.enssib.fr/autres-sites/poldoc/ressource/prod/je2001/rapport%20Conspectus.htm>

GIAPPICONI, Thierry, *Avenir du conspectus Poldoc*, journée d'étude organisée par le groupe Poldoc, 17 mars 2000, Villeurbanne, disponible sur <http://www.enssib.fr/autres-sites/poldoc/ressource/prod/je2000/3giappiconi.htm>

Groupe de travail sur « la valorisation du patrimoine » : [www.interbibly/vie\\_association/groupe/patrimoine.htm](http://www.interbibly/vie_association/groupe/patrimoine.htm)

### Monographies

Association des bibliothécaires français, *Le Métier de bibliothécaire*, Editions du Cercle de la librairie, 2003.

AROT, Dominique, *Les partenariats des bibliothèques*, Presses de l'ENSSIB, 2003.

BELAYCHE, Claudine, VAN BESIEN, Hugues, *Les bibliothèques des collectivités territoriales, guide de gestion administrative et financière*, Editions du Cercle de la librairie, coll. « Bibliothèques », 2004.

BERTRAND, Anne-Marie, *Les bibliothèques*, La Découverte, coll. « Repères », 2004.

CABANNES, Viviane, POULAIN, Martine, *L'action culturelle en bibliothèques*, Editions du Cercle de la librairie, coll. « Bibliothèques », 1998.

CALENGE, Bertrand, *Conduire un politique documentaire*, Editions du Cercle de la Librairie, coll. « Bibliothèques », 1999.

CALENGE, Bertrand, *Accueillir, orienter, informer*, Editions du Cercle de la Librairie, coll. « Bibliothèques », 1999.

GIAPPICONI, Thierry, CARBONE, Pierre, *Management des bibliothèques*, Editions du Cercle de la librairie, coll. « Bibliothèques », 1997.

TAESCH-WAHLEN, Danièle, *Concevoir, réaliser et organiser une bibliothèque*, Editions du Cercle de la librairie, coll. « Bibliothèques », 1997.

# **Annexes**

## Le Règlement intérieur de la médiathèque à deux têtes de Clamart

Les bibliothécaires sont disponibles pour vous accueillir, vous aider et vous conseiller dans votre recherche.

### Règlement intérieur

#### Application du règlement

- Tout usager s'engage à se conformer au présent règlement qui lui est remis lors de son inscription ; tout usager non inscrit peut consulter le règlement à la bibliothèque et a obligation de s'y conformer dès lors qu'il entre à la bibliothèque.
- Des infractions graves au règlement ou des négligences répétées peuvent entraîner la suppression temporaire ou définitive du droit à l'emprunt et, le cas échéant, de l'accès à la médiathèque.
- Toute modification du présent règlement sera portée à la connaissance du public.

#### Modalités d'accès

- La Médiathèque est un service public.
- C'est un lieu de découverte, de culture, de formation et d'éducation.
- L'accès de la Médiathèque est libre et gratuit. L'accès et la consultation sur place des documents sont ouverts à tous gratuitement. L'emprunt est réservé aux inscrits.
- Les accès à Internet et aux postes audiovisuels sont accessibles aux abonnés uniquement.

#### Inscription

- Elle ouvre droit à l'emprunt de document et à l'accès à certains services.
- Elle entraîne la délivrance d'une carte d'utilisateur nominative.
- L'inscription, renouvelable chaque année, est commune aux deux médiathèques : chaque usager est libre d'emprunter et de rendre les documents dans l'une ou l'autre médiathèque.
- Tarification
  - Gratuité pour...
  - Abonnements payants : voir les dernières délibérations du conseil municipal
- Pièces à présenter lors de l'inscription :
  - Pièce d'identité
  - Bulletin d'inscription rempli et signé par le titulaire et autorisation pour les mineurs

#### Modalités d'emprunt

- La présentation de la carte est indispensable pour tout emprunt et accès à certains services. Cette carte est strictement personnelle. En cas de perte ou de vol de celle-ci, il est impératif de le signaler dans les plus brefs délais afin que personne ne puisse l'utiliser.
- Chaque usager est responsable de sa carte et des documents qu'il emprunte. Il s'engage à observer les conditions de prêt en nombre et en durée, et à rembourser tout document perdu ou détérioré.
- Quota d'emprunts par carte : 10 documents.
- Durée du prêt : 3 semaines, renouvelable une fois.

- Une prolongation du prêt de trois semaines est possible sur demande, à condition que le document ne soit pas réservé et qu'il n'y ait pas de retard dans le retour des documents.
- Pénalité en cas de retard (décrire la procédure : ex, on envoi x courriers, au bout du énième courrier, il se passe ceci cela)
- Réservation

#### Droit de reproduction

- La Médiathèque est soumise à la législation en vigueur sur la reproduction des documents. La reproduction partielle de documents écrits, magnétiques ou numériques appartenant à la Médiathèque n'est tolérée que pour un usage personnel et conformément à la notification d'autorisation de reproduction indiquée sur le document.

#### Accès à Internet

- L'accès aux ressources du Web est limité à la recherche d'informations et de documentation à caractère scientifique, culturel, éducatif ou pratique. L'accès à la messagerie est autorisé.

#### Sont interdits :

- La connexion à des sites de conversation en ligne.
- Les transactions commerciales.
- La consultation de sites contraires à la législation française.
- La communication des données légalement protégées par le droit d'auteur.
- L'utilisation de logiciels personnels.
- La modification de la configuration des postes informatiques.
- En cas de non-respect de ces règles, le personnel de la Médiathèque est habilité à interrompre la consultation.

#### Comportement des usagers

- Le personnel de la Médiathèque n'est pas responsable en cas de disparition ou de détérioration d'objet personnel.
- Les denrées alimentaires, boissons, téléphone mobiles, rollers, animaux, jouets électroniques ou encombrants ne sont pas admis.
- Les usagers sont tenus de ne pas troubler l'ordre intérieur de la Médiathèque, et devront respecter le calme et le silence de certains espaces.
- Les marques d'irrespect envers le personnel ou envers les autres usagers ne seront en aucun cas tolérées.

## Evaluation documentaire

<b>Segments de la collection</b>	<b>CL</b>
<b>000 Généralités</b>	
001 à 003	0 à 1a
004-006 « Informatique, programmation, logiciels, Internet »	1b
020 « Bibliothéconomie »	1b
070 « Journalisme »	1a
<b>100 Philosophie</b>	
102-103 « Notions, dictionnaires »	1a
109 « Histoire de la philosophie »	2a
128.5 « La mort »	1b
133 « Parapsychologie et astrologie »	1a
150 « Psychologie »	2b
150.195 « Psychanalyse »	2a
152 « Psychophysiologie »	1b
155 « Psychologie de l'enfant, de l'adolescent »	2a
180 « Philosophie de l'Antiquité et du Moyen-Âge »	2a
181 « Philosophie orientale »	1b
190 « Philosophie occidentale moderne »	2a
<b>200 Religion</b>	
210 « Théorie de la religion »	1a
220 « La Bible et ses différentes parties »	1b
230-280 « Christianisme »	1a à 1b
290 « Autres religions et religions comparées »	1a à 1b
<b>300 Sciences Sociales</b>	
301-307 « Sociologie »	1a à 2b
320 « Sciences politiques »	1b
321-324 « types de gouvernements, vie politique »	1b
325 « Immigration »	1b
330 « Economie »	1b
331.123 « Recherche d'emploi »	1a
331.137 « Chômage »	1a
332 « Economie financière »	1a
340-349 « Droit »	2a
350 « Administrations »	1b
360 « Problèmes et services sociaux, associations »	1b
370 « Education »	de 1b à 2b
390 « coutumes, savoir-vivre, folklore »	1a
<b>400 Langues</b>	
Fonds à renouveler : la quasi totalité du fonds de dictionnaires doit être remise à jour	
<b>500 Sciences de la nature et Mathématiques</b>	

501 « Théorie »	1b à 2a
510 « Mathématiques »	3a
520 « Astronomie »	2b
530 « Physique »	2b
540 « Chimie »	2b
550 « Sciences de la Terre »	1b
560 « Paléontologie »	1a
570 « Biologie »	2a à 2b
580 « Plantes	1b
590 « Animaux »	1b
<b>600 Techniques (Sciences appliquées)</b>	
600 « Théorie »	1a
610 « Médecine »	3a
620 « Ingénierie »	1b à 2a
630 « Agriculture »	1b
640 « Vie à la maison »	1b
650 « Gestion de l'entreprise »	1b à 2b (fonds très développé en 658 « Gestion des entreprises privées et publiques »)
660-690	0 à 1a
<b>700 Les Arts</b>	
701-708 « Généralités »	1a (fonds très vieilli)
709 « Histoire et géographie des beaux-arts et arts décoratifs »	1b
710-720 « Urbanisme et architecture »	1a
730-740 « Techniques, arts plastiques »	1b
750 « Peinture et peintres »	1b à 2b (fonds faisant l'objet d'acquisition nombreuse pour atteindre un niveau 2b)
770 « Photographie »	1a
780 « Musique »	1b à 2a
791.4 « Cinéma »	1b à 2b (fonds faisant aussi l'objet d'un développement récent)
792-793 « Théâtre, danse »	1a
794 « Jeux »	1a
796 « Sport »	1a
<b>800 Littérature (Belles Lettres)</b>	
<b>910 Géographie et voyage</b>	
910.2-3 « Ouvrages divers, dictionnaires »	1a
910.4 « Récits de voyage »	2a
912 « Atlas »	1a
913 « Le monde ancien : géographie et voyages »	0

914-919 « Géographie des continents, pays, localités du monde moderne »	1b (fonds à renouveler car la plupart des guides touristiques datent de la fin des années 90 et il y a beaucoup de documents concernant la France mais obsolètes)
<b>900-909 et 920-999 Histoire</b>	
901-909 « Histoire générale »	1b
920 « Biographie »	2a
930-939.7 « Histoire antique »	1b
940 « Histoire générale de l'Europe »	1b
940.21-940.28 « L'Europe de la Renaissance au XIX <sup>e</sup> siècle »	1b
940.4-940.53 « Guerres 14-18 et 39-45 »	1b
942 « Angleterre »	1b
943 « Europe Centrale, Allemagne »	1b
944 « France »	2a
945 « Italie »	1b
946 « Péninsule ibérique, Espagne »	1b
947 « Europe de l'Est »	1a
948 « Europe du Nord, Scandinavie »	1a
949 « Belgique, Balkans »	1a
951 « Chine »	1a
952 « Japon »	1a
953 « Arabie »	1a
955 « Iran »	1a
956.62 « Arménie »	1a
959.6 « Cambodge »	1a
960 « Histoire de l'Afrique »	1b
965 « Algérie »	1a
970.1 « Indiens d'Amérique du Nord »	1a
972.9 « Les Antilles »	1a
973 « Etats-Unis »	1a
980 « Amérique du Sud »	1a
990 « Autres pays du monde »	1a

# *Médiathèque de Clamart : Charte des collections*

---

## I Missions et objectifs de la médiathèque



## II Les neuf départements et espaces



## III La constitution des collections

---

### ***I Missions et objectifs de la médiathèque***

---

En tant que service public de la municipalité de Clamart, la médiathèque se propose de desservir l'ensemble des 48 572 habitants de la ville (chiffre du recensement de la population 1999) dans les domaines de la **formation**, l'**information**, la **culture** et les **loisirs**. La médiathèque est donc accessible à tous pour des consultations sur place comme pour des prêts à domicile.

L'objectif que se propose d'atteindre la médiathèque, compte tenu de son environnement, est de **dynamiser la fréquentation du service en tentant de briser la notion d'appartenance à un quartier et d'attirer des publics plus divers**.

La mise en œuvre de cet objectif au niveau des collections s'exprime par une organisation de la médiathèque en neuf départements proposant des prêts de documents les plus diversifiés possibles :

- Imprimés ;

- Sonores ;
- Numérisés (CD, DVD, cédéroms) ;
- « en ligne ».

Sont exclus du fonds

De même, la médiathèque propose de mettre en valeur la richesse de ses fonds et leur intérêt pour la communauté clamartoise en mettant en place une politique annuelle d'action culturelle (expositions, conférences, accueils de classes, heures du conte...)

Elle souhaite aussi pouvoir proposer à ses usagers des aides à la recherche d'information et à l'utilisation des ressources électroniques.

---

## ***II Les neufs départements et espaces de la médiathèque***

- La médiathèque présente ses fonds dans **neuf espaces et départements** proposant des documents multi-supports comme nous venons de le voir :
- Département « **Musique** » : CD, partitions, livres documentaires, revues, DVD, cédéroms, ressources électroniques ;
- Département « **Arts et Spectacles** » : livres documentaires, revues, ressources électroniques ;
- Département « **Jeunesse** » : romans, contes, albums, bandes dessinées, journaux et revue, livres documentaires, DVD pédagogiques, cédéroms, ressources électroniques ;
- **Espace information** : presse et revues d'information générales, information locales, presse et revues pour adolescents, ressources électroniques ;
- Département « **Société** » livres documentaires, livres documentaires en braille, livres documentaires en gros caractères, DVD, cédéroms, ressources électroniques ;

- Département « **Civilisation** » : livres documentaires, DVD, cédéroms, ressources électroniques ;
- Département « **Sciences et Techniques** » : livres documentaires, DVD, cédéroms, ressources électroniques ;
- **Espace Patrimoine** : livres, DVD, ressources électroniques ;
- Département « **Langues et Littératures** » : livres documentaires, romans, bandes dessinées, textes lus sur CD, cédéroms, ressources électroniques.

---

### ***III La constitution des collections***

Les acquisitions de documents sont réalisées dans le but de compléter les collections déjà existantes et de répondre à l'objectif que s'est fixé la médiathèque.

Les acquisitions se veulent multi-supports et font l'objet de **choix réalisés d'après les critères** suivants :

- L'encyclopédisme, la diversité et l'universalité afin de répondre aux besoins de tous ;
- La qualité, la rigueur et le sérieux de l'information proposée ;
- Le pluralisme, l'apolitisme et la laïcité afin de fournir des informations neutres et objectives ;
- La diversité dans le degré de complexité des documents acquis (du niveau « bébé-lecteur » au niveau de premier degré universitaire) afin de ménager l'accès de tous à l'information suivant les objectifs de la médiathèque.

**Les demandes formulées par les usagers** seront prises en compte dans un cahier de suggestion, par mail ou au bureau d'accueil et feront l'objet de réponse personnalisée traitée le plus rapidement possible.

**Le budget annuel d'acquisition** est réparti selon les départements et espaces , suivant leurs besoins (définis après évaluation des collections existantes) et leur importance quand à l'objectif que s'est fixé la médiathèque.

Chacun des départements et espaces procède à ses acquisitions en sélectionnant des sources adéquates et variées. En effet, **les sources utilisées pour les acquisitions** sont multiples afin de connaître au mieux les productions concernant chacun des neuf départements et espaces et de pouvoir réaliser des acquisitions les plus satisfaisantes possibles.

**Chaque département prend en charge la sélection, l'acquisitions et le traitement des documents**, l'ensemble de ces activités ayant été définies par le conservateur et son équipe sous la responsabilité du maire de la commune de Clamart.

# La médiathèque *Jules Verne*

propose :

- Un choix de plusieurs milliers de documents : livres, revues et journaux, CD, vidéos, partitions, cédéroms et DVD sur trois étages : espace actualités, espace adultes, espace jeunesse permettant consultation et emprunt des documents.
- Plusieurs points d'accès au multimédia (réseau de cédéroms et internet), avec possibilité d'impression, dont six regroupés dans une salle particulière (Le Tour du Monde), animée en permanence par du personnel compétent offrant séances d'initiation, postes bureautiques, méthodes de langues, assistance et conseil.
- Un équipement complet pour déficients visuels comprenant un téléagrandisseur et différents logiciels : grossissement et reconnaissance de caractères, synthèse vocale, situé dans la salle "Le Tour du Monde".
- La possibilité de pratiquer des langues grâce à des méthodes d'apprentissage multimédia et un secteur "presse étrangère" important.
- Un catalogue de la médiathèque informatisé, consultable sur plusieurs postes.
- Un photocopieur.
- Des professionnels pour vous informer, vous guider, vous conseiller...



## Conditions *d'inscription*

Sur présentation  
d'une pièce d'identité  
(livret de famille pour les mineurs)  
et d'un justificatif de domicile  
(quittance de loyer ou facture EDF)  
datant de moins de trois mois.  
L'inscription est indispensable  
pour emprunter à domicile, mais  
l'entrée à la médiathèque et l'accès  
aux documents sont libres.



*L'abonnement est renouvelable tous les ans.  
Le prêt des documents est consenti  
pour une durée de quatre semaines maximum.  
Attention aux retards ! Vous vous exposez  
à des pénalités.*

*L'Odysée de la découverte...*

# Quiz des bibliothèques de la ville de Ljubljana en Slovénie

Knjiznica Otona Zupancica, enota Pionirska knjiznica, Ljubljana

## SLOVENSKI KNJIŽNI KVIZ 2004

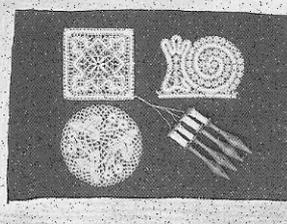
Naslov:  <http://www.lj-oz.sik.si/kviz>



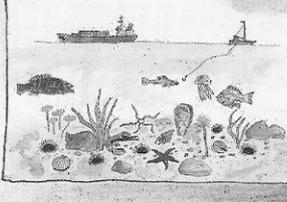
*Srečko Kosovel*

### SREČKO KOSOVEL

IN







## PRIMORSKA



### REŠEVALCI SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA KVIZA 2004, POZDRAVLJENI!

 Že sedmič vas vabimo k reševanju kviza, tokrat bomo z njim potovali po **PRIMORSKI**. Spomnili se bomo izjemnega pesnika **SREČKA KOSOVELA**, ki se je rodil v tej pokrajini. 18. marca 2004 bomo praznovali 100-letnico njegovega rojstva. Pred sto leti se je rodil tudi primorski pisatelj Bogomir Magajna in pred 160 leti »goriški slavček«.

#### PRIMORSKA.

To je svet, ujet med modrino neba in sivino gora, je svet, ki je na robu in je vmes. Izpod mogočnih gora priteče Soča in tja proti morju ponese skrivnosti in lepote sveta, po katerem si je utirala pot. Na vsakem koščku zemlje kamen, zložen v groblje, v hiše, v gradove in v cerkve; izklesan v žlebove, portale, okenske okvirje ... Na sredi najskromnejšega sveta pa pod zemljo neizmerna lepota – kraške jame. Daleč drugje bogastvo, ki se mu reče rudnik živega srebra; stoletja so v njem kopali to žlahtno rudo. In tu vmes véasih zapiha burja, tod so divjale velike bitke, zgodovina je to pokrajino večkrat hudo preizkusila, a trdoživih primorskih ljudi ni mogla uklóniti. Tu so našle svoje posebno mesto **RDEČA** – kot prst, ruj, češnje ... ; **BELA** – kot čipka, soline, galebi ... ; **ZELENO-MODRA** – kot morje, gozdovi, oljke, Soča ...



*Kviz je namenjen učencem drugega in tretjega triletja devetletne osnovne šole in učencem od tretjega do osmega razreda osemletne osnovne šole. Za tiste od četrtega do šestega razreda (v osemletki od tretjega do petega razreda) bo dovolj, če bodo rešili le prvo geslo. Drugo geslo morajo poiskati učenci od sedmega do devetega razreda (v osemletki učenci sedmega in osmega razreda). Seveda kviz lahko rešujejo tudi mlajši. In ni prepovedano poiskati obeh gesel.*

*Letošnji kviz smo sestavili stalni sodelavci in nove sodelavke iz primorskih knjižnic: Kosovelove knjižnice iz Sežane, Goriške knjižnice Franceta Bevka iz Nove Gorice, Lavričeve knjižnice iz Ajdovščine in Osrednje knjižnice Srečka Vilharja iz Kopa.*

*Sicer pa, vzemite svinčnik v roke ali pa rešujte kviz na internetu, vsekakor pa se odpravite z nami na potep po tem slikovitem svetu. V svojih delih so ga znali čudovito opisati France Bevk, Alojz Gradnik, Ciril Kosmač, Branka Jurca ... in mnogi drugi primorski pisatelji. Katero teh knjig preberite tudi za bralno značko!*





Založba Mladinska knjiga

Založba Mladinska knjiga

Društvo Bralna značka Slovenije - ZPMS

Mladinska knjiga tiskarna

Založba Mladinska knjiga

Založba Mladinska knjiga

Založba Karantanija

SARAJEVO

Soline - pridelava soli

POSTOJNSKA JAMA

Postojnska jama turizem

LJUBLJANA

Slovenska sekcija IBBY

## Planning des animations

Animations annuelle	Animations trimestrielles	Animations bimestrielles	Animations mensuelles	Animations bimensuelles	Animations hebdomadaires
Grande exposition	Heure de conte assurée par des conteurs professionnels	Expositions libres	Cycles de rencontres/débats/lecture	Atelier des jeunes	Heure de conte pour les 18 mois-5 ans
Quiz	Atelier multimédia pour les plus jeunes		Cercle de lecture 1		Heure de conte pour les 5-9 ans
			Cercle de lecture 2		
			Atelier multimédia		

## Questionnaire adressé au personnel de la bibliothèque centrale de Clamart

- *Le portrait de la bibliothèque*

*\$ Définissez en cinq mots ce qu'est la bibliothèque*

- *L'image voulue selon les bibliothécaires*

*\$ Depuis combien de temps travaillez-vous ici ?*

*\$ Vous souvenez-vous ou avez-vous entendu parler des grandes étapes marquantes de la construction des bibliothèques ? d'un ou de plusieurs évènements marquants ?*

*\$ Quelles sont selon vous les valeurs ou les missions les plus importantes à communiquer au public ?*

*\$ Comment sont-elles mises en œuvre ?*

*\$ Quelles sont les activités les plus récurrentes dans votre métier ? Lesquelles vous semblent répondre à ces valeurs et participent à la construction de l'identité de votre bibliothèque.*

- *L'image perçue*

*\$ (enquête de satisfaction)*

*\$ quelle image pensez-vous que le public a de la bibliothèque ?*

- *Objectifs*

*\$ En cinq mots comment voudriez vous qu'elle soit ?*

*\$ A votre avis quelles sont les attentes du public par rapport à la nouvelle médiathèque ?*

*\$ Quels sont les objectifs et les publics qui vont être modifiés avec la nouvelle médiathèque à deux têtes ?*

*\$ Quel est votre plan de communication ? (vos objectifs, vos cibles, présence d'une charte graphique, travail avec la mairie)*

La première personne interrogée : l'adjointe de Catherine Auzoux

*\$ Pouvez vous définir en quelques mots ce qu'est la bibliothèque*

- petite
- vieillotte
- conviviale

*\$ Comment vous voudriez qu'elle soit*

- moderne
- belle
- toujours aussi conviviale (« j'ai quelques craintes à ce sujet car il y aura trop d'étages »)

*\$ Depuis combien de temps travaillez-vous ici ?*

*\$ Vous souvenez-vous ou avez-vous entendu parler des grandes étapes marquantes de la construction des bibliothèques ? d'un ou de plusieurs évènements marquants ?*

Je travaille ici depuis cinq ans. J'ai entendu parler d'une des annexes qui avant d'être dans un bâtiment se trouvait dans un wagon désaffecté ! ça devait être folklorique, mais c'était provisoire. Concernant l'ouverture des annexes, elles ont été très morcelées sur l'ensemble du territoire de Clamart puisque c'est une ville très étendue. A la base c'était une volonté politique. Elles ont été créées en fonction des bâtiments qui se libéraient et non pas implantées selon des calculs sociologiques. Les contraintes budgétaires ne permettaient pas l'achat de terrains. D'ailleurs cette volonté politique collait aux attentes des lecteurs qui adorent avoir des petites bibliothèques de proximité à côté de chez eux, surtout les personnes âgées. Seuls les bibliothécaires ne sont pas friands de cette répartition : les budgets sont très éclatés et par là même très limités.

*\$ Quelles valeurs voulez-vous garder ?*

La gratuité : on aimerait que le prêt de ressources électroniques multimédia et papier reste gratuit.

*\$ Quelle image pensez-vous que le public a de la bibliothèque ?*

On est toujours très étonnés que les lecteurs soient si contents. On a un rapport très fort avec les lecteurs qui semblent ravis. C'est vrai que c'est vraiment un rapport privilégié avec le public. Le personnel est très dévoué et il y a un service important accordé au public

*Objectifs*

*\$ Quelles sont les objectifs et les publics qui vont être modifiés avec la nouvelle médiathèque à deux têtes ?*

On voudrait une image beaucoup plus moderne de la bibliothèque, pour attirer des lecteurs plus jeunes. Actuellement on a un lectorat assez âgé, et on veut attirer un public plus jeune, des étudiants mais surtout des jeunes adultes (notamment les hommes qui sont très peu nombreux). De fait, on pense les faire venir avec une image plus moderne, l'accès à Internet avec un espace culturel multimédia. On prévoit d'organiser des formations pour l'utilisation du fonds multimédia. De plus l'installation de la discothèque (qui se trouve actuellement au conservatoire) dans la Buanderie drainera également ce jeune public mixte. Et puis on sait

déjà qu'on risque de perdre toute une partie du lectorat, les personnes âgées qui ne se déplaceront pas jusqu'à la Buanderie. Mais après tout ce n'est pas le public qu'on veut cibler.

*\$ A votre avis quelles sont les nouvelles attentes du public par rapport à la nouvelle médiathèque ?*

Les points à améliorer ce doit être le choix dans les collections, les animations et les horaires. Il faut consulter les Etats généraux de la Culture pour avoir des données sûres.

*\$ Quel est votre plan de communication ? (vos objectifs, vos cibles, présence d'une charte graphique, travail avec la mairie..)*

Pour le moment ça se passe assez mal avec le service de la reprographie de la mairie. Nos documents en témoignent. Ce qu'on aimerait c'est faire appel au graphiste de Clamart qui s'occupe des documents de communication pour le centre Jean Arp et le centre Albert Chanut qui serait embauché en free-lance par la mairie et qui nous ferait des documents modernes.

Deuxième personne interrogée : Jean Baptiste

*\$ Définissez ce qu'est la bibliothèque*

Ringarde

En retard sur la société et par rapport aux autres bibliothèques (Quand je dis en retard par rapport aux autres bibliothèques je pense à la médiathèque de Issy-les-Moulineaux par exemple : c'est assez près de Clamart, et je pense qu'on perd une partie de notre lectorat qui préfère faire un peu plus de route pour avoir des services de notre société(quoique l'inscription soit très chère)

Conviviale, chaleureuse

Les bibliothèques de Clamart sont vraiment des lieux de sociabilité. D'ailleurs dans la Buanderie on n'aura peut-être plus cette intimité, à cause de la répartition de la bibliothèque sur plusieurs étages qui va induire des changements au niveau de notre travail : on n'aura peut-être plus le temps de répondre à toutes les demandes des lecteurs, on aura peut-être des tâches plus fixes et moins de marge de manœuvres. Mais le contact pourra peut être tout de même s'établir avec les lecteurs du moins en fonction de leur ouverture d'esprit, et ce public lui-même va changer.

Quant à la bibliothèque, je souhaiterais qu'elle reste aussi accueillante qu'actuellement.

*\$ Depuis combien de temps travaillez-vous ici ?*

*\$ Vous souvenez-vous ou avez-vous entendu parler des grandes étapes marquantes de la construction des bibliothèques ? d'un ou de plusieurs événements marquants ?*

Je ne travaille ici que depuis 3 ans, mais j'ai entendu parler du travail avec les fiches avant l'informatisation. Il y a tout de même des évolutions : actuellement nous sommes sur le point de changer de logiciel : Nous laissons Opsis pour Orphée.

*Et justement quelles évolutions prévoyez-vous pour la buanderie ? \$ Quelles sont les objectifs et les publics qui vont être modifiés avec la nouvelle médiathèque à deux têtes ?*

On veut suivre l'évolution du monde (avoir des DVD et des CDRom comme tout le monde). Il est question de construire des laboratoires de langue, d'avoir Internet en libre accès. D'autant plus que l'accès à Internet c'est une demande qui revient régulièrement.

*De la part des retraités, des personnes âgées ?*

Non, les retraités vont peut-être mal supporter ces changements. Ils ne se déplaceront peut-être plus d'ailleurs car la distance va être rallongée pour eux. Mais ce qui nous intéresse c'est de rajeunir le lectorat. Le multimédia va forcément rajeunir le lectorat. La catégorie des personnes âgées n'est pas le public qui importe le plus à nos yeux. D'autant plus qu'on maintiendra quand même le système de portage à domicile, ce qui facilitera la transition. De plus, comme il est question de mettre en place un système de navette gratuite, la bibliothèque pourrait être ainsi desservie et permettre à ceux qui le veulent de s'y rendre facilement.

*\$ Quelles sont selon vous les valeurs ou les missions les plus importantes à communiquer au public ? \$ Comment sont-elles mises en œuvre ?*

*\$ Quelles sont les activités les plus récurrentes dans votre métier ? Lesquelles vous semblent répondre à ces valeurs et participent à la construction de l'identité de votre bibliothèque ?*

Ce qui reste important pour moi c'est d'apporter gratuitement la connaissance aux personnes qui n'y ont pas accès et de continuer à aider les gens dans leurs recherches.

*\$ Quel est votre plan de communication ? (vos objectifs, vos cibles, présence d'une charte graphique, travail avec la mairie*

On voudrait rajeunir un peu l'image de la bibliothèque, lui donner un air plus moderne. Il faut absolument qu'on établisse une charte graphique. Les gens sont prévenus par nous, c'est le bouche à oreille qui compte le plus pour donner envie aux lecteurs d'aller dans la nouvelle bibliothèque. Et puis il y a l'édito du maire de Clamart qui rend compte régulièrement de l'avancée des travaux.. On va pouvoir s'inspirer de ce qui a été fait ailleurs pour être sûr de ne pas se tromper ! C'est l'avantage d'être en retard !

Troisième personne interrogée

*\$ Définissez ce qu'est la bibliothèque de Clamart*

Un lieu de culture et d'ouverture  
Un choix de livres très restreint  
Un lieu sans accès informatique

*\$ En cinq mots comment vous voudriez qu'elle soit*

Nous voudrions avoir un choix plus large au niveau des services. Nous aimerions passer d'un service minimum à une multiplicité de services qui iraient de la possibilité d'imprimer jusqu'à un choix varié d'animations. L'image de la bibliothèque serait modifiée par l'apport de DVD, de CDroms : une partie du lectorat de Clamart va à Meudon ou à Issy les Moulineaux pour trouver ces supports manquants ici.

*\$ Quelles sont selon vous les valeurs ou les missions les plus importantes à communiquer au public ?*

La gratuité : Avoir le droit de lire c'est comme avoir le droit de boire un verre d'eau. C'est un service où tout le monde doit trouver son compte.  
La formation c'est notre mot d'ordre !

L'aide à la recherche documentaire est aussi primordiale. Notre devise c'est de ne jamais laisser repartir le lecteur sans rien. Si le lecteur ne trouve pas de livre correspondant à sa recherche, il repart au moins avec une photocopie, une adresse, quelque chose.

*\$ Quelles sont les objectifs et les publics qui vont être modifiés avec la nouvelle médiathèque à deux têtes ?*

On voudrait faire venir une nouvelle population, plus jeune, pas forcément plus large mais vraiment différente ( les DVD gratuits devraient faire venir les jeunes !)  
Ce qui est certain, c'est que les retraités risquent de ne pas se retrouver dans les nouvelles bibliothèques avec l'arrivée des nouvelles technologies : il faudra faire tout un travail de communication si on veut les garder. Concernant l'arrivée de l'informatique et des ressources électroniques, Jean Baptiste va suivre un stage pour apprendre aux futurs usagers à se servir des outils informatiques. Le but est de toujours plus les aider dans leur recherche avec un matériel nouveau qui doit rendre plus performante l'aide à la recherche.

*\$ Quel est votre plan de communication ? (vos objectifs, vos cibles, présence d'une charte graphique, travail avec la mairie*

La communication est déjà commencée...il faut prévenir les gens qu'il va y avoir une période de fermeture pendant le déménagement.

- *L'image perçue*

*\$ (enquête de satisfaction)*

*\$ quelle image pensez-vous que le public a de la bibliothèque ?*

Le peu d'animations qu'on propose actuellement joue sur l'image de la bibliothèque. On propose parfois des lectures le vendredi soir à la centrale, et, à l'occasion de l'année de la physique des conférences sont organisées dans la salle de la mairie. Ces actions drainent un plus large public. Non seulement cela modifie l'image vieillotte que peuvent avoir les Clamartois de la bibliothèque mais le thème de la conférence fait venir un autre public .

*\$ A votre avis quelles sont les nouvelles attentes du public par rapport à la nouvelle médiathèque ?*

L'attente d'une plus grande amplitude des horaires.

Quatrième personne interrogée : Marie Reine

- *Le portrait de la bibliothèque*

*\$ Définissez en quelques mots ce qu'est la bibliothèque*

Très chaleureuse

Sympathique

C'est un lieu de vie

Très serviable

*\$ Quelles sont selon vous les valeurs ou les missions les plus importantes à communiquer au public ?*

Mon principe c'est de toujours accueillir les gens comme si c'étaient vos meilleurs amis

*\$ Comment sont-elles mises en œuvre ?*

La bibliothèque rend des services : il y a de nombreuses demandes aussi bien en littérature qu'en science ou en histoire auxquelles il faut savoir répondre. Jamais un lecteur ne repart sans réponses, l'aide à la recherche doit être envisagée comme un jeu.

*\$ Quelles sont les activités les plus récurrentes dans votre métier ? Lesquelles vous semblent répondre à ces valeurs et participent à la construction de l'identité de votre bibliothèque.*

C'est de rendre service aux lecteurs : aussi bien pour la recherche que pour les écouter, les conseiller.

*\$ Quelles sont les objectifs et les publics qui vont être modifiés avec la nouvelle médiathèque à deux têtes ? et vos craintes ?*

Je ne sais pas si il y aura un nouveau public, mais on a peur de perdre la proximité qu'on a avec le public. Il va sûrement y avoir une plus grande distance entre lui et le personnel à cause

du morcellement des emplois du temps, des relèves prévues toutes les deux heures. Ce sera difficile de répondre en deux heures aux demandes du public et de s'arrêter en plein milieu de la recherche pour aller à un autre poste. Mais c'est à nous de maintenir notre réputation, de tâcher de garder cet accueil.

*\$ Quel est votre plan de communication ? (vos objectifs, vos cibles, présence d'une charte graphique, travail avec la mairie*

Il faudra fournir un gros travail sur ce point concernant le déménagement. Tout passe par la communication. C'est surtout en parlant avec le public qu'on va réussir à le faire venir. Les documents de la mairie sont utiles pour les gens qui ne viennent pas à la bibliothèque mais c'est la parole qui a le plus d'impact.

*\$ quelle image pensez-vous que le public a de la bibliothèque ?*

Le public a une bonne image de la bibliothèque: on n'a jamais de lecteurs agressifs : en général on parvient à répondre à l'ensemble des demandes.

*Et concernant les nouvelles technologies il n'y a pas de demandes ? Et à votre avis pourquoi beaucoup de gens ne viennent pas du tout à la bibliothèque ?*

Toute une partie de la population est déjà intimidée à l'idée d'entrer dans la bibliothèque. Dans une grande structure, ce public là sera encore plus intimidé. Mais les jeunes viendront encore grâce à la présence des nouvelles technologies.

*\$ A votre avis quelles sont les nouvelles attentes du public par rapport à la nouvelle médiathèque ?*

Les gens attendent qu'on réponde encore mieux à leurs demandes, qu'on puisse satisfaire toutes leurs demandes.