

Conquête et reconquête du public

Table ronde journée des bibliothèques 8 juin 2023

Participants :

1. Gaele Bernier – BHS (Bletterans)
2. Jean-Luc Bouillé – Grand Dole
3. Alexina Vandelle – Arcade
4. Josette Reymann – BHS (Voiteur)
5. Julie Delalande – St Claude
6. Amélie Jaquet – Val d'Amour
7. Brigitte Communal – Montigny
8. Annie Bonardot – TEC Arinthod
9. Françoise Violet – Montmorot
10. Marylène Cordier - Montmorot
11. Céline Guyon – BHS

Hélène Beczkowski : facilitatrice

Anaïs Garcia : prise de notes

Les échanges ont démarré avec la problématique de la bibliothèque de Montigny sur Ain

Problématique :

Petite bibliothèque tenue par des bénévoles, les lecteurs ne sont pas revenus après le confinement. Le club du 3^e âge ne se réunit plus, donc perte d'un public qui ne se déplace pas à la bibliothèque. Seulement 15 familles inscrites (dont 5 comportent un membre bénévole à la bibliothèque).

Pas d'école à Montigny, groupe scolaire dans un village voisin dont les enseignants ont changé après la pandémie. Il n'y a plus de lien avec les nouveaux enseignants, les classes ne viennent plus. Les enseignants se fournissent en livres à la bibliothèque de Champagnole plutôt qu'à Montigny.

Le local n'a pas d'issue de secours donc difficile d'organiser des animations.

Pas de budget pour faire rémunérer des intervenants.

Suggestions des participants :

- Donner des flyers à mettre dans les cahiers des élèves
- Se déplacer dans l'école pour les lectures et du prêt de documents
- Voir avec la commune où se trouve l'école pour qu'elle puisse prêter une salle où recevoir les enfants (bibliothèque hors les murs)
- Faire des formations (à la MDJ) pour faire soi-même les animations (par exemple lecture à haute voix)
- Portage à domicile pour les personnes âgées ou empêchées : si les bénévoles ne peuvent pas, voir avec des partenaires.
 - o Exemple à Bletterans, c'est une bénévole de l'ADMR qui s'est portée volontaire et qui se déplace à la fois pour l'association et pour la bibliothèque. À noter : la distribution de flyers ne fonctionne pas.
 - o Autre exemple à Saint-Claude : partenariat avec le CCAS

- Pour faire venir les personnes âgées, il faut miser sur des animations conviviales qui permettent de rompre l'isolement. Exemple à Saint-Claude : accueil privilégié des plus de 60 ans sur une thématique avec films, musique, lectures... autour d'un café. Partenariat avec le CCAS pour faire circuler l'information. Pour pérenniser les actions, penser aux subventions de la conférence des financeurs de la prévention de la perte d'autonomie des personnes âgées (voir avec son correspondant ou sa correspondante pour plus d'informations). Cela permet d'organiser des animations avec des intervenants extérieurs.
- Proposer aux acteurs locaux d'utiliser la bibliothèque pour se retrouver. Par exemple les personnes âgées qui n'ont plus de club, certains pourraient se retrouver à la bibliothèque, même s'ils n'empruntent pas.
- Les élus connaissent leurs habitants, il faut s'appuyer sur eux pour être relais d'information et d'explication de ce que fait la bibliothèque.

Points importants à retenir :

- Ne pas travailler seuls mais chercher des partenaires (pour communiquer, pour animer, pour faire venir...)
- Privilégier l'accueil, le contact humain... ce qui importe, ce n'est pas que les gens empruntent mais qu'ils viennent et reviennent à la bibliothèque.

Comment attirer et satisfaire tous les publics ?

Problématique :

- Le changement ou l'extension d'horaires pour attirer plus de public a été envisagé à la médiathèque de Grand Dole et de Montmorot, soit pour attirer un public qui ne venait pas soit pour satisfaire les parents lors des lectures de contes. À Montmorot, l'horaire des lectures de contes du samedi matin de 9h étant considéré comme trop tôt, la lecture a été déplacée à 9h30 puis le mercredi après-midi à 16h. Ces changements d'horaires ne sont pas satisfaisants. Pour les adultes, les animations sont toujours après la fermeture de la médiathèque, à 18h30.
- Pour les ateliers, comme des cafés littéraires, la difficulté est de faire venir un public intéressé d'abord par l'atelier plutôt que par la nourriture. À Montmorot, le public vient davantage s'il y a de la nourriture. Par exemple, l'animation avec le chocolat a eu de nombreux inscrits contrairement au café philo. La thématique de la philosophie attire moins et peut effrayer les personnes.
- Les chiffres estimés pour une animation ne correspondent pas aux attentes.

Suggestions des participants :

- Comme le chocolat est un facteur attractif, proposer une dégustation avant l'atelier comme le café philo ou proposer un apéritif.
- Il est important d'expliquer les ateliers moins explicitement et de jouer avec les appellations. Si « café philo » peut faire peur pour les personnes qui connaissent peu la philosophie, il faut choisir un nom qui parle à tous.
- Le principal est de satisfaire les participants présents lors d'une animation, ce n'est pas la quantité qui compte.

La communication pour montrer l'intérêt de la bibliothèque

Problématique :

- La communication est primordiale pour faire venir le public. Problématique à la médiathèque du Val d'Amour qui propose de nombreuses nouvelles animations, mais sans communication, il n'y a pas de participants.
- Certains parents n'inscrivent pas leur enfant en bibliothèque, estimant qu'ils viennent déjà à la bibliothèque avec l'école.

Propositions :

- Profiter des accueils de classe pour demander aux professeurs les thématiques abordées en classe pour leur proposer une sélection d'ouvrages et les inciter à venir.
- Il faut expliquer davantage le rôle de la bibliothèque aux professeurs.
- Communiquer auprès des enfants avec un flyer pour qu'ils en parlent à la maison.
- Multiplier les modes de communication : réseaux sociaux, flyers, presse...

Comment faire venir le public empêché ou éloigné de la culture ?

Un exemple :

- Exemple de la médiathèque de Saint-Claude : accueil de personnes migrantes pour leur proposer un lieu d'échange, de convivialité (machine à café), de repos et d'aide (démarches administratives ou autres).
- La médiathèque travaille en partenariat avec des femmes d'une association de réinsertion professionnelle pour créer un kamishibai textile. Par ce projet, ces femmes ont commencé à fréquenter la médiathèque et un projet d'atelier de broderie, animé par ces femmes, est mis en place dès septembre.
- Autre projet de Saint-Claude : en partenariat avec l'ESAT, les travailleurs à la retraite, qui ne lisent pas, sont accueillis pour des ateliers comme des *blind test* pour leur donner goût à la musique, au cinéma, etc.

À retenir :

- Le lien humain est très important et il faut aller au contact des personnes.
- La médiathèque doit être un lieu d'échange, un 3^e lieu entre la maison et le travail, où chacun trouve sa place.

Pour aller plus loin : développer le prêt de matériel ?

Innover pour attirer un nouveau public

Exemples :

- La médiathèque du Val d'Amour innove en matière d'animations et propose des tournois de jeux vidéo. Cependant, des animations plus classiques, comme des lectures de contes, sont demandées. Le planning ne permet pas d'ajouter d'autres animations.
- La médiathèque d'Arinthod propose des expositions avec des artistes locaux qui amènent d'autres publics.

- Problème de disponibilité : comment trouver du temps pour réfléchir et mettre en place de nouveaux projets sans arrêter ce qu'on fait déjà...

À retenir :

- Être à l'écoute des demandes et des besoins des publics, les faire participer.
- Il ne faut plus mettre les prêts comme objectif principal, mais bien la fréquentation de publics multiples.

La communication pour rendre compte des activités et du travail fournis par la médiathèque

Problématique :

- La médiathèque de Bresse-Haute-Seille met en avant le besoin de connaître le public et de mettre en place la participation. Il y a très peu de communication sur le déroulé ou le bilan d'une animation qui a eu lieu. La communication est aussi importante pour les élus, en montrant l'investissement mis dans les projets.
- Une constatation récurrente est le manque de reconnaissance de la part des élus sur le travail réalisé.
- La médiathèque de Saint-Claude a précisé que le fonctionnement, l'acceptation des projets et du budget sont facilités lorsque les élus sont au courant de la vie de la bibliothèque.
- Il est plus facile d'avoir du budget pour des gros projets, des « coups » que pour le fonctionnement quotidien, les extensions d'horaires...

À retenir :

- Communiquer par des statistiques et par le qualitatif (photos, chiffres, avis du public après une animation)
- Être concret, bien expliquer les besoins, pour être pris en compte
- Savoir être communicant auprès des publics, mais aussi auprès des élus

À noter également :

- Attention aux statistiques : il faut bien les analyser pour comprendre et expliquer les baisses ou hausses. Par exemple : la baisse des prêts au Val d'Amour s'explique par le fait que les classes n'empruntent plus de livres, pas par une baisse de la fréquentation individuelle.