

Projet de conception d'un Espace multimédia

à la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds



Isabelle Emmenegger

Travail final de CAS

Février 2017

Abréviations

BJCF	Bibliothèque des Jeunes de la Ville de La Chaux-de-Fonds
BVCF	Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
OFS	Office fédéral de la statistique
RBNJ	Réseau des bibliothèques neuchâteloises et jurassiennes
RERO	Réseau des bibliothèques de suisse occidentale
TDB	Travail de Bachelor
RFID	Radio frequency identification (identification par radio-étiquettes)
UX	User experience design (expérience utilisateur)

Avant-propos et déclaration

En tant que responsable de l'Espace musique de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, je suis mandatée par mon directeur, Monsieur Jacques-André Humair, pour réfléchir au réaménagement de ce secteur et à son évolution vers un Espace multimédia. J'ai choisi de développer ce projet dans le présent travail de certificat pour le CAS "Promouvoir une institution culturelle".

Les propos que je tiens et les propositions que je fais dans cette étude n'engagent que moi. Elles seront soumises à validation de la part de la direction de la BVCF pour le lancement et la mise en œuvre du projet d'Espace multimédia.

J'atteste avoir réalisé seule ce travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées en note ou dans la bibliographie.

La Chaux-de-Fonds, le 01.02.2017

Isabelle Emmenegger

Table des matières

1	Résumé	1
2	Contexte	1
2.1	NTIC & pratiques culturelles.....	1
2.2	La Bibliothèque "troisième lieu"	2
2.3	Marché des produits culturels numériques édités : CD, DVD et e-book.....	2
2.4	Pratique d'écoute musicale	3
2.5	Public adolescents et bibliothèques	3
3	État des lieux et enjeux	4
3.1	La BVCF en quelques mots	4
3.2	L'Espace musique – Discothèque	6
3.3	La collection de DVD de fiction	8
3.4	Le jeu vidéo à la BVCF.....	8
4	Mandat pour la création d'un Espace multimédia	9
4.1	Implémentation de la RFID (Radio frequency identification)	9
4.2	Fusion des banques de prêt et transformation de l'Espace musique	10
4.3	Étude sur la création d'un Espace multimédia.....	10
5	État de l'art et analyse des besoins des usagers et non-usagers des bibliothèques	11
5.1	Enquête de l'institut d'études sociales de l'UniNe	11
5.2	TDB Blanc/Voirol.....	12
5.3	Enquête 10 ^e année Harnos	15
5.4	Veille	16
6	Plan marketing et stratégie	17
6.1	Utile, utilisable, désirable.....	17
6.2	Définition des buts et des objectifs	18
6.3	Analyse SWOT.....	19
6.4	Public cibles (<i>People</i>).....	19
6.5	En quoi consiste l'Espace multimédia ? (<i>Product</i>).....	20
6.6	Lieux et espaces (<i>Place</i>).....	22
6.7	Personnes et personnel (<i>People</i>).....	23
6.8	Bâtiment, installations et accès (<i>Physical facilities</i>).....	25
6.9	Investissement, financement et politique de prix (<i>Price</i>)	26
6.10	Processus (<i>Process management</i>)	27
7	Partenariats	28
7.1	Financiers – autorités de tutelle	28
7.2	Sponsoring	28
7.3	Partenariat associatif.....	29
7.4	Partenariat institutionnel.....	29

8	Plan de communication (<i>Promotion</i>).....	30
8.1	Communication institutionnelle >autorités de tutelle, personnel, partenaires	30
8.2	Traditionnelle : presse, imprimés, site WEB, courriel > public.....	30
8.3	Réseaux sociaux, communication contributive > public, partenaires.....	31
8.4	Communication directe et communication innovante > public, public cible, usagers et non-usagers.....	31
9	Mesures et contrôle (<i>Controlling</i>).....	32
10	Planification et plan d'action	32
11	Conclusion.....	32
	Bibliographie	34
	Annexe I. Plan de communication	36
	Annexe II. Planning du projet	37
	Annexe III. Plan de financement du projet.....	38
	Annexe IV. Dépouillement du questionnaire aux classes de 10 ^e année Harmos	42
	Annexe V. Exemples de réalisations en image	46

Liste des tableaux

Tableau 1 : Répartition des prêts par type de documents, 2016	5
Tableau 2 : Plan marketing du projet Espace multimédia	17
Tableau 3 : Analyse SWOT	19

Liste des figures

Figure 1 : Nouvelles prestations souhaitées parmi la centaine d'utilisateurs interrogés en 2007	11
Figure 2 : Intérêt principal du jeune public usager pour les nouveaux services (pourcentage)	12
Figure 3 : Avis des usagers sur les nouveaux espaces (effectif et pourcentage)	13
Figure 4 : Représentation graphique du Four-space model	14
Figure 5 : Répartition des réponses des élèves de 13/14 ans sur ce qui manque à la bibliothèque	16

1 Résumé

Cette étude a pour objectif de servir de base de travail pour la création et le développement d'un Espace multimédia à la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds (BVCF).

Elle décrit l'environnement général (contexte, état des lieux) des bibliothèques de lecture publique en Suisse et dans le monde, et aborde les problématiques des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), des nouvelles pratiques de consommation de biens culturels audiovisuels ainsi que celles du renouvellement des publics. Les enjeux pour la BVCF en particulier sont présentés à travers le développement de l'usage de ses collections audiovisuelles et l'analyse des besoins des usagers et non-usagers de la bibliothèque qui ont été étudiés à travers trois enquêtes par questionnaire. Le développement du projet d'Espace multimédia est proposé sous la forme d'un plan marketing mix 7 P¹, ou marketing mix à 7 variables². Sont établis également une définition des buts à atteindre et des objectifs, une liste des postes à mettre au budget du projet, des propositions d'outils d'évaluation, un plan de communication et une planification de projet.

2 Contexte

Le projet de création d'un Espace multimédia à la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds (BVCF) fait partie du plan stratégique de sa direction en matière d'évolution des prestations liées aux NTIC et des pratiques culturelles et informationnelles des utilisateurs des bibliothèques. Il vise en particulier à atténuer le risque de fracture avec les publics adolescents.

2.1 NTIC & pratiques culturelles

Face à l'évolution rapide des NTIC et des pratiques de ses publics, les bibliothèques se trouvent prises dans des vagues de mutations profondes depuis une quinzaine d'années. L'avènement d'Internet, sa démocratisation, et son emprise actuellement dans la vie privée, voire intime, de la population a complètement bouleversé la manière dont les bibliothèques envisagent leurs missions actuellement.

Selon les données recueillies en 2014 par l'Office fédéral de la statistique (OFS)

- 91% des ménages Suisse ont un accès à Internet (OFS 2014)³
- 100% des 14 à 19 ans et des 20 à 29 ans sont des utilisateurs réguliers d'Internet en 2015 et 2016⁴

¹ En anglais: Product, Price, Promotion, Place (3P) + People, Process, Physical facilities (> 7P)

²https://fr.wikipedia.org/wiki/Marketing_mix (consulté le 28.01.2017)

³<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport.html> (consulté le 02.01.2017)

⁴<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport.assetdetail.185776.html> (consulté le 02.01.2017)

- 43,9% de la population suisse totale et 64,3 % des 15 à 29 ans ont fréquenté une bibliothèque en 2014, pour le travail ou pour les loisirs⁵.

2.2 La Bibliothèque "troisième lieu"

Le concept sociologique de "Third place" de l'américain Ray Oldenburg est né au début des années 80. Son constat était que, face à l'individualisation de la société, les citoyens venaient à manquer de lieux permettant la rencontre et la socialisation en dehors des deux premiers lieux de vie que sont la maison et le travail. Dès les années 2010 le terme et le concept-même de "3^e lieu" se sont diffusés et popularisés dans le monde des bibliothèques. En francophonie, c'est Mathilde Servet qui véhicule le concept par son travail de mémoire publié en 2009⁶. Les bibliothèques correspondent de fait à ces types de lieux qui permettent à la fois de vivre des moments "à part", d'étude, d'information, de culture ou de tranquillité, et de créer du lien social. Ce sont traditionnellement des lieux ouverts à toutes et tous, qui en cela peuvent être comparés aux cafés ou aux parcs. Elles adoptent dès lors assez naturellement cette notion de "3^e lieu" comme stratégie de développement de leurs prestations et de leurs espaces d'accueil.

2.3 Marché des produits culturels numériques édités : CD, DVD et e-book

Le marché du disque est complètement bouleversé par le développement du WEB. Il s'effondre depuis une quinzaine d'années face à la dématérialisation, au téléchargement illégal et légal, et au streaming. Les ventes physiques ont chuté régulièrement. La vente de fichiers numérique (téléchargement légal payant), après avoir régulièrement progressé, est en passe de disparaître elle-aussi. En 2015 le streaming représentait 38% du marché numérique⁷. Il est actuellement le mode d'écoute le plus usité. Son marché est détenu par les plateformes qui ont réussi à s'imposer (iTunes, Spotify, YouTube), mais qui sont étrangères au marché traditionnel de la musique enregistrée (labels de disques, majors). La question de la redevance sur les droits d'auteurs, mal reconnue par ces plates-formes, reste tendue.

Le marché de la vidéo commence à être menacé par les plates-formes de "video on demand" (VOD). Celui du livre tient plutôt bien la route en francophonie puisque les éditeurs ont défendu ardemment le maintien relativement haut du prix du livre numérique, ainsi que la part versée aux auteurs par rapport au livre papier. Ce dernier reste à ce jour très peu concurrentiel.

⁵<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture.assetdetail.324413.html> (consulté le 02.01.2017)

⁶<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/21206-les-bibliotheques-troisieme-lieu.pdf>

⁷<http://www.bureauexport.berlin/fr/2016/04/bilan-2015-du-marche-de-la-musique-en-suisse-la-hausse-du-streaming-freine-la-chute-du-chiffre-daffaires/>(consulté le 09.01.2016)

2.4 Pratique d'écoute musicale

Outre la facilité de transfert et d'échange de fichiers musicaux compressés, la pratique de l'écoute de la musique a notablement changé. Voici comment les 15-29 ans écoutaient de la musique en 2014, selon l'OFS⁸ : 90,8% Internet, 88,7% Radio ou TV, 86,5% Ordinateur, 85,4% Téléphone portable, 71,2% CD ou DVD, 68,8% MP3, 16,5% Vinyles ou cassettes

Selon l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE, France) la proportion des ménages équipés de lecteurs DVD est en baisse⁹. Au vu des statistiques ci-dessus, de l'évolution rapide des plates-formes et des applications d'écoute en streaming (notamment sur les smartphones), et de nos questions ponctuelles auprès de notre public adolescent¹⁰, nous supposons que la proportion des ménages suisses équipés de lecteurs CD est également en baisse.

2.5 Public adolescents et bibliothèques

Le renouvellement des publics est une question cruciale pour l'ensemble des institutions culturelles. Si les bibliothèques et les associations de promotion de la lecture savent bien jouer leur rôle auprès des tout-petits, des écoles primaires et des parents, par leur soutien à l'apprentissage et à l'intégration de la lecture, le moment de l'adolescence est plus délicat à accompagner. Il correspond souvent à une période de coupure avec la lecture, et à un besoin de différenciation avec le monde des adultes. Leurs pratiques de groupes, souvent bruyantes, sont difficilement compatibles avec les usages traditionnels des bibliothèques. Celles-ci par ailleurs tendent à abolir les règles habituelles de silence et de non-consommation de boissons ou de nourriture (Hentzler 2016). Les adolescents d'aujourd'hui sont nés avec les NTIC et les bibliothèques craignent plus que jamais une fracture avec ce public hyper-connecté. Il est urgent qu'elles modernisent et développent leurs actions de promotion de la lecture auprès des jeunes, et qu'elles mettent en place des collections, des espaces, des prestations tournées vers les adolescents et leurs besoins et envies spécifiques. A ce titre-là, les produits numériques, aujourd'hui indispensables en bibliothèque, le sont encore plus particulièrement auprès des jeunes.

"L'adolescence constitue une phase de transition en matière de pratiques culturelles. En bibliothèque, cette transition est notamment marquée par le passage de la section jeunesse à la section adulte, que les bibliothécaires s'efforcent de faciliter pour ne pas perdre une partie de leur public. [...] Les besoins propre aux adolescents sont notamment liés à l'émergence de la sociabilité entre pairs, du travail scolaire et des pratiques numériques ¹¹"

⁸<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/pratiques-culturelles/pratique-activites-culturelles-amateur.assetdetail.256358.html> (consulté le 02.01.2017)

⁹<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1379756> (consulté le 02.01.2017)

¹⁰ Question posée oralement par l'auteur à quelques classes et élèves de 10^e année Harmos qui ont visité la BVCF en 2015 et 2016.

¹¹<http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/adolescents> (consulté le 15.01.2017)

3 État des lieux et enjeux

3.1 La BVCF en quelques mots

3.1.1 Ses missions

Les Bibliothèques de la Ville de La Chaux-de-Fonds ont une double mission. Elles fonctionnent sur un site consacré à la lecture publique adulte (dès 14 ans) et au patrimoine, et 2 sites consacrés à la lecture publique jeunesse, avec des missions scolaires (accueil de classes). Ses missions patrimoniales concernent d'une part les imprimés des Montagnes neuchâteloises et d'autre part les archives audiovisuelles du canton de Neuchâtel, sous l'égide du Département Audiovisuel (DAV). Ces dernières ne seront pas directement abordées ici. Ceci-dit, l'unicité de l'Institution est un fait, et nous pensons que l'Espace multimédia pourrait être également un lieu de mise en valeur du patrimoine régional.

Les vocations et les objectifs "Lecture publique" de l'Institution, tels qu'énoncés dans sa brochure de présentation "Aux sources du savoir"¹² sont notamment:

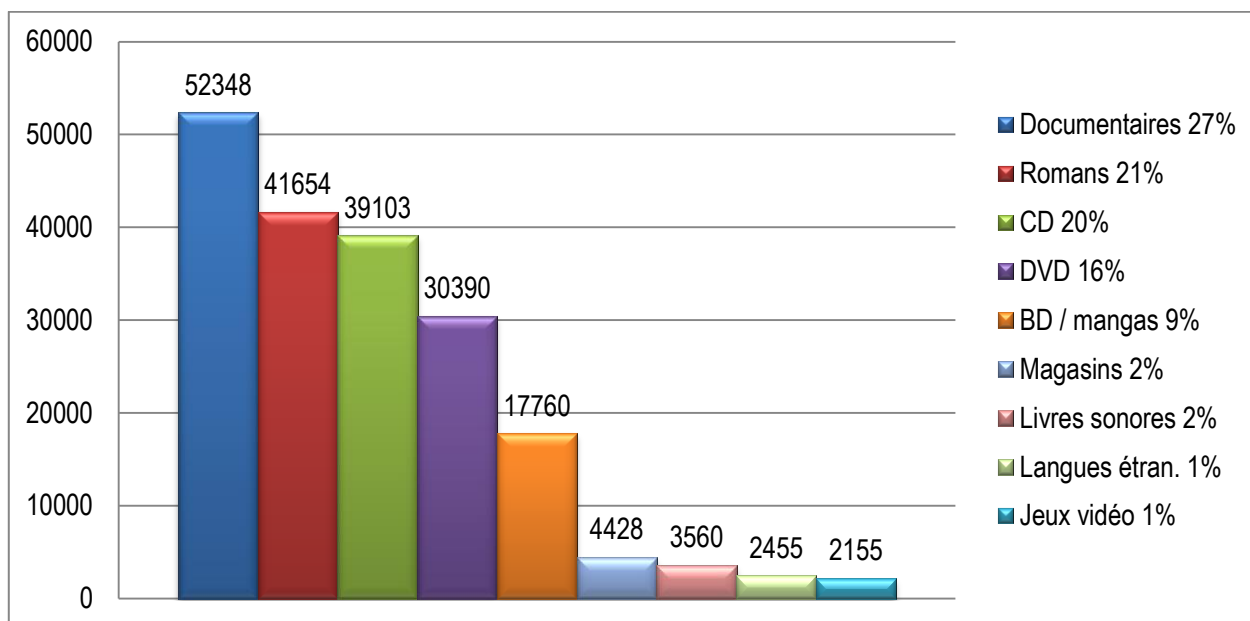
- Favoriser et soutenir le développement de la culture générale, la pratique de la lecture, de la musique, la formation et le perfectionnement scolaire et professionnel;
- Faciliter l'accès libre à des sources d'information d'actualité, de qualité ainsi qu'aux réseaux des bibliothèques;
- Mettre à disposition à des fins de culture, de loisir, d'information, de formation et d'éducation, un choix étendu de documents dont les contenus et les supports reflètent l'évolution du savoir et des connaissances;
- Fournir un appui de qualité dans la recherche d'informations;
- Être un lieu de rencontre et de manifestations culturelles.

¹²http://cdf-bibliotheques.ne.ch/bvcf/connaitre-la-bibliotheque/Documents/AuxSduSavoir20p_biblio_23_1_2015.pdf (pages 6 et 7)

3.1.2 Quelques statistiques

La BVCF met à disposition une collection de 200'000 documents¹³ en libre accès et prêt à domicile et compte 13'700 lecteurs inscrits¹⁴. Elle dessert environ 260'000 documents chaque année. Plus du tiers (36 %) des documents prêtés sont des documents audiovisuels (20 % CD et 16 % DVD), et 10% des bandes dessinées et mangas.

Tableau 1 : Répartition des prêts par type de documents, 2016



(BVCF 2017)

3.1.3 Enjeux et stratégie

La BVCF a toujours veillé à évoluer au plus près des besoins de la société, de ses usagers et du monde des bibliothèques en général. Elle a participé activement au rayonnement de la SAB-CLP (Communauté de travail pour les bibliothèques de lecture publique) dans les années 1970 et 1980, elle a informatisé son système intégré de gestion de bibliothèque (SIGB) dès la fin des années 80, elle a intégré RERO et a encouragé la création du RBNJ à la fin des années 1990. A l'occasion de son 175^e anniversaire en 2013, elle a organisé un colloque intitulé "Demain les bibliothèques" et a publié l'ouvrage "Entre lecture, culture et patrimoine", qui propose des réflexions sur la lecture publique et ses défis actuels¹⁵. Musique, DVD, jeux vidéo, accès à

¹³ OFS statistiques des bibliothèques publiques des villes dès 10'000 habitants :

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport.assetdetail.159564.html> (tableau Excel consulté le 28.01.2017)

¹⁴ Rapport de la commission de la bibliothèque, Exercice 2015 http://cdf-bibliotheques.ne.ch/bvcb/connaitre-la-bibliotheque/Documents/Rapports%20de%20gestion/Rapport_%202015.pdf (p. 33)

¹⁵<http://cdf-bibliotheques.ne.ch/Pages/Publications.aspx?id=3>

Internet, produits numériques en bibliothèque (PNB) (musique en streaming ou accès à la presse numérisée à distance ou prêt de livres numériques), postes de bureautique, médiation culturelle et animations, et aujourd'hui implémentation de la RFID avec bornes de prêt et de retours autonomes : aucune évolution du métier ne lui a échappé. C'est pour continuer d'évoluer que la direction de la BVCF a confié en 2014 un travail de Bachelor à Mmes Julia Blanc et Pauline Voirol, étudiantes de la Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE) filière Information documentaire, pour réfléchir à l'avenir de la BVCF et faire des propositions de services innovants. Nous reviendrons à ce travail au point 5 ci-après.

3.1.4 Accueil des jeunes de 12 à 14 ans

La situation des BVCF où les sites pour enfants et adultes (dès 14 ans) sont physiquement séparés, rend délicate la question du passage de la bibliothèque pour enfants à celle pour adultes. Les jeunes dès 12 ans ne trouvent plus leur place à la Bibliothèque des jeunes, et n'ont pas encore le droit d'emprunter des documents à la Bibliothèque de la Ville. Des discussions sont en cours entre la direction des BVCF et les responsables des sites adultes et jeunes, qui vont dans le sens d'un assouplissement des règles pour faciliter cette transition, et éviter que l'on se coupe de ce public-là.

3.2 L'Espace musique – Discothèque

3.2.1 Historique

Fondée en 1979, la Discothèque se compose actuellement d'une collection 42'010 disques compacts dans tous les genres musicaux, 8'172 disques vinyles, 814 DVD musicaux¹⁶. À cela s'ajoutent quelque 1'938 livres sur la musique et les musiciens, 207 partitions, 71 méthodes d'apprentissage, et 14 titres de périodiques musicaux¹⁷. Agrandie en 2006 lors de la dernière rénovation de la BVCF, elle a alors réuni dans un même lieu les documents musicaux sonores, audiovisuels et imprimés et est devenue "Espace musique". Elle met à disposition des utilisateurs 5 postes d'écoute de CD, 1 poste d'écoute pour vinyles, 2 postes avec accès Internet et casques d'écoute, 1 téléviseur avec casques pour le visionnement de DVD.

3.2.2 Évolution du métier de bibliothécaire musical et nouveaux services

Devant l'évolution des pratiques d'écoute musicale et la chute du marché du disque, la Espace musique a rapidement intégré les développements du métier de bibliothécaire musicaux et fait évoluer ses missions :

- Accroissement des actions de prescriptions par les bibliothécaires musicaux;
- Service d'écoute en streaming à domicile (Naxos);
- Valorisation de la scène musicale locale, et création d'une Discographie neuchâteloise (projet patrimonial);
- Organisation d'un cycle de conférences musicales;

¹⁶Rapport de la commission de la bibliothèque, Exercice 2016 (non validé au 31.01.2017)

¹⁷Catalogue du RBNJ, recherche faite le 31.01.2017

- Délocalisation des collections (prêt réseau RBNJ, piscine municipale avec le projet Bibli-eau-thèque, Centre de documentation scolaires);
- Organisation d'expositions, d'événements, de concerts, en partenariat avec des associations locales;
- Mise à disposition d'accès Internet pour l'audiovisuel et les jeux en ligne, ainsi que d'un téléviseur pour le visionnement de DVD.

3.2.3 Statistiques

La Espace musique a prêté jusqu'à 60'000 documents par année en 2000 lors de l'apparition du graveur de CD qui en permettait la copie. Le nombre de prêts annuels ces dernières années tourne autour des 40'000 à 50'000 et inclus environ 30% de renouvellement de prêt (les prolongations sur le prêt des CD est possible depuis 2012)

3.2.4 Unique Selling Proposition (USP) : l'enjeu d'un service spécialisé

Dans les projets d'évolution de l'Espace musique et de création d'un Espace multimédia qui l'engloberait, il est primordial de considérer l'USP (unique selling proposition) ou l'unicité de la collection musicale et des compétences spécialisées des collaborateurs qui y travaillent. Si une grande librairie peut ressembler à une bibliothèque où l'on trouve de tout, et si les grande chaînes de vente de produits culturels et technologiques peuvent proposer de vastes choix dans leurs rayons DVD et jeux vidéo, rien actuellement ne ressemble à l'Espace musique d'une bibliothèque (si ce n'est l'Espace musique d'une autre bibliothèque !)

- Valeur d'une collection physique encyclopédique et importante (libre accès et magasin) ;
- Compétence professionnelles des bibliothécaires spécialisés dans la musique (connaissances du fonds, recherche, information et prescription, mise en valeur, compétences techniques et rédactionnelles, connaissances documentaires des sites spécialisés, réseautage dans les milieux musicaux) ;
- Espace, mobilier et matériel Hi-Fi dédié au choix et à l'écoute de musique ;
- Qualité de la recherche, de l'information et du conseil ;
- Privilège d'être accueilli en tant que mélomane ou musicien par du personnel spécialisé.

La création, le développement ou la valorisation d'un pôle musical est un des axes choisi dans les projets innovants des bibliothèques suisses ou européennes. Pour exemple :

- "Pôle musique et cinéma" à la Médiathèque Valais, inauguré en septembre 2016 ;
- Rénovation de l'Espace musique et services innovants à la Bibliothèque de la Cité (BMU Genève) en décembre 2016 ;
- Étage entier consacré à la musique dans le projet d'agrandissement de la BCU-Fribourg (horizon 2020) ;

- Le bâtiment de la Bibliothèque publique de Delft aux Pays-Bas regroupe la bibliothèque, un centre d'art et un centre musical (Hentzler 2016) ;
- En Finlande, des bibliothèques proposent des salles de répétition, d'enregistrement et une scène pour les concerts. (Hentzler 2016). La Library 10 qui est notamment spécialisée dans la musique semble être la bibliothèque la plus fréquentée du pays (Blanc, Voirol 2015)
- Dans le même ordre d'idées, la Chicago Public Library, met à disposition du matériel d'enregistrement et de mixage dans son espace " YOUmedia " destiné aux jeunes. L'espace existe aussi en ligne et permet aux musiciens en herbe d'y diffuser leurs productions. (Blanc, Voirol 2015)
- La Médiathèque André Malraux à Strasbourg a développé un espace " Musique et arts " : le fonds musical et le fonds cinéma sont reliés par un espace central de travail, d'écoute et de visionnement (Blanc, Voirol 2015)

3.3 La collection de DVD de fiction

Une collection de DVD a été proposée en prêt au public à partir de 2002. A ce jour elle compte quelque 10'000 DVD de films de fiction et documentaires, rangés séparément. Tous les genres du cinéma y sont représentés: films d'auteur, d'horreur, d'animation, comédies musicales, etc. Les séries - genre issu de la télévision et qui n'est pas diffusé sur grand écran, ont trouvé avec le support DVD et aujourd'hui le streaming, un canal de distribution idéal. La BVCF propose une collection d'environ 200 titres de séries.

Entre 2012 et 2016 les prêts annuels de DVD ont oscillé entre 29'000 et 32'000. Ce qui correspond comme nous l'avons vu plus haut à 16% des prêts de la BVCF.

La principale action de médiation autour du cinéma est de proposer chaque année en prêt gratuit des DVD selon un thème choisi : les films réalisés par des femmes, les films d'auteurs des pays « du Sud », les films d'animation, les films d'horreur, etc. Ces actions de gratuité emportent un immense succès. Elles permettent la découverte sans contrainte, telle qu'elle est pratiquée pour les livres, dont le prêt est gratuit à la BVCF. Cela renforce notre conviction que – comme le déclare le manifeste de l'Unesco sur la lecture publique¹⁸ – l'accès à tous les supports devrait être gratuit pour tous.

3.4 Le jeu vidéo à la BVCF

La BVCF a introduit le prêt de jeux vidéo en 2013, sous l'impulsion de la direction et d'une bibliothécaire qui a une profonde connaissance et une passion pour le domaine. Elle est elle-même "gamer" dans ses loisirs, elle est devenue professionnellement une référente pour les bibliothèques de Suisse romande qui se lancent dans le jeu vidéo. Le jeu vidéo tend à être aujourd'hui plus largement considéré comme un objet culturel à part entière¹⁹.

¹⁸http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html (consulté le 25.01.2017)

¹⁹http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/03/16/c-est-le-moment-de-montrer-le-jeu-video-comme-un-objet-culturel-et-meme-artistique_4883971_4408996.html (consulté le 28.01.2017)

La collection compte aujourd'hui 350 titres, dans des formats pour PS3, PS4, Wii-U et Xbox 360 et Xbox One. A l'instar des collections de la BVCF les jeux peuvent être empruntés dès l'âge de 14 ans, certains sont limités à 16 ans ou à 18 ans selon la classification du système PEGI (Pan European Game Information²⁰).

Le jeu vidéo est intégré aux animations de la BVCF (coups-de-cœurs ou salon des bibliothécaires), et fait l'objet d'actions de médiation dédiée (concours de jeu, présentation...). La demande de consoles pour jouer sur place est assez forte de la part du public adolescent. Une exposition intitulée "Retrogaming" sera proposée de mars à juillet 2017 à la BVCF, en collaboration avec l'Association de sauvegarde du jeu vidéo Nemcoshow²¹. Une partie documentaire et historique sera présentée dans des vitrines et des affiches publicitaires de jeux vidéo exposées aux murs. Des consoles et des bornes arcades seront disposées dans l'Espace musique. Les visiteurs pourront évidemment jouer.

En tablant sur l'aspect à la fois historique (sauvegarde du patrimoine du jeu vidéo), interactif (possibilité de jouer) et innovant (les espaces seront remplis de consoles et bornes arcades: objets jamais vus dans une bibliothèque), la BVCF avec cette exposition cherche à inscrire durablement le jeu et les nouvelles technologies dans ses prestations, et à clamer sa capacité d'innovation.

4 Mandat pour la création d'un Espace multimédia

Début 2016, la direction de la BVCF a confié trois mandats à son équipe de responsables des secteurs des services au public : l'implémentation de la RFID, la fusion des banques de prêt et une étude pour la création d'un Espace multimédia. Ces mandats sont intrinsèquement liés. La fusion des deux banques de prêt actuelles va de pair avec l'introduction de bornes automatiques (technologie RFID). La création d'un Espace multimédia est un des développements possibles des secteurs après la fusion du prêt et des services au public tels que nous les pratiquons actuellement : un secteur de lecture publique qui délivre les romans, documentaires, DVD et jeux vidéo et un secteur discothèque qui délivre des CD, DVD musicaux et partitions. C'est cette possibilité qui est exposée dans les pages suivantes.

4.1 Implémentation de la RFID (Radio frequency identification²²)

Le système d'identification des documents par radio-étiquettes permet la gestion du prêt/retour des documents, leur protection contre le vol, et l'installation d'une boîte de retour automatique (retours des documents en dehors des heures d'ouverture). La principale innovation est la mise à disposition de bornes automatiques permettant le prêt/retour ainsi que le règlement des frais par les utilisateurs. Les avantages étant la modernité du service, une plus grande autonomie des usagers et l'allègement des actes de transactions répétitifs pour les bibliothécaires, une plus grande confidentialité des prêts, et, à terme, le

²⁰<http://www.pegi.info/fr/index/id/65> (consulté le 25.01.2017)

²¹<http://nemcoshow.fr/>

²²<https://fr.wikipedia.org/wiki/Radio-identification> (consulté le 08.01.2016)

dégagement de force de travail pour les tâches "nouveau métier": recherche et information, prescription, médiation, travaux rédactionnels, présence sur les réseaux sociaux, gestion des collections et des espaces. L'équipement des documents et la conversion des données sont en cours de démarrage et le prêt avec le système RFID sera fonctionnel à l'automne 2017.

4.2 Fusion des banques de prêt et transformation de l'Espace musique

Directement lié à l'implémentation de la RFID, la rationalisation du prêt des documents est visée par la fusion des deux banques de prêt de la BVCF. En effet jusqu'à ce jour, l'Espace musique, qui fonctionne comme un service spécialisé au sein de la bibliothèque, dispose de sa propre banque de prêt. Dès l'automne 2017, la gestion des prêts, des caisses pour le paiement des rappels, des factures et des redevances sur les droits d'auteurs sera centralisée à un seul endroit. Un bibliothécaire restera en permanence dans l'Espace musique, avec les tâches de recherches et d'information, et de surveillance de la borne automatisées de prêt à l'étage (œuvres de fiction, cafétéria, poste Internet, tables de travail et Wi-Fi, et futur Espace multimédia). Cela implique :

- d'accompagner le public dans de nouvelles pratiques (prêt autonome) ;
- de réorganiser les tâches, les rôles et les horaires des bibliothécaires ;
- de modifier les espaces, les équipements et les ameublements ;
- de proposer des services innovants pour accompagner le changement.

4.3 Étude sur la création d'un Espace multimédia

Dans une logique d'évolution, et face aux enjeux développés plus haut, il nous paraît opportun de profiter de ces changements pour envisager l'avenir des services et des espaces au-delà d'une simple transformation de l'Espace musique. Il s'agit de profiter du changement important de la question du prêt et des rôles des utilisateurs et des bibliothécaires pour apporter des innovations visibles et utiles à la BVCF.

L'idée générale, et qui sera analysée et développée dans les pages suivantes, est de rassembler les collections audiovisuelles dans une même zone ou dans des zones proches (création d'un pôle multimédia ou "musique, cinéma et jeu"), de réorganiser les espaces en fonction de programmes d'animations prévus ou souhaités, de proposer aux publics cibles des zones et des espaces spécifiques à leurs besoins et envies.

5 État de l'art et analyse des besoins des usagers et non-usagers des bibliothèques

Au-delà de la veille documentaire professionnelle, de l'observation des pratiques et de l'analyse des statistiques, la BVCF s'est donné à plusieurs reprises les moyens d'étudier les besoins de ses usagers, et non-usagers. L'idée générale étant de baser ses stratégies de développement sur des faits mesurables. Pour développer le concept d'Espace multimédia, nous avons étudié en particulier les résultats des trois enquêtes présentées ci-dessous, ainsi que les TDB de Julia Blanc & Pauline Voirol, et celui de Lise Hentzler²³. Ces deux travaux récemment publiés proposent un bon panel de projets innovants des bibliothèques de Suisse et d'Europe du Nord.

5.1 Enquête de l'institut d'études sociales de l'UniNe

En 2007, la direction de la BVCF a mandaté l'Institut d'études sociales de l'Université de Neuchâtel pour mener une analyse sociologique des profils, des pratiques et des attentes des usagers de la Bibliothèque afin de réévaluer les services (UniNE, IES 2007). Nous n'allons pas détailler ici les résultats de cette enquête, mais uniquement une synthèse des prestations souhaitées par le public interrogé (figure ci-dessous), et la conclusion de l'enquête.

Figure 1 : Nouvelles prestations souhaitées parmi la centaine d'utilisateurs interrogés en 2007

Tableau 7.7 : Autres prestations souhaitées par les utilisateurs

		Souhaite l'introduction de cette nouvelle prestation	Ne souhaite pas l'introduction de cette nouvelle prestation	Totaux
Location de jeux vidéo	Effectif	76	249	N=325
	Pourcentage	23,4%	76,6%	100%
Autoformation	Effectif	174	151	N=325
	Pourcentage	53,5%	46,5%	100%
Possibilité d'exécuter des travaux de bureautique	Effectif	30	295	N=325
	Pourcentage	9,2%	90,8%	100%
Accès à des serveurs musicaux	Effectif	73	252	N=325
	Pourcentage	22,5%	77,5%	100%
Aucun de ces services	Effectif	85	240	N=325
	Pourcentage	26,2%	73,8%	100%

(UniNE - IES 2007)

²³ Voir bibliographie p. 34

En conclusion, l'enquête nous dit:

"Si les membres de la BV ne souhaitent pas "transformer" l'institution en une médiathèque, il ressort malgré tout de nos résultats de recherche qu'elle devrait être plus communicative, interactive et adaptée à son environnement et à son époque. [Elle] garde incontestablement son rôle traditionnel, elle demeure le lieu du livre et de la lecture. C'est un fait. Il n'en reste pas moins souhaitable d'organiser des formations régulières du personnel à l'accueil et à l'aide à la recherche. La formation de l'utilisateur relève aussi de la tâche des bibliothèques et de ceux qui les animent : les bibliothécaires. Cette formation est plus importante que jamais du fait de l'apprentissage nécessaire aux technologies nouvelles et des inégalités persistantes dans l'accès à ces technologies." (UniNE IES, 2007)

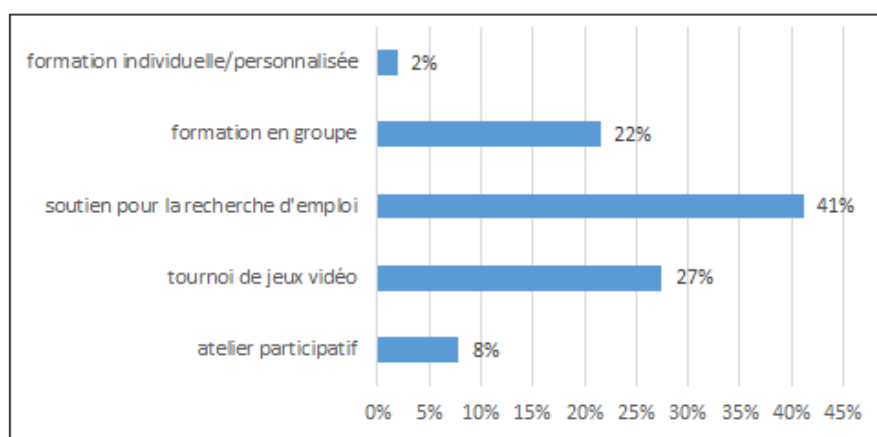
5.2 TDB Blanc/Voirol

Seuls deux aspects du travail de Bachelor (TDB) de Mmes Blanc et Voirol sont abordés ici : une partie de leur enquête par questionnaire et leur proposition de développement selon le " Four-space model " :

5.2.1 Enquête par questionnaire

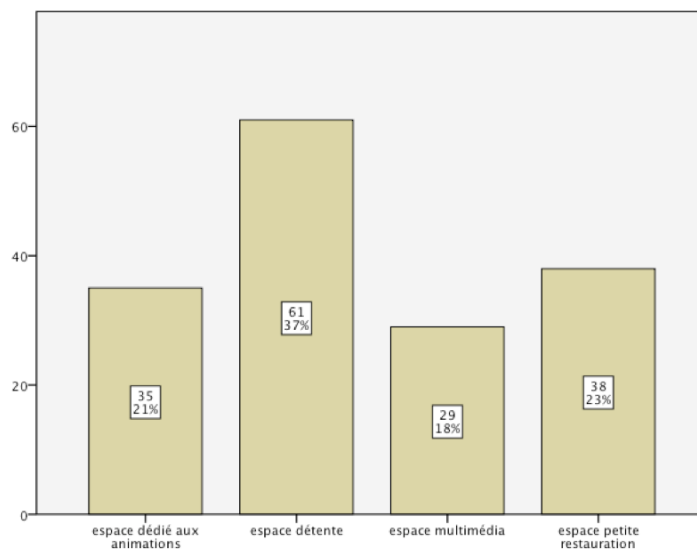
Dans le cadre de leur TDB, Mmes Blanc et Voirol ont procédé à une enquête par questionnaire auprès d'une centaine d'utilisateurs et de non-utilisateurs de la BVCF. Les utilisateurs ont été contactés au sein même de l'institution, les non-utilisateurs dans le centre commercial le plus fréquenté du centre-ville. De cette enquête nous retenons ici les deux résultats suivants, et qui concernent directement notre propos :

Figure 2 : Intérêt principal du jeune public usager pour les nouveaux services (pourcentage)



(Blanc, Voirol 2015)

Figure 3 : Avis des usagers sur les nouveaux espaces (effectif et pourcentage)



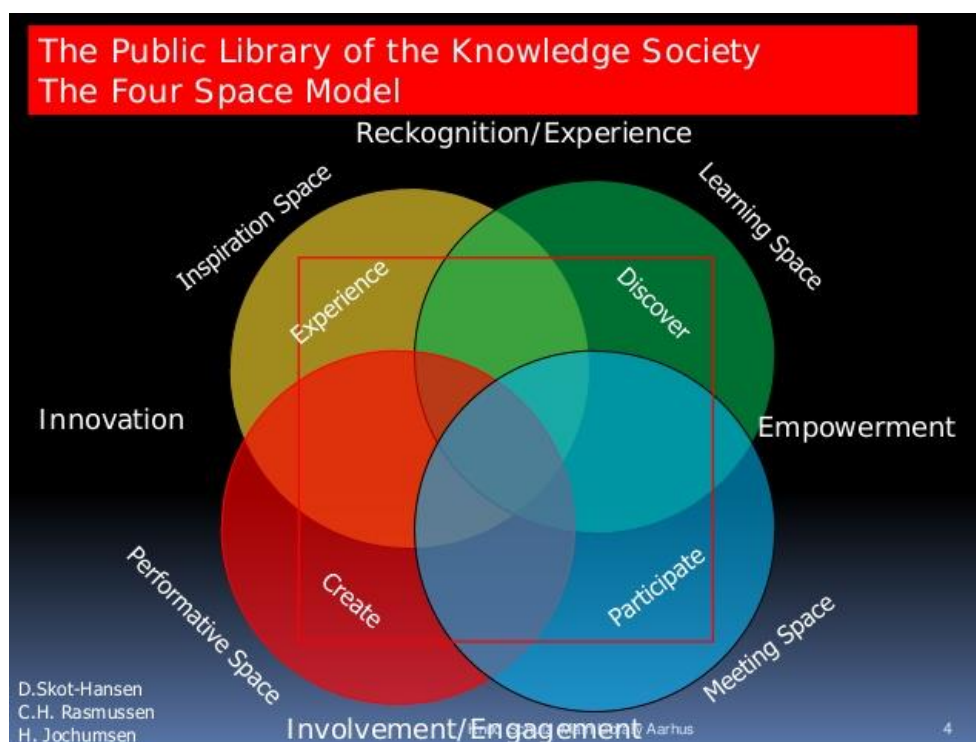
(Blanc, Voirol 2015)

A noter qu'entre octobre et novembre 2016, une partie de la collection de livres documentaires de BVCF a été désherbée pour faire place à un espace détente : paroi de magazines d'actualités et de société, 4 fauteuils, 4 poufs, une table basse et des plantes vertes constituent cet espace. Il rencontre un grand succès auprès du public qui adhère aux signaux d'accueil, et au sentiment d'être "comme à la maison" que procure cet espace. Les réactions positives des utilisateurs renforcent notre conviction de la nécessité de rester à l'écoute des besoins du public et des tendances en matière d'innovation.

5.2.2 Le "Four-space model"

L'analyse de l'État de l'art et les propositions de développement de services innovants de ce TDB ont été construits autour du "Four-space Model", un concept proposé et développé par HenrickJochumsen, Casper Hvenegaard Rasmussen et DorteSkot-Hansen (2012) dans la revue *New Library World*. Le modèle des quatre espaces : " Learning space " (apprentissage), " Inspiration space (inspiration), " Meeting space (rencontre) et " Performative space (performance) se fonde sur quatre objectifs que devraient viser une bibliothèque publique d'aujourd'hui. Les deux premiers sont individuels : " Experience " (expérience) & " Involvement " (engagement, participation) et les deux seconds sont primordiaux pour le fonctionnement de la société : " Empowerment " (responsabilisation) & Innovation (innovation). (Blanc, Voirol 2015)

Figure 4 : Représentation graphique du Four-space model



(Jochumsen, Rasmussen, Skot-Hansen 2012, revisited by Knut Schultz, 2014²⁴)

Les recommandations de ce travail sont les suivantes :

- Un allégement considérable des collections en libre accès, par le désherbage ;
- La réorganisation des collections par centre d'intérêt (les collections qui nous intéressent ici seraient regroupées sous le centre d'intérêt "Arts") ;
- La réorganisation des espaces en quatorze sous-zones liées au Four-Space Model :
 - **"Inspiration space"** : zone La Chaux-de-Fonds, zone éphémère, zone fiction, zone aérienne et zone multimédia ;
 - **"Learning space"** : zone de prêt et de recherche d'information, deux zones d'apprentissage individuel et d'autoformation, zone d'étude collective et d'échanges, zone d'ateliers et de formation en collectivité ;
 - **"Meeting space"** : zone de rencontre et de petite restauration ;
 - **"Performative space"** : zone de performances, maker space, Fablab ;
- Les collaborations et partenariats avec les institutions culturelles et éducationnelles de la Ville ;
- Une stratégie de communication.

²⁴<http://www.slideshare.net/KnudSchulz/makerculture-strategic-sept-2014> (consulté le 30.01.2017)

5.3 Enquête 10^e année Harmos

Chaque année, la BVCF accueille pour une visite de présentation les classes de 10^e année Harmos. Les élèves âgés de 13 ou 14 ans sont alors autorisés à fréquenter la Bibliothèque, mais surtout à emprunter des documents dans les secteurs adultes. Avant leur visite, un questionnaire leur est soumis, qui permet aux bibliothécaires de préparer des présentations de lecture et des documents au plus près de leurs goûts et intérêts.

Une des questions correspond en quelque sorte à une analyse d'opinion sur leurs attentes auprès de la bibliothèque, elle est formulée ainsi : "**À ton avis, qu'est ce qui manque à la bibliothèque ?**"

Nous avons dépouillé les réponses des élèves interrogés en 2015 et en 2016. Le panel totalise 832 élèves. Nous avons réalisé le manque de précision de la formulation de la question: elle s'adresse à des élèves qui, par force de règlement, sont censé n'être jamais venus à la BVCF. 34 % d'entre eux (284 élèves) n'ont pas répondu ou pas pu répondre à la question puisqu'ils ne connaissent pas encore la bibliothèque. 32 % d'entre eux (262 élèves) trouvent qu'il ne manque rien à la bibliothèque, et 34 % d'entre eux 285 élèves ont apporté une réponse ou fait des propositions. Nous supposons globalement que les réponses des élèves concernent pour partie les bibliothèques des jeunes, qu'ils connaissent bien, et pour partie la bibliothèque de la Ville qu'ils auraient déjà fréquentée. L'avantage de cette imprécision nous permet d'analyser les réponses globalement comme correspondant aux envies et besoins des jeunes de 13-14 ans que ce soit pour les secteurs jeunesse ou adultes.

Les résultats complets du dépouillement pour 2015 et 2016 se trouvent en Annexe IV.

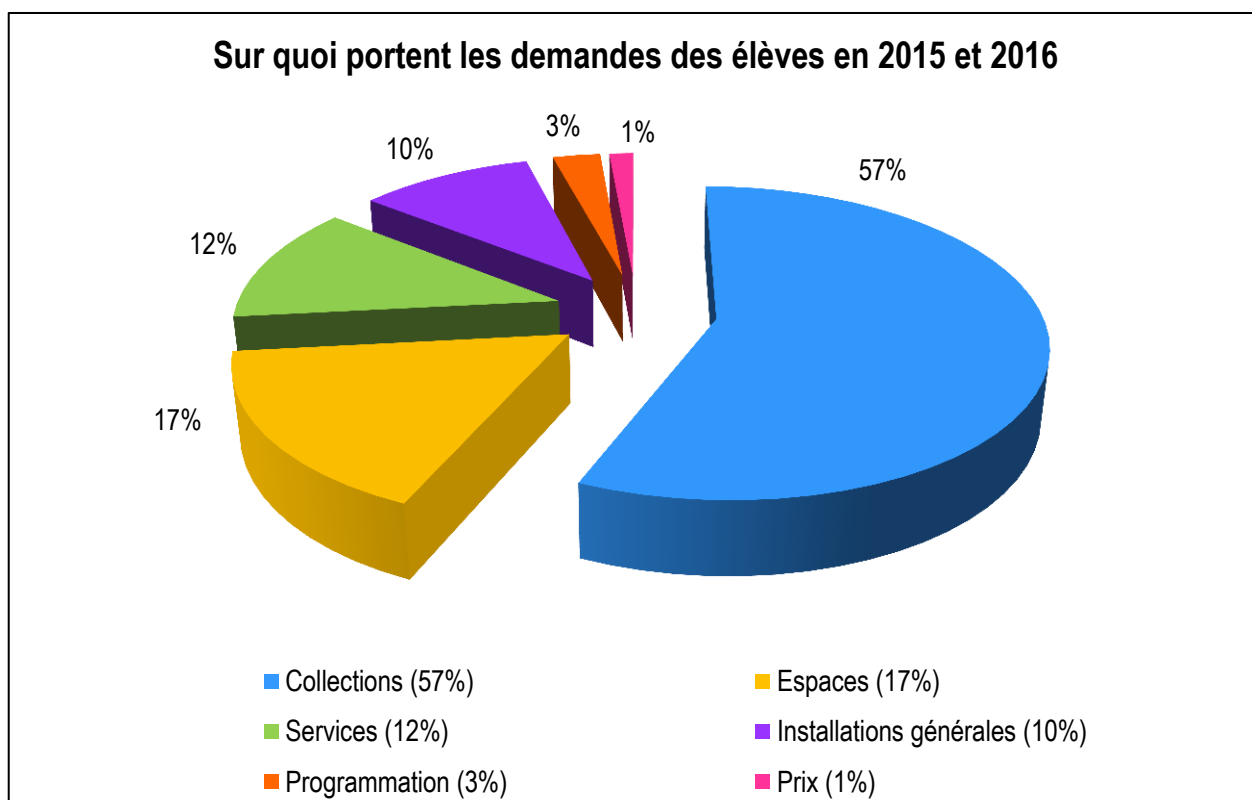
En guise de synthèse nous notons ici que, parmi les 285 réponses,

- 57% des réponses (161) portent sur les **collections** : des mangas (cité 29 fois), des jeux vidéo (cité 26 fois), des films "*plus récents ou plus d'actualité*" (23 fois), de la musique (7 fois), et des livres (74 fois), dont 13 fois "*des nouveaux livres, romans récents, super cools, qui m'intéressent, modernes, qui viennent de sortir*" ;
- 17% des réponses (48) portent sur les **espaces** : un espace cinéma est cité 16 fois, un espace lecture 14 fois, du confort, des poufs et des canapés sont cités 8 fois ;
- 12% des réponses (35) portent sur les **services** : parmi elles 21 demandes de consoles de jeux vidéo ;
- 10% des réponses (29) portent sur les **installations générales** : la quasi-totalité (24) concernent les services de la cafétéria (boissons et nourriture) ;
- 3% des réponses (8) portent sur la **programmation**. Voici quelques idées émises par les élèves :

"des activités, de l'animation, des suggestions affichées par thèmes (bons livres, livres récents), propres commentaires, thèmes conseillés à la demande selon ce qu'on a lu récemment, présentateurs de livres, plus d'interaction et de jeux, des dédicaces avec des auteurs, rencontres, exposés de livres, d'objets, des concours pour faire gagner des livres" ;

- 2 % des réponses (4) portent sur les **prix**, et demande la gratuité des CD, des DVD, de la carte.

Figure 5 : Répartition des réponses des élèves de 13/14 ans sur ce qui manque à la bibliothèque



(Emmenegger 2017)

5.4 Veille

Dans une logique d'évolution permanente, l'analyse des usages et des usagers est menée au quotidien d'une part par la communication avec les utilisateurs et l'observation de leurs pratiques par les bibliothécaires en contact avec eux. Les outils usuels d'information et de communication ne sont pas à négliger, comme tout simplement les contacts avec les autres professionnels de l'information, des bibliothèques et de la culture, le suivi des activités et des engagements des Associations professionnelles (BIS²⁵, SAB-CLP²⁶, ACIM²⁷), la

²⁵ <http://www.bis.ch/>

²⁶ <http://www.sabclp.ch/fr>

lecture de la presse et de l'édition spécialisée (publications et blogs) et la participation forums professionnels (Swiss-Lib²⁸, ACIM²⁹), et aux réseaux sociaux (groupes Facebook ou LinkedIn). Plus globalement il est important d'être attentifs à l'évolution de la société, des technologies de l'information et des pratiques culturelles. Une observation de ce que propose la concurrence est également nécessaire : institutions culturelles, mais aussi réseaux sociaux, associations, groupes de citoyens et réseaux éducatifs.

6 Plan marketing et stratégie

L'état de l'art et l'analyse de l'état des lieux des bibliothèques et Suisse et en Europe, et celle particulière de la BVCF a été faite ces deux dernières années via les travaux et études citées ou présentées au point 5. C'est principalement sur la base de ces travaux nous faisons les propositions de marketing culturel pour le développement d'un Espace multimédia selon le plan proposé ci-après.

Tableau 2 : Plan marketing du projet Espace multimédia

People	Product	Promotion	Price	Place	Process	Physical facilities
Publics	Collection	Interne et partenaires	Tarifs des prestations	Lieux et espaces	Règlements	Accès
Personnel	Salle multimédia	Grand public	Budget courant	Mobilier	Chartes	Horaires
Partenaires	Prestations Programmation	Publics cibles	Investissement	Eclairage Visibilité	Planning	Cafétéria Boutique

6.1 Utile, utilisable, désirable

A chaque étape de ce plan, nous proposons de garder à l'esprit la perspective de l'expérience utilisateur (User experience design ou Design UX) développée par Etsches et Schmidt dans le ouvrage *Utile, utilisable, désirable : redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*³⁰. En guise de résumé de leurs propos nous citons ici les auteurs :

"Définir l'expérience utilisateur c'est d'emblée se placer sur le terrain du sensible et de la perception : l'UX c'est ce que quelqu'un perçoit et ressent lorsqu'il utilise un produit ou un service, virtuel ou réel. "

²⁷ <http://www.acim.asso.fr/>

²⁸ <https://lists.switch.ch/mailman/listinfo/swiss-lib>

²⁹ <http://www.acim.asso.fr/category/les-outils/liste-de-diffusion/>

³⁰ Ouvrage en ligne téléchargeable sous : <http://www.enssib.fr/presses/catalogue/utile-utilisable-desirable>

*"Utilité, utilisabilité et désirabilité sont liées. Tout ce que vous faites dans votre bibliothèque, chaque service, chaque ressource, chaque interface, chaque espace, doit remplir ces conditions et à la fois servir à quelque chose, être aisé d'accès et donner envie de l'utiliser : faute de quoi, vous ne pourrez pas optimiser l'expérience globale que vous pourriez procurer aux membres de votre communauté."
(Etsches, Schmidt 2016)*

6.2 Définition des buts et des objectifs

En quelques mots voici les buts que nous nous proposons d'atteindre avec le futur Espace multimédia de la BVCF et les actions que nous suggérons de mettre en place pour sa création.

6.2.1 Buts (finalité)

- Augmenter l'attractivité de la bibliothèque pour les jeunes usagers dès l'adolescence ;
- Développer et renforcer les missions de la BVCF comme lieu de formation et de formation continue ;
- Mieux englober l'Espace-musique aux missions générales de la BVCF tout en renforçant sa spécificité ;
- Augmenter le nombre d'utilisateurs qui utilisent la bibliothèque comme "3^e lieu".

6.2.2 Objectifs (moyens à mettre en œuvre³¹)

- Mettre en place de nouveaux services et de nouveaux espaces individuels ou collectifs selon le "Four-space model": espaces d'inspiration, d'apprentissage, de rencontres, de performances ;
- Réorganiser les collections, les espaces et les tâches du personnel pour les collections audiovisuelles (pôle musique, cinéma et jeux) ;
- Réaménager les espaces : déménagement des collections, transformations des locaux, choix de mobilier ;
- Redéfinir les missions partagées et spécifiques de BVCF et BJCF, et notamment auprès des 12-14 ans ;
- Développer des partenariats et des collaborations avec des services, associations ou individus (voir au point 7 ci-dessous) ;
- Établir un programme de prestations, médiation et animations (voir au point 6 ci-dessous).

³¹http://www.cimi.fr/index.php?option%3Dcom_quickfaq%26view%3Ditems%26cid%3D4:management-operationnel%26id%3D31:quelles-differences-entre-un-but-et-une-finalite- (consulté le 01.01.2017)

6.3 Analyse SWOT

Tableau 3 : Analyse SWOT

Forces	Faiblesses
Modernité Innovation Mis en commun des compétences Émulation autour des collections	Déficit de visibilité du 1 ^{er} étage Place non extensible Séparation des publics (jeunes – adultes) Porte d'accès au bureau du personnel
Opportunités	Menaces
Richesse des collections Intérêt commun des publics pour les collections "arts" (cinéma, musique et littérature)	NTIC Streaming, VOD Incompatibilité des publics Gestion du bruit et des accès

6.4 Public cibles (*People*)

6.4.1 Adolescents

Le public primaire visé par ce projet est le public des **adolescents, usagers ou non-usagers**. Comme nous l'avons vu plus haut, ils sont en transit entre l'enfance et l'âge adulte, et entre deux bibliothèques sur des sites distincts. Ils ont besoin d'endroits publics, gratuits, ouverts et couverts où se retrouver et où ils se sentent bienvenus - seuls ou en groupes, peuvent se retrouver non-seulement pour travailler, mais également pour exercer ensemble une activité commune liée aux NTIC : jouer ou tester les jeux vidéo, regarder un film, écouter de la musique, suivre un atelier numérique, participer à un concours.

6.4.2 Rentiers, chercheurs d'emploi

Les personnes qui ne sont pas ou plus en activité professionnelle, sont demandeuses de formation continue et recherche de lieux de rencontre et d'échange. Des services doivent être proposés ou développés pour eux. Les **rentiers** (AVS, AI), les **chômeurs** et les **publics allophones** peuvent être victimes d'une certaine fracture

numérique. 41% des usagers interrogés par Blanc/Voirol souhaitent que la bibliothèque s'engage dans l'**aide à la recherche d'emploi**. (Voir figure 2, point 5.2.1.)

6.4.3 Mélomanes

Un enjeu important est de fidéliser le **public de mélomanes, musiciens** professionnels et amateurs, **étudiants** des écoles de musique qui fréquente l'Espace musique, malgré les changements des pratiques d'écoute musicale. N'oublions pas que même si les prêts de disques sont en baisse, ils représentent le 22 % des prêts de la BVCF. Ce public est d'une part demandeur de recherches pointues auprès de bibliothécaires spécialisés, et d'autre part amateur des découvertes proposées par toutes les actions de prescription des bibliothécaires musicaux. Des services liés à la composition ou l'interprétation musicale seraient bienvenus (mise à disposition de logiciels et d'instruments de musique).

6.4.4 Cinéphiles

Dans le même ordre d'idée, on veillera à soigner le public de cinéphiles qui voit la collection de DVD rejoindre un endroit moins directement accessible de la bibliothèque puisque situé à l'étage. Un aménagement agréable, spacieux, agrémenté d'un petit salon et d'écrans pour visionner les films devrait rendre plus agréable leur accès aux collections. Les livres et revues sur le cinéma rejoindraient les DVD.

6.5 En quoi consiste l'Espace multimédia ? (*Product*)

L'Espace multimédia est défini et constitué à la fois par les **collections** qu'il propose (musique, cinéma et jeux vidéo), les espaces qu'il occupe - dont la **salle multimédia** proprement dite - et le contenu de sa **programmation**.

Ces trois éléments doivent être modulables selon le succès des services proposés. Tout doit pouvoir être ré-envisagé, réaménagé, déplacé ou déprogrammé en fonction des évolutions à venir.

6.5.1 Des collections

L'idée générale de réunir dans un espace proche les collections de documents audio-visuels en prêt de la BVCF : les CD musicaux, les DVD de fiction et documentaires, et les jeux vidéo. Pour les CD, il faudrait procéder à un désherbage pour diminuer de la collection en libre accès et augmenter la collection en magasin (disponible sur demande), afin de laisser physiquement de la place aux nouvelles prestations. Les livres sur la musique, les DVD musicaux et les partitions seraient intégrés dans les espaces Nord et Centre de l'Espace musique. Le centre étant libéré par la suppression de la banque de prêt. La collection de DVD de fiction, actuellement disposée à l'entrée de la Bibliothèque, rejoint le premier étage (livres de fiction, musique) juste à côté de l'Espace musique. La collection de jeux vidéo déménagerait également au 1er étage.

6.5.2 Une "salle multimédia"

Libérée des collections de livres sur la musique, revues, partitions et DVD musicaux, la salle actuellement dédiée à la documentation musicale, devient une salle multimédia.

6.5.3 Un bureau d'information

Les collections, les espaces, les activités et les bornes de prêt autonomes sont sous la surveillance permanente d'un membre du personnel. Cette personne est amenée à répondre aux demandes de recherches et d'information des utilisateurs, à gérer les processus de réservation et d'usage des espaces et du matériel, et à faire respecter le code de conduite. Les bibliothécaires spécialisés dans les collections de musique, de films et de jeux (pôle musique, cinéma et jeux) sont prioritairement en charge de ce bureau d'information.

6.5.4 Une programmation (régulière et événementielle) et des prestations.

Les prestations habituelles liées à la mise à disposition des collections audiovisuelles en libres accès sont augmentées par une programmation et des nouvelles prestations et actions de médiation. Celles-ci adhèrent aux objectifs visés par le "Four-space model" : des espaces [d'apprentissage](#), [d'inspiration](#), de [rencontre](#) et de [performance](#), qui permettent [expérience](#), [participation](#), [responsabilisation](#) et [innovation](#).

Les actions de médiation de la BVCF sont assez traditionnellement tournées vers la littérature, la musique, le cinéma, la culture liée aux arts. Il est temps de développer des animations liées aux autres centres d'intérêts des adolescents, soit le jeu vidéo, les nouvelles technologies, le sport, les sciences et les techniques, les questions d'environnement, de société. Nous veillerons aussi à tenter de répondre à la demande forte du public usager et non-usagers en matière d'aide à la recherche d'emploi. Le patrimoine imprimé et audiovisuel des collections de la BVCF pourrait se voir valorisé par certaines actions.

Pour éviter de se perdre dans une programmation chaotique, il serait judicieux de travailler autour d'un thème (annuel ou semestriel). Soit un thème général à la BVCF, soit un thème propre à l'Espace multimédia.

6.5.5 Des prestations nouvelles ou renforcées

- Accès à des PC pour Internet et bureautique, autoformation : consultation WEB, musique et vidéo, travaux scolaires, bureautique, méthodes de langues, méthodes d'auto-formation, etc. ([> inspiration, apprentissage, expérience](#))
- Jeux vidéo: consoles pour jeu en solo ou à plusieurs, découverte et présentation de nouveaux jeux, tournois, rencontre avec des joueurs professionnels, programmation et/ou fabrication de jeux, apprends à jouer à tes parents ou grands-parents ou à une personne plus âgée ([> rencontres, performance, responsabilisation, innovation, engagement](#))
- Musique: Cabine d'écoute Haute-Fidélité ([> expérience](#)), Piano électronique libre d'utilisation ([> performance, inspiration](#)), logiciels de composition ([> apprentissage, performance](#))

- Club de lecture: concours, échanges, présentations de livres par les jeunes, lectures (> rencontres, performance, engagement)
- Multimédia : montage de films (animations, stop-motion), design, photo, graphisme (> apprentissage, performance, inspiration, engagement)
- Informatique : data management = gestion de données (> apprentissage, responsabilisation)
- Aide à la recherche d'emploi : cours, ateliers, discussions avec professionnels, RH, etc. (> apprentissage, rencontre)
- Mise à disposition des salles ou des espaces (location ou prêt) à des groupes ou associations, avec objectifs d'apprentissage, de formation, de promotion de la lecture (> apprentissage, rencontre, performance, responsabilisation)

6.6 Lieux et espaces (*Place*)

Deux options se dessinent quant à l'implémentation de services innovants dans les espaces :

6.6.1 Activités ou usages individuels

Pour les activités individuelles, nous préconisons des emplacements répartis dans les espaces ouverts dédiés aux collections en libre accès. Ils facilitent les ponts entre les activités nouvelles ou " 3^e lieu ", et l'accès traditionnel aux collections physiques. (Hentzler 2016)

- Place de travail (tables, chaises, prise électrique) ;
- Utilisation des PC : internet, bureautique, méthodes de langue, apprentissages, MOOC³² et auto-formation (casques audio, et micros pour les méthodes de langues) ;
- Consoles de jeux vidéo (écrans, manettes, casques, fauteuils, canapés) ;
- Postes d'écoute de CD, poste d'écoute Haute-Fidélité (lecteurs CD, chaînes Hi-Fi High-End, casques, fauteuils, tables basses, cabine ou paravent);
- Piano électronique avec casque (cabine ou paravent) ;
- Poste de visionnement de DVD (écrans, casques, fauteuils, canapés, poufs).

6.6.2 Activités ou usages collectifs

Les activités, animations, action de médiations, cours, cellules multimédia ont lieu dans la salle multimédia, soit un espace dédié, isolé des autres locaux et ne contenant pas de collection en prêt. Elle peut être ouverte ou fermée selon son utilisation, ce qui permet de gérer les problèmes de bruit, et de créer un espace propice aux échanges. L'espace et le mobilier est modulable, pour permettre divers types d'activités.

³²Massive Online Open Course. Exemple de définition et présentation <http://moocs.unige.ch/presentation/> (consulté le 28.01.2017)

Les salles fermées existantes dans la configuration actuelle de la BVCF sont également utilisées pour les usages collectifs : salle de lecture (salle principale ou salle Nord), salle de projection du DAV, Espace musique, espace de travail du rez-de-chaussée en lecture publique, Salle Charles-Humbert.

- Cours collectifs ;
- Projection de films pour groupe ;
- Tournois de jeux vidéo ;
- Ateliers, FabLabs Makerspace ;
- Travail de groupe.

6.6.3 Mobilier

D'une manière générale le mobilier de ces salles est entièrement modulable et déplaçable : roulettes sous les meubles, chaises pliantes ou empilables, tables pliantes, prises électriques et prises réseau en suffisance. Idéalement des meubles transformables pourraient être développés. Des petites tables/chaises individuelles à roulettes seraient pratiques.

6.6.4 Éclairage

Un éclairage modulable est prévu en fonction des différentes utilisations des lieux. Plafonniers pour un éclairage global en cas de cours collectif par exemple, spots en cas de représentation (concert, conférence), lampes de travail et éclairage d'ambiance. Les fenêtres peuvent être assombries selon les besoins.

6.6.5 Insonorisation et visibilité

L'Espace dévolu aux activités collectives ou de groupe peut être fermé ou ouvert selon son utilisation. L'insonorisation des portes est suffisante pour ne pas déranger les utilisateurs. Les portes sont transparentes pour permettre la visibilité et favoriser l'attractivité du lieu et des activités. Elles sont munies de stores pouvant être baissés : besoin d'intimité ou de confidentialité des utilisateurs, utilisation de la salle pour les réunions professionnelles des bibliothécaires, gestion de l'horaire d'ouverture de la salle, etc.

6.7 Personnes et personnel (*People*)

L'implication et l'adhésion des membres du personnel concerné est garante de la réussite du projet dans sa globalité et dans toutes ses spécificités : qualité de la collection, de l'accueil, gestion des espaces, communication sur le projet.

Le leadership devra être soigné en matière d'implication des équipes, de gestion participative, de communication et d'information, de participation aux événements, de réseautage. Il veillera, comme le préconise Marielle de Miribel à ce que soient nourris et respectés les trois besoins psychologiques de base du personnel impliqué, à savoir leurs besoins de structure, de reconnaissance et de stimulation-action-créativité (Miribel 2015). Nous envisageons de mettre en place des outils tels que feuilles de routes, objectifs clairs, un

tableau GANT, des séances de travail, de brainstorming et la mise en place de groupes de gestion participative.

6.7.1 Personnel en charge

Ce projet implique à l'interne : la direction des BVCF, les responsables des secteurs Espace musique, Lecture publique et Salle de lecture (recherche et information), la responsable des BJCF, les collaborateurs de l'Espace musique et les collaborateurs en charge des collections jeux-vidéo, DVD, e-books, le médiateur culturel, la webmaster, les personnes chargées de communication sur les réseaux sociaux, le personnel administratif, le personnel technique (technicien audiovisuel), le personnel en charge de l'entretien du bâtiment, les stagiaires et apprentis en formation.

6.7.2 Élus, associations et services partenaires:

Au niveau de la Ville de La Chaux-de-Fonds, le projet devrait obtenir le soutien du chef du Dicastère de la culture, et l'aval de la Commission de la Bibliothèque. L'Association des Amis de la Bibliothèque pourrait être appelée à soutenir financièrement une partie du projet, via des demandes de fonds. Le Service des bâtiments se verra confier les éventuels travaux de transformation. Le Service informatique de l'État de Neuchâtel (SIEN) est un partenaire indispensable à l'installation et à la gestion des PC, des programmes et des logiciels. Le délégué aux Affaires culturel soutiendra certains projets "culturels" de l'Espace multimédia. Le Service de la communication soutiendra la communication sur le site Web et la communication aux médias. La graphiste de la Ville pourrait être sollicitée par exemple pour des projets de logo, d'affiche, de flyer ou de signalisation.

6.7.3 Sur mandat

Pour les actions de médiation spécifiques à l'Espace multimédia, nous engagerons et collaborerons sur mandat avec des animateurs, stagiaires en animation socioculturelle, médiateurs culturels, enseignants, conférenciers, musiciens, joueurs et concepteurs de jeux vidéo, techniciens, étudiants, surveillants, écoliers surveillants, bénévoles, " ambassadeurs " (sportifs, musiciens, artistes, gamers).

6.7.4 Formation continue

Nous veillerons à ce que le personnel impliqué soit régulièrement formé. Ils participeront à des cours spécifiques organisés par les associations professionnelles, les écoles supérieures publiques, les écoles privées, ou la BVCF elle-même : notamment des cours sur l'accueil du public, des public cibles ici concernés, et sur les NTIC, le jeu vidéo. Du temps pour l'auto-formation, et des moyens pour la valorisation des compétences propres (hors-métier) seront mis à disposition.

6.8 Bâtiment, installations et accès (*Physical facilities*)

La BVCF occupe depuis 1900 l'aile ouest d'un bâtiment qui abrite également des classes de l'École secondaire. Il est entouré de quelques autres bâtiments scolaires (primaire et secondaire II), ce qui malheureusement renforce la connotation "scolaire" de la bibliothèque. Quoique située au centre géographique de la Ville, le bâtiment est un peu trop éloigné du Pod : l'avenue Léopold Robert qui fait office de centre névralgique et commercial entre la gare et la Fontaine monumentale. L'ouverture d'une rue depuis la place Espacité et la toute récente rénovation du toit et des fenêtres du bâtiment le font néanmoins gagner en beauté et en visibilité.

6.8.1 Accès et horaires

La conception architecturale de la BVCF ne permet pas à l'heure actuelle d'ouvrir une salle ou une partie du bâtiment indépendamment de l'ensemble. Il arrive que nous organisions un accès selon les besoins d'événements particuliers : contes ou jeux de rôle durant la nuit, lectures, projections ou ateliers d'écriture en soirée, etc.

L'ouverture du dimanche touche à des questions sociales et politiques qui dépassent celles de projets innovants en bibliothèques. Nous n'allons pas l'aborder ici, mais noter qu'il est bon de rester ouvert à la possibilité d'organiser des événements en dehors des heures d'ouverture : soirée, fin de journée du samedi et dimanche. L'aspect exceptionnel peut renforcer l'expérience et marquer plus fortement le souvenir de ce qui a été vécu à ce moment-là "hors du temps habituel" dans une bibliothèque.

6.8.2 Cafétéria, nourriture et boissons

Idéalement, il faut envisager à terme d'agrandir la cafétéria actuelle. Nous pourrions songer à remettre à l'ordre du jour le projet d'une véranda extérieure sur l'ancien perron à l'ouest du bâtiment, proposé par la direction de la BVCF et l'architecte en charge de la rénovation de 2006, et refusé à l'époque par les autorités / le service d'urbanisme.

Des distributeurs de boissons froides et de snack doivent s'ajouter au distributeur de café et boissons chaudes actuellement en service.

Un partenariat pourrait être proposé à une boulangerie, ou une pâtisserie artisanale pour la vente quotidienne de pâtisseries fraîches et/ou pour offrir des goûters lors des manifestations, rencontres d'adolescents (clubs de lecture, sessions de jeux vidéo, FabLab, chasses au trésor, cellules multimédias, etc.)

6.8.3 Boutique

Il n'est pas rare que les utilisateurs de la BVCF nous demandent en prêt des crayons, stylos, agrafeuses, papier, scotch, et autre petit matériel de bureau. Nous pourrions vendre du matériel de bureau et d'études estampillés du logo ou de l'image de la BVCF ainsi que plus de produits culturels : sacs, cahiers, carnets de

note, bloc-notes, gommes, stylos, clés-USB, casques audio, snacks, bons cadeaux, cartes postales, gobelets et bouteilles en plastique, lunettes ou loupes de lecture, livres, brochures, DVD publiés par la bibliothèque, la ville ou les institutions partenaires.

6.9 Investissement, financement et politique de prix (*Price*)

6.9.1 Gratuité des prêts ou tarifs d'abonnement

Pour s'aligner sur les normes et pratiques actuelles des bibliothèques en Suisse romande, la BVCF devrait généraliser la gratuité des emprunts pour l'ensemble des collections de la BVCF. En attendant de pouvoir l'envisager avec nos autorités de tutelle, il serait judicieux de la proposer aux élèves et étudiants jusqu'à 20 ans. Il faudrait réétudier les taxes et émoluments et la politique de location dans leur ensemble et envisager un abonnement annuel, avec des tarifs différenciés.

6.9.2 Tarifs des prestations

Nous devons définir les tarifs de location de la salle : cours par des autres prestataires, location pour anniversaires ou animations, avec ou sans médiateur, ou technicien.

6.9.3 Investissement et financement

Une estimation approfondie des dépenses nécessaires et des ressources financières à disposition devra être établie en fonction de la finalité et des étapes de développement du projet : budget courant, budget d'investissement, recherche de fonds, recettes propres. A titre indicatif un plan de financement est proposé en annexe III. A l'instar de ce qui est proposé dans ce travail, il n'engage que son auteur. Il sera amené à être consolidé pour la mise en œuvre du projet. Il est établi sur la base de 3 scénarii :

Un scénario pessimiste – ou minimaliste, où les locaux actuels sont transformés en Espace multimédia : les collections sont rassemblées et à l'offre actuelle sont ajoutés trois consoles de jeux vidéo, deux écrans pour le visionnement de DVD, et un piano numérique. Un développement en douceur, sans ambition particulière, sans travaux de transformation, sans investissement dans la programmation ou le personnel.

Un scénario réaliste, où en plus du précédent, une salle multimédia est physiquement créée, aménagée et animée : portes vitrées, mobilier ad-hoc, matériel et logiciels informatique, programmation, personnel spécialisé pour l'animer à certaines heures (animateur, éducateurs, enseignants, informaticiens). En plus du piano, l'Espace musique est équipé d'un poste d'écoute haut-de-gamme. Certains services, comme la location de la salle peut générer un revenu. La bibliothèque développe des produits de consommation liés à ses services qui sont vendus au public (voir point 6.8.3 Boutique). Un investissement à hauteur de vingt mille francs de la part de partenaires, de sponsors ou de l'autorité de tutelle, ainsi que l'engagement de travaux de transformation par le Service des bâtiments sont indispensables à ce scénario.

Un scénario optimiste, où des investissements plus importants sont engagés par les sponsors ou partenaires, et idéalement par un fournisseur d'accès Internet qui deviendrait partenaire principal du projet. Le matériel et mobilier acheté peut être de meilleure qualité et plus onéreux, la programmation plus ambitieuse, et un travail plus approfondi est engagé avec des professionnels de l'éducation.

6.9.3.1 Au budget de réaménagement et d'équipement

- Travaux d'aménagement de la salle (trouer un mur, installer deux portes en verre, refaire l'éclairage, ajouter des prises électriques)
- Travaux de transformation du mobilier (démonter et transformer la banque de prêt actuelle, déménager et réinstaller le mobilier existant)
- Achat de mobilier (meubles pour jeux vidéo, meubles pour DVD, tables pour PC, chaises, canapés, fauteuils, poufs, tables basses)
- Conception et fabrication de cabines isolées et insonorisées ou de paravents (2 pour l'écoute audiophile et 2 pour l'écoute audio et les méthodes de langues)
- Équipement informatique et multimédia (PC ou PC portables supplémentaires)
- Équipement audiovisuel et jeux (consoles de jeux vidéo/lecteurs DVD, deux écrans plats, casques, manettes)
- Équipement audio Hi-Fi (amplificateur, lecteur CD, câbles audio, casques)
- Piano électronique, tabouret, casques
- Personnel d'aide au déménagement des collections

6.9.3.2 Au budget du programme d'animation et de formation

- Plates-formes d'écoute en streaming, de VOD, et de jeux (abonnements)
- Logiciels payants (méthodes de langue, d'apprentissage, logiciels de composition de musique, logiciels de fabrication de jeux vidéo, de graphisme et de traitement de l'image (photo, vidéo) et du son)
- Location de matériel
- Cachets et défraiement des intervenants externes
- Food & beverage (apéritifs, café-croissants ou goûters selon la programmation)

6.10 Processus (*Process management*)

- De nouvelles prestations impliquent de nouveaux processus pour les utilisateurs et pour les bibliothécaires.
- Règlement, code de conduite ou charte d'utilisation (bruit, discipline, code de conduite, nourriture et boisson, limites d'âge, limites de nombre de personnes, limite de temps d'utilisation des espaces ou des outils)

- Processus de location, d'organisation des horaires, selon plan annuel, plan de vacances, autres programmations de la BV, rencontres musicales, littéraires, etc.
- Processus de réservation des espaces (postes d'écoute, PC, horaire)

7 Partenariats

7.1 Financiers – autorités de tutelle

En tant qu'Institution publique la ressource financière principale de la BVCF est assurée par ses autorités de tutelle, à savoir la Ville de La Chaux-de-Fonds pour l'essentiel, et l'État de Neuchâtel, qui soutient une partie des missions de conservation du patrimoine d'intérêt cantonal. Les recettes sur les taxes de location de documents audiovisuels et des amendes de retard ne couvrent qu'une petite partie du budget.

L'Association des Amis de la BVCF est à même de faire des demandes de financement et de sponsoring pour atteindre ses buts :

"Constituée le 3 octobre 2007, l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville a pour buts de soutenir les projets et manifestations culturelles de la Bibliothèque, de faire connaître ses activités et de veiller à son développement." (Site Internet de la BVCF, janvier 2016).

7.2 Sponsoring

Partant du postulat qu'une recherche de sponsors demande un important investissement, et au vu de l'échec des expériences passées de la BVCF dans ce domaine, nous allons commencer par évaluer la possibilité de recherche de sponsors. Pour commencer nous ferons une étude de marché et établirons une liste des Fondations, Associations, Club-services pouvant trouver un intérêt dans le soutien d'actions de la bibliothèque liées à la formation continue, à la recherche d'emploi, à la familiarisation aux nouvelles technologies, aux échanges intergénérationnels, à la promotion de la lecture et à la médiation culturelle en générale. Un tel outil, ainsi qu'un carnet d'adresses régulièrement mis à jour, devrait rester à portée de main de la direction.

Nous chercherons également des partenariats ponctuels ou à long terme auprès d'entreprises commerciales pour des postes spécifiques du projet ou de la programmation : cinéma, salles de spectacles (pour places à offrir), librairies ou magasin (pour livres, jeux vidéo, CD ou DVD à gagner - dans le cadre de concours ou animations), entreprises horlogères et de micromécanique, commerces spécialisés, grandes surfaces (pour du matériel Hi-Fi, informatique, logiciels), commerces de meubles ou artisans, (pour des pièces de mobilier, éclairage), boulangeries artisanales (pâtisseries, goûters), restaurants ou traiteurs (dessins mangas + sushi), etc.

7.3 Partenariat associatif

L'Espace musique pratique déjà un partenariat régulier avec *Ludesco*³³, organisateur d'un festival annuel de jeux (jeux de plateau et de rôle). Nous organisons avec eux leurs conférence de presse annuelle, ainsi que des expositions dans les semaines précédentes et suivantes la tenue du Festival. L'Espace musique collabore aux projets musicaux du *Centre de Culture ABC*³⁴, des *Concerts de musique contemporaine CMC*³⁵, et de la biennale de musique contemporaine *Les Amplitudes*³⁶. La bibliothécaire en charge de la collection de jeux vidéo organise des présentations ou des sessions de jeux à la bibliothèque avec le soutien d'un groupe de joueurs (sorte de club informel). Nous pourrions développer dans le cadre des activités de l'Espace multimédia d'autres partenariats avec les Association locales. À titre d'exemple :

- Club de jeu de plateau et jeux de rôle *Oniris*³⁷ : organisation de sessions de jeux, de concours, etc. ;
- Association *Lire et écrire*³⁸ : visites de la bibliothèque pour les élèves plus avancés, cours dans la salle multimédia, présentation de coups-de-cœurs ou d'albums par les bibliothécaires, échanges ;
- *Lire et faire lire*³⁹ : accueil de groupe de lecture, de leur Assemblée générale ;
- Association de soutien aux personnes âgées comme par exemple l'*Avivo*⁴⁰ : cours d'initiation au livre numérique, à la recherche sur Internet, aux jeux vidéo ;
- *Robosphère*⁴¹ : ateliers, FabLabs autour de la robotique, de la programmation de robots ;
- Club de Hockey (*HCC*), de Foot (*FCC*) pour des rencontres entre des sportifs et des jeunes ;
- Salles de concert et de spectacle pour des pré-concerts, mini-interventions, rencontres ou échanges avec les artistes invités (musiciens, comédiens, metteur-en-scène)

7.4 Partenariat institutionnel

Comme nous dépendons des mêmes autorités de tutelle, il n'est pas envisageable d'établir des partenariats financiers avec les institutions culturelles et scolaires de la ville et de la région. Par contre, nous pouvons envisager une mise en commun des compétences, des connaissances professionnelles et des savoir-faire.

Nous pensons notamment à la Bibliothèque des jeunes, au Service de la jeunesse, aux Écoles secondaires 1 (école obligatoire) et 2 (CIFOM⁴², Lycée)

33 <https://www.ludesco.ch/accueil/>

34 <http://www.abc-culture.ch/accueil-abc>

35 <http://www.les-cmc.ch/index.php?id=82>

36 <http://www.lesamplitudes.ch/>

37 <http://www.oniris.org/index.php>

38 <http://www.lire-et-ecrire.ch/section/section-neuchateloise-de-lire-et-ecrire/qui-sommes-nous>

39 <http://www.lireetfairelire.org/>

40 <http://www.avivo-neju.ch/la-chaux-de-fonds.php>

41 <http://www.robosphere.ch/fr/index.html>

42 <http://www.cifom.ch/>

8 Plan de communication (*Promotion*)

D'une manière générale, cela demande moins d'énergie de soigner et de fidéliser les publics existants que d'aller en chercher des nouveaux. Il s'agit ici de proposer prioritairement aux publics qui fréquentent la BVCF des services innovants, modernes et attractifs, ainsi que des outils et de l'aide dans leurs projets de formation ou de divertissement. Le succès de ces services et une bonne communication devraient à terme fidéliser ces publics et en apporter de nouveaux. Les processus de communication établis à la BVCF sont mis en œuvre pour les Actions de médiation de l'Espace multimédia. De nouveaux processus et des actions de communications innovantes sont développés spécifiquement.

Un plan de communication formelle est proposé en Annexe I.

8.1 Communication institutionnelle > **autorités de tutelle, personnel, partenaires**

Les **autorités de tutelles** et de surveillance sont informées des projets par la direction de la BVCF : séances de chefs de service, séances et rapport de la Commission de la Bibliothèque. Le **personnel** est informé par la distribution des PV des séances (de responsables et de secteurs), par des "newsletters" internes (Intranet), par courriel et en direct (séances d'information). La communication avec les **partenaires** se fait par courrier, courriel, téléphone et en direct. Elle a pour support des contrats ou des conventions écrites.

8.2 Traditionnelle : presse, imprimés, site WEB, courriel > **public**

Des communiqués de presse sont rédigés et envoyés selon les canaux traditionnels. On veille à les rendre le plus complet et facilement utilisables pour les journalistes (contenu, style et ton utilisés, photographies, liens internet).

Un concept de communication par flyers et affiches a été récemment élaboré par la BVCF avec un graphiste. Le projet fonctionne bien, il est plaisant et efficace, nous l'utiliserons également pour la communication sur les actions de médiation de l'Espace multimédia. De même pour les canaux habituels d'affichage et d'information sur le site WEB. Une lettre d'information de l'Espace multimédia à son public cible devrait être développée.

8.3 Réseaux sociaux, communication contributive > public, partenaires

La communication actuelle de la BVCF sur Facebook est commune à l'ensemble de l'Institution. Elle ne touche pas le public cible des adolescents, et très peu celui des usagers des collections multimédia. Il est temps de réfléchir au développement de pages **Facebook** Espace musique, Espace multimédia et/ou Jeux vidéo, et de contribuer aux réseaux sociaux qui touchent plus spécifiquement les **jeunes** (Instagram). De plus, les bibliothécaires spécialisés contribuent et échangent leurs expériences sur les forums, les pages de groupes professionnels et/ou de "gamers".

8.4 Communication directe et communication innovante > public, public cible, usagers et non-usagers

8.4.1 Directe : facility management

Il y a peu de chances que nous atteignons les adolescents, usagers ou non usagers, avec nos moyens de communications traditionnels. Le meilleur moyen de les toucher, à notre avis, est de mettre en place des espaces et des projets qui correspondent à leurs **besoins (utiles)**, qui soient accessible en matière d'utilisation, d'horaires et de disponibilité pour eux (**utilisables**), et où on les laisse vivre ce qu'ils ont à vivre (coins détente, poufs, consoles de jeux) (**désirables**). La proximité des bâtiments scolaires, et les pratiques de groupe des adolescents devraient faire beaucoup en matière de **bouche à oreille**.

8.4.2 Directe : informations par le personnel

Nous avons constaté que les **échanges directs** entre le personnel et les usagers (discussions, informations, invitations aux événements) et le personnel et les partenaires (**réseautage**) sont d'excellents vecteurs de communication. Nous sommes là aussi dans une communication de proximité (type bouche à oreille) qui touche à l'engagement direct des personnes.

8.4.3 Communication innovante et participative

Nous pensons que les jeunes, usagers ou non-usagers, sont particulièrement sensibles à des actions de communication **surprenantes** (intervention de la bibliothèque à l'école, dans les transports publics, à la piscine, dans une salle de concert) ou **participatives** (flash-mob, événements participatif à la bibliothèque (spectacle, musique, lecture, théâtre, danse, jeu de rôle grandeur nature), concours (jeu vidéo, musique, lecture ou écriture, chasse au trésor). L'idée étant, qu'en plus de leur participation, les jeunes retournent chez eux avec un objet (un prix, un livre, un bon, un mot-de-passe, etc.)

9 Mesures et contrôle (*Controlling*)

Des outils de contrôle seront établis, qui pourront être utilisés pour l'analyse et l'évaluation du projet global et des actions spécifiques. Rappelons qu'en matière d'innovation il est possible de se tromper, de devoir changer de direction ou de réajuster les ressources, voire de stopper certaines prestations.

- Statistiques d'utilisation et de fréquentation
- Questionnaires de satisfaction
- Séances de débriefing avec le personnel et avec les partenaires (animateurs, Service de la Jeunesse, Associations, bénévoles, employés à l'heure)
- Rapport aux autorités de tutelles et aux partenaires financiers
- Messages de remerciements, importance de toujours garder le contact, de faire et de créer un réseau autour de l'Espace multimédia, et des activités.

10 Planification et plan d'action

La planification de ce projet est intrinsèquement liée à l'implémentation de la RFID à la BVCF et à la fusion des services de prêt qui en découle. La création de l'Espace multimédia est appelée à suivre dans le temps ces deux projets. L'avancement du projet dépendra bien entendu des ressources humaines et financières à disposition.

Un calendrier de projet prévisionnel est présenté en Annexe II. Il donne une vision d'ensemble des trois mandats évoqués au point 4 ci-dessus, et couvre les années 2017 et 2018. À ce stade il n'engage que leur auteur. Il sera amené à être validé par la direction de la BVCF et à être revu et ajusté en séance de travail. Il ne tient pas compte de la communication, qui sera bien entendu traitée tout au long du projet, et fait l'objet d'un plan en Annexe I.

11 Conclusion

A l'instar des cours dispensés dans le cadre du CAS "Promouvoir une Institution culturelle", cette étude de cas et de projet nous a permis non seulement d'approfondir nos connaissances du contexte bibliothéconomique actuelle, mais aussi de l'appréhender avec une vision de l'environnement culturel et institutionnel plus globale, et de préciser notre perspective d'évolution. Nous parions que les publics visés par l'Espace multimédia de la BVCF répondront positivement à l'offre proposée. Et nous espérons sincèrement que le personnel impliqué dans le projet appréciera de se joindre au mouvement. Il nous paraît évident que les adolescents, les NTIC, la société de l'information, les prescripteurs de musique, de films et de jeux en ligne ne vont pas attendre les

bibliothèques : c'est à nous de veiller à être dans le mouvement. C'est non seulement notre devoir envers notre public, mais il en va aussi de notre avenir, institutionnel et personnel.

Pour appréhender les institutions culturelles d'un point de vue marketing, il nous a fallu changer de point-de-vue, si ce n'est de manière de penser... avant de réaliser que nous faisons déjà du marketing, sans le nommer, et sans s'en donner véritablement les moyens. Ces nouveaux outils très récemment acquis, nous avons souhaité les appliquer, en théorie du moins, dans ce travail, d'où le choix de sa structure selon les 7 P du marketing mix.

Nous espérons pouvoir accompagner le changement des pratiques et l'évolution des prestations avec succès, en appliquant au mieux les principes du marketing mix dans les processus et le concept de "Four-space model" dans l'idée de développer une bibliothèque 3^e lieu. Finalement, séduits par les propos d'Etsches et Schmidt, nous souhaitons continuer de voir la BVCF s'engager dans ses missions en étant et en restant pour ses utilisateurs "utile, utilisable et désirable"⁴³.

43 (Etsches, Schmidt, 2016)

Bibliographie

ABOUDRAR, Bruno Nassim et MAIRESSE, François, 2016. La médiation culturelle. Paris : PUF. ISBN 978-2-13-073254-9. Collection Que sais-je ?

ALMAN, Susan W. et GILLESPIE SWANSON, Sara, 2015. Crash course in marketing for libraries. 2^d édition. Santa Barbara, Denver : Librariesunlimited. ISBN 978-1-61069-870-2

BÉGUELIN, Fanny, 2014. Les jeux vidéo dans les bibliothèques publiques de Suisse romande : pourquoi, comment ? Carouge: Haute école de gestion de Genève. Travail de Bachelor.

BLONDEAU, Nicolas, 2105. Musique et bibliothèques, de nouvelles formes de vie. Slide de présentation accessible sous : http://www.slideshare.net/mediamus/musique-en-bibliothque-de-nouvelles-formes-de-vie?qid=e37317ac-dfbd-425a-b3ba-c9d1cfad2ddb&v=&b=&from_search=2

BLANC, Julia et VOIROL, Pauline, 2015. Que sera la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds demain ? : Enquête auprès des usagers et non-usagers de la Bibliothèque autour de prestations innovantes et de la création éventuelle d'un espace multimédia. Genève: Haute école de gestion. Travail de Bachelor.

BARRELET, Jean-Marc Ed., 2013. Entre lecture et patrimoine. La Chaux-de-Fonds : Bibliothèque de la Ville. ISBN 978-2-94048-923-7

BRADLEY, Phil, 2015. Social media for creative libraries : Second edition of How to use Web 2.0 in your library. London : Facetpublishing. ISBN 978-1-85604-713-5

ETCHES, Amanda et SCHMIDT, Aaron, 2016. Utile, utilisable, désirable : redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs / traduction collective sous la direction de Nathalie Clot. - Paris : Presses de l'ENSSIB, 2016. Collection Les numériques. Disponible à l'adresse: <http://www.enssib.fr/presses/catalogue/utile-utilisable-desirable>

GAILLARD, Jean-Paul, 2013. Enfants et adolescents en mutation : Mode d'emploi pour les parents, éducateurs, enseignants et thérapeutes. 3^e éd. Augmentée. Issy-les-Moulineaux : ESF Editeurs. ISBN 978-2-7101-2523-5. Collection l'art de la psychothérapie.

HENTZLER, Lise, 2016. Bibliothèque municipale de Delémont : un lieu, deux lieux, 3^e lieu ? Espaces et locaux à l'horizon 2018-2022. Genève: Haute école de gestion. Travail de Bachelor.

HAINARD, François (dir.). Profil, pratiques et attentes des usagers de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds : Recherche réalisée dans le cadre du Séminaire d'Introduction à la recherche sociologique 2006-2007. Neuchâtel : Université - Institut de sociologie. Travail de séminaire.

JACQUET, Amandine (dir.), 2015. Les Bibliothèques troisième lieu". Association des bibliothécaires de France. ISBN 978-2-900177-41-9. Collection Médiathèmes.

- JOCHUMSEN, H., RASMUSSEN, C.H., SKOT-HANSEN, D., 2012- The four spaces – a new model for the public library. In: New Library World, Vol. 113 No. 11/12, p. 586-597
- LACKIE, Robert J. (Ed.) & WOOD, M. Sandra, 2015. Creative library marketing and publicity : Best practices. Lanham, etc. : Rowman & Littlefield. ISBN 978-1-4422-5421-3
- LARDENIER, Pascal, 2016. Génération 3.0 : Enfants et ados à l'ère des cultures numérisées. Cormelles-le-Royal : Ed. EMS Management & Société. ISBN 978-2-84769-836-7
- SCHULZ, Knud, 2014. Makerculture in Libraries Strategy : strategic reflections on "People's Labs Libraries". Aarhus : Main Library. <http://www.slideshare.net/KnudSchulz/makerculture-strategic-sept-2014>
- SERVET, Mathilde, 2009. Les bibliothèques troisième lieu. Lyon ENSSIB. Mémoire d'étude. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/21206-les-bibliotheques-troisieme-lieu.pdf>
- SOUAL, Laurent, 2015. Le livre numérique en bibliothèque : état des lieux et perspectives. Paris : Éd. du Cercle de la Librairie. ISBN 978-2-7654-1477-3
- WATSON-LAKAMP, Paula, 2015. Marketing moxie for librarians : fresh ideas, proven techniques, and innovative approaches. Santa Barbara, Denver : Libraries unlimited. ISBN 978-1-61069-893-1

Annexe III. Plan de financement du projet

INVESTISSEMENT	Scénario minimaliste	Scénario réaliste	Scénario optimiste
CHARGES			
Travaux de réaménagement (gros œuvre) (Smm)			
Percage du mur (2 portes)		3000	3000
Peinture		2500	2500
2 portes en verre + installation		3000	3000
Prises électriques	1200	1200	1200
TOTAL réaménagement	1200	9700	9700
Réaménagement intérieur			
Plafonniers (Smm)		1600	1600
Démontage de la banque de prêt	600	600	600
Aménagement d'un bureau/banque d'information	1500	1500	3000
TOTAL aménagement intérieur	2100	3700	5200
Mobilier			
Chaise haute pour banque d'information	500	800	800
Meubles pour consoles jeux vidéo (3)	600	3000	4000
Tabouret de piano	50	150	300
Fauteuils ou canapés ou poufs		3000	6000
Tables	1500	2000	3000
Tables basses		300	1000
Chaises	2500	3600	7200
Mobilier spécial			
Cabines isolées ou paravents		2000	5000
Stores à lamelles pour portes vitrées		800	800
TOTAL mobilier & mobilier spécial	5150	15650	28100
Matériel			
Piano numérique	800	1500	3000
Imprimante 3D		2000	4000
Consoles PS4	1500	1500	1500
Ecrans	900	900	900
Manettes	350	350	350
PC – clavier – souris		1500	3000
Casques audio – connectiques	600	600	1200
Chaîne Hi-fi haut de gamme (High-End)		3000	5000
TV écran plat		600	1200
Lecteurs DVD	400	400	1000
Câble / câble audio		1000	1000
Imprimante scanner		500	500
TOTAL matériel	4550	13850	22650
Cafétéria et boutique			
Distributeur snack et boissons (leasing)	1200	1200	1200
Armoire frigorifique			3000
Vitrine réfrigérée pour pâtisseries		800	1300
Total cafétéria et boutique	1200	2000	5500
Graphisme & signalétique			
Signalétique (panneaux)	500	500	500
Signalétiques portes vitrées		1000	1000
Graphisme produits boutique (création et clichés)		3000	3000
TOTAL graphisme & signalétique	500	4500	4500
TOTAL CHARGES INVESTISSEMENT	14700	49400	75650

PRODUITS			
Budget fonctionnement BV			
Mobilier	4500	7000	12000
Matériel	2000	7000	8000
Informatique	3000	3000	3000
TOTAL budget BV	9500	17000	23000
Investissement VCH ou Canton NE			
Travaux bâtiment		5500	5500
Projet spécial pour jeunes, formation continue		7000	7000
TOTAL investissement VCH	0	12500	12500
Financements privés			
Loterie Romande			
Association Amis BV / LoRo	5000	11000	20000
Sponsors & partenaires			
Swisscom (Salt, Sunrise)		1000	5000
Hug Musique (piano) / Conservatoire / Collège musical	200	600	1200
Meubles Leitenberg / VAC		500	1000
Usagers/Lecteurs (appel à contribution)			2000
MiCasa		500	1000
Manor		500	1000
Marque ou revendeur Hi-Fi		300	2000
Marque ou revendeur TV/PC/Consoles		300	2000
CLP : aide aux projets spéciaux		5000	5000
TOTAL financement privés	5200	19700	40200
TOTAL PRODUITS INVESTISSEMENT	14700	49200	75700

FONCTIONNEMENT (annuel)	Scénario pessimiste	Scénario réaliste	Scénario optimiste
CHARGES			
Personnel (sur mandat)			
Animateur ou éducateur (3h/jour)	4500	20000	27000
Cachet intervenants & frais	2500	6000	8000
TOTAL personnel sur mandat	7000	26000	35000
Logiciels et abonnements			
Logiciels jeux vidéo	1000	1000	2000
Méthodes de langues	1000	1000	2000
Matériaux pour imprimante 3D		500	1000
TOTAL logiciels et abonnements	2000	2500	5000
Communication			
Flyers	1000	1500	2000
Affiches	200	300	300
Publicité presse			1000
Publicité réseaux sociaux		200	400
TOTAL communication	1200	2000	3700
Frais de réception			
Repas intervenants	150	300	500
Apéritifs	200	400	600
Goûters animation après-midi	250	500	750
TOTAL frais de réception	600	1200	1850
Cafétéria et boutique			
Boissons & snack	6000	6000	6000
Papeterie à vendre		2000	2000
Bouteilles plastiques à vendre		2500	2500
Matériel technique à vendre (clés USB, Casques audio)		2000	2000
Sacs à vendre		6000	6000
Cartes postales à vendre		400	400
Livres, CD, DVD régionaux à vendre		600	600
Cartes et plans à vendre		300	300
TOTAL cafétéria et boutique	6000	19800	19800
TOTAL CHARGES FONCTIONNEMENT	16800	51500	65350

PRODUITS			
Budget fonctionnement BV			
Personnel	4000	7000	10000
Matériel	3000	7000	10000
Informatique	2000	3000	3000
Animation	1000	1000	2000
Communication	500	1000	2000
TOTAL budget fonctionnement BV	10500	19000	27000
Sponsors & partenaires			
Swisscom (Salt. Sunrise)		1000	2000
Autres partenaires		600	1500
TOTAL sponsors	0	1600	3500
Location et abonnements			
Location de la Salle multimédia (Smm)		1500	3000
Abonnements méthodes de langue en ligne		600	1200
Abonnement jeux vidéo en ligne		600	1200
Location imprimante 3D	300	600	1500
TOTAL location et abonnements	300	3300	6900
Cafétéria et boutique			
Vente de boissons et pâtisseries	6000	8000	8000
Vente de papeterie		2600	2600
Vente de bouteilles plastiques		5000	5000
Vente de matériel technique (clés USB, Casques audio)		3000	3000
Vente de sacs		7800	7800
Vente de cartes postales		500	500
Vente de livres, CD, DVD régionaux		700	700
Vente de cartes et plans		400	400
TOTAL cafétéria et boutique	6000	28000	28000
TOTAL PRODUITS FONCTIONNEMENT	16800	51900	65400

Annexe IV. Dépouillement du questionnaire aux classes de 10^e année Harmos

Dépouillement des questionnaires des visites de classes de 10e année 2015 sur la question "Pour toi, qu'est ce qui manque à la Bibliothèque ?"			
réponse	Nb	%	quelques commentaires d'élèves
TOTAL DES REPONSES	432	100.00%	
PAS DE REPONSE / RIEN	308	71.29%	
pas de réponse	50		c'est trop personnel
rien	168		je trouve que c'est bien aménagé et que c'est reposant / pour moi on trouve presque tout / rien parce que c'est cool / vous avez pensé à tout / c'est bien comme ça / j'adore, c'est parfait / c'est le top
ne sais pas / je ne connais pas encore la bibliothèque / n'y vais pas / n'y suis encore jamais allé	90		
ESPACES / LIEUX (Places)	16	3.70%	
un espace cinéma	4		un petit cinéma pour voir des films cultes, des séries
un espace de lecture	2		avec des fauteuils autre que la cafétéria ou les tables
un coin libre	1		
des canapés	2		
des tables, plus de tables	4		
un endroit avec des ordis à disposition	1		
salle de jeux vidéos	2		
SERVICES (Products)	17	4.00%	
consoles de jeux vidéo	12		
ordinateurs	2		plus d'ordinateurs à disposition
télévisions pour regarder des films	2		
prêt des ouvrages est trop long	1		
PRIX (Price)			
PROGRAMMATION (Products)	4	1.00%	
des activités	1		
de l'animation	1		
des suggestions affichées par thèmes (bons livres, livres récents), propres commentaires	1		
thèmes conseillés à la demande selon ce qu'on a lu récemment	1		
INSTALLATIONS / SERVICES GENERAUX (Facilities)	9	2.00%	
boissons et nourriture	6		des pâtisseries, à manger / c'est bien quand tu lis et y'a la nourriture ou à boire à côté / espaces pour manger / des petites pâtisseries vers le distributeur à
horaires d'ouverture sont trop courts	2		
de la couleur	1		
COLLECTIONS (Products)	77	18.00%	
jeux	9	12.00%	
jeux vidéo PC, PS4, PS 3, Wii, plus de jeux vidéo	9		
mangas & BD	16	21.00%	
mangas, plus de mangas, plus de sortes de mangas	14		il n'y a pas assez de mangas
bandes dessinées	1		
plus de BD adaptées à notre âge (13-15 ans)	1		
films	11	14.30%	
films, plus de films, plus de films comiques	7		beaucoup de nouveaux films

films d'horreur	1	
quelques films en plus	1	
films sur les sports, le foot	2	
musique	5	6.50%
des CD	1	
de la musique	2	
albums de chanteurs contemporains	1	
albums de rappeurs	1	
livres	36	46.70%
nouveautés en livres et DVD, plus de livres modernes, qui viennent de sortir	5	beaucoup de nouveaux livres
		il faudrait plus de livres qui ont du succès sinon une personne qui voudrait un livre ne pourra pas forcément le prendre car il a déjà été emprunté
plusieurs fois le même livre	2	
livres pour ados, plus de livres pour ados	2	vous pouvez vous inspirer de "Wattpad", ils ont des livres vraiment intéressants
la quantité de livres sur les rayons, le choix	1	
livres plus intéressants	1	je trouve qu'il n'y a pas des livres plus intéressants
livres interactifs	1	
livres de citations	1	
livres de recettes	1	
livres de braquages	2	
livres sur les animaux, chiens, dressage	1	
guiness des records	1	
livres sur le football	2	
livres sur les sports, biographies de sportifs	2	
livres avec des histoires américaines, comme dans les films	1	
livres sur les jeux vidéos	1	
livres sur la mode	1	
livres sur chanteurs d'Amérique, les stars	2	
livres de routiers (camions)	1	
livres sur les métiers	1	ceux que l'on trouve expliquent brièvement les métiers
histoires sur les égyptiens	1	
romans avec des animaux	1	
plus de Max et Lili	1	
plus de livres en anglais	1	
plus de livres à découvrir, plus de séries	1	
moins de politique ou de trucs du monde	1	
"Paper Town" (livre)	1	
magazines	1	0.23%
plus de magazines	1	

Dépouillement des questionnaires des visites de classes de 10e année 2016 sur la question "Pour toi, qu'est ce qui manque à la Bibliothèque ?"			
réponse	Nb	%	commentaires des élèves
TOTAL DES REPONSES	400	100.00%	
PAS DE REPONSE / RIEN	238	59.50%	
pas de réponse	58		
rien	94		je trouve qu'il a y tout le nécessaire / pour le moment ça va bien comme ça / j'ai à peu près toujours trouvé ce que je voulais / il y a tout ce que j'aime / la biblio est déjà assez complète / je l'aime bien comme elle est / pour moi il y a tout / c'est très bien / c'est parfait / j'adore cet endroit, je le trouve parfait
ne sais pas	61		j'y vais pour faire mes devoirs / j'y vais rarement / car chaque fois que je demandais un livres, ils avaient toujours ce que je demandais
je ne connais pas encore la bibliothèque	19		
je ne vais pas à la bibliothèque	2		
tout	3		
tout ce qu'il n'y a pas	1		
ESPACES / LIEUX (Places)	33	8.25%	
un espace cinéma	12		avec des poufs ou des fauteuils, écran avec des canapés / avec des coussins / avec des coussins géants (poufs)
un espace de lecture	12		
un espace pour mettre de la musique et danser	2		
coin où on peut à la fois travailler et discuter (avec wifi)	1		
un endroit où personne ne parle, où c'est calme, et un endroit où vous vendriez à manger (distributeur)	1		
un coin avec des jeux et des consoles pour les essayer	1		
du confort, je trouve qu'il n'y a pas assez de place où l'on peut se mettre à l'aise	1		
plus de chaises et bancs pour s'asseoir	1		
un jacuzzi	1		
un cybercafé	1		
SERVICES (Products)	17	4.25%	
consoles de jeux vidéo	8		pour essayer les jeux avant de les emprunter
wifi	3		pour rechercher des informations sur internet
plus de tablettes	1		
ordinateurs	2		
tablette où on note le nom du livre qu'on cherche et elle nous dit où il est	1		
prêt plus long	1		
prêt de livre à partir de 12 ans	1		14 ans c'est trop loin
PRIX (Price)	4	1.00%	
gratuité des DVD	2		
gratuité des CD	1		
carte gratuite	1		
PROGRAMMATION (Products)	4	1.00%	
présentateurs de livres	1		
plus d'interaction, jeux, etc	1		
dédicaces avec des auteurs, rencontres, exposés de livres, d'objets	1		
concours pour faire gagner des livres	1		par ex Harry Potter 8
INSTALLATIONS / SERVICES GENERAUX (Facilities)	5	5.25%	

boissons et nourriture, cafétéria, agrandir la cafétéria	16	
de bien ranger les livres	1	
un plan pour s'y retrouver	1	
une playstation, un McDonald, un wifi, une piscine avec plongeoir et une patinoire, un Denner	1	
de la modernité	2	
COLLECTIONS (Products)	83	20.75%
jeux	17	20.48%
jeux vidéo PC, PS4, PS 3, Wii	15	et autre trucs du genre
jeux pour les plus petits	1	pour leur faire découvrir le PC
jeux de livres sur l'ordi (?)	1	
mangas & BD	13	15.66%
mangas	9	
bandes dessinées	2	
plus de BD	2	
films	12	14.45%
films, plus de films récents, d'actualité	12	
musique	2	2.40%
de la musique	1	
chansons de manga	1	
livres	38	45.78%
nouveaux livres, romans récents, super cools, qui m'intéressent, modernes, qui viennent de sortir	8	
livres pour les 11/12 ans	1	
livres plus pour ados	1	et qui finissent par un baiser
livres intéressants	1	
livres de type scandale	1	
livres d'adultes	1	
livres sur les jeux vidéos	2	
livres sur l'histoire un peu plus moderne	1	
livres sur les films	1	
livres sur l'écologie	1	
livres sur la mode	1	
livres sur la 2e guerre mondiale	1	
livres expliquant les métiers	1	
livres de magie	2	
autobiographies	1	
plus de livre sur le sport	2	
plus de romans sur le moyen-âge	1	
plus de romans policiers	1	
livres en coréen	1	
livre portugais	1	
plus de livres dans d'autres langues	1	
plus de livres sur MLK	1	
plus de livres sur les stars	1	
plus de livres sur l'agriculture et le bucheronnage	1	
plus de livres de Simon Elkeles	1	
plus de Harry Potter et des gros livres	1	
livres comme Harry Potter	1	
"need for speed" (jeu vidéo)	1	
magazines	1	1.20%
plus de magazines	1	

Annexe V. Exemples de réalisations en image

Image 1: Coin jeux vidéo à la bibliothèque Mériadeck de Bordeaux, France

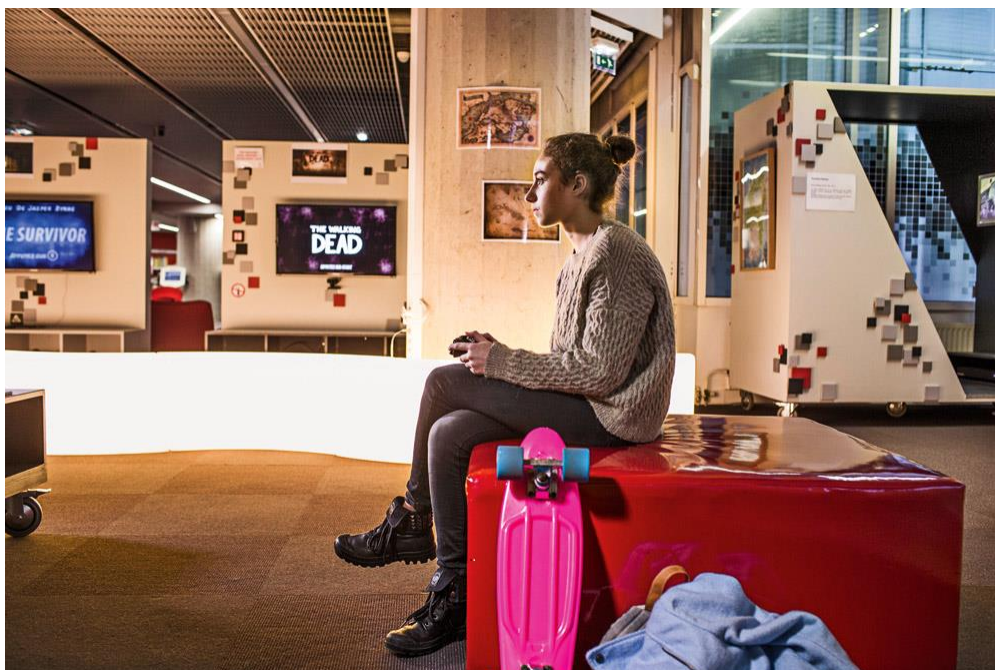


Image 2: Instruments de musique en prêt à la Free Library of Philadelphia, USA



Image 3: Consoles de jeu à la bibliothèque de Delft, Pays-Bas



Image 4: Fauteuils connectés à la DOK, Delft, Pays-Bas



Image 5: Fauteuils connectés à la Library 10, Helsinki, Finlande



Image 6: Espace Internet à Bibliothèque centrale de Rotterdam, Pays-Bas



Image 7: Restaurant de la Bibliothèque de Norwich, Norfolk, Royaume-Uni



Image 8: Coin rencontre extérieur de la Bibliothèque Louise Michèle, Paris 20^e, France

