

**L'association des amis de la
Bibliothèque de la Ville, chapitre deux**
Pistes pour développer le sociétariat et les soutiens

Thomas Sandoz

CAS « Promouvoir une institution culturelle »
Université de Neuchâtel, Faculté des lettres et sciences humaines,
Institut d'histoire de l'art et de muséologie IHAM
Février 2018

Synthèse du projet de recherche

L'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, fondée en 2007, a pour buts de soutenir les projets et manifestations culturelles de l'institution communale, de faire connaître ses activités et de veiller à son développement. L'AABV a ainsi rendu possible plusieurs publications, a accompagné des actions de promotions (par exemple la fabrication de sacs en coton) et a été en 2013 un pilier des festivités proposées pour marquer le 175^e anniversaire de la Bibliothèque de la Ville. Malgré cela, l'AABV reste méconnue des usagers. Peut-être trop modeste et discrète, l'AABV recèle pourtant un potentiel humain, relationnel et formel qui pourrait être davantage exploité.

Dans une période économique particulièrement difficile pour les Montagnes neuchâteloises, et dans un contexte de bouleversement profond des missions traditionnelles des bibliothèques publiques, le moment est peut-être venu de penser à des solutions qui permettraient à l'AABV de soutenir plus fortement encore les actions culturelles et patrimoniales qu'elle approuve, d'accroître sa visibilité, de s'engager de manière nouvelle dans le développement de projets valorisant la Bibliothèque, ses collections, ses outils, ses espaces, et les compétences des professionnels qu'elle emploie.

Cela implique une réflexion sans concession sur ses buts, son *membership* (quel intérêt à être membre ?), ses partenariats (locaux, régionaux, nationaux), ses méthodes de levée de fonds classiques (Loterie romande, fondations...), contemporaines (WeMakelt...), mais aussi originales (enchères, tombolas, soirées VIP, ateliers, boutique...), et ainsi de suite.

Le présent travail se propose d'imaginer à quoi pourrait ressembler, tant sur le fond que sur la forme, le deuxième chapitre de l'histoire de l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville.

Nota bene

Ce travail a été entièrement réalisé en dehors de mon mandat de médiateur culturel (20 %) pour la Bibliothèque de la Ville. Il s'agit d'une démarche indépendante et personnelle, et non pas d'une demande de l'institution ou de l'Association, même indirecte. Les propos qui suivent (observations et suggestions) n'engagent donc que moi.

Le Président de l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville a accepté que je prenne l'AABV comme sujet de Mémoire et a évoqué cette entreprise avec le Comité. Le Directeur de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds a été également informé. L'accès aux procès-verbaux m'a été facilité par le secrétariat de la Bibliothèque de la Ville. Que chacun soit remercié de l'accueil positif qu'il a réservé à ce projet de recherche.

Février 2018



PREMIÈRE PARTIE

1. Introduction : une Bibliothèque communale et ses amis

1.1. La problématique

La Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds est au service de la population depuis 180 ans. Elle est aujourd'hui une véritable « plurithèque » qui met à disposition du plus grand nombre un vaste choix de documents de diverse nature. Si les ouvrages imprimés restent par tradition au cœur de l'institution, celle-ci propose également aux usagers des disques, des revues, des films, des ressources numériques et depuis quelques années des jeux vidéo pour console. Chaque offre se décline sous différents aspects – « livres » veut dire aussi livres sonores, en gros caractères, en langues étrangères, etc. ; « disques » veut dire DVD de concerts, partitions, vinyles, littérature spécialisée, etc. ; « revues » englobe la presse quotidienne sur divers supports, magazines généralistes et spécifiques, collections d'éditeurs, etc. ; « ressources numériques » signifie aussi accès à internet, revues en ligne, etc. En chiffres, la Bibliothèque compte environ 7'000 usagers actifs¹ et prête 285'000 documents par année². Une trentaine de collaboratrices et collaborateurs fixes se partagent une vingtaine de postes de travail³.

Parallèlement à son offre destinée au grand public, la Bibliothèque de la Ville poursuit des missions patrimoniales — divers fonds spéciaux, accueil et valorisation de dons ou legs. L'institution sise au cœur de la Ville de La Chaux-de-Fonds héberge également le



La Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds [SP]

Département audiovisuel dont la tâche, sur mandat cantonal, consiste à conserver et faire connaître les productions neuchâteloises d'images fixes et animées.

À cette offre variée et conséquente, la Bibliothèque adjoint encore des expositions (vitrines et cimaises) et des animations ponctuelles (rendez-vous littéraires, projections de films d'archives, conférences musicales).

Véritable « caverne d'Ali Baba » aux nombreuses richesses, la Bibliothèque de la Ville doit cependant tenir compte des nouvelles pratiques culturelles du public. Si certains secteurs sont en pleine croissance, à l'image du prêt de jeux vidéo pour console pour lequel l'institution a tenu un rôle précurseur en Suisse romande, d'autres départements pâtissent

¹ « La Bibliothèque bannit le plastique pour se faire des Amis », hebdomadaire A+, 24 août 2017, p.15

² HUMAIR (2015)

³ En 2016, 36 personnes pour 19.85 *ept*. Rapport de la Commission de la Bibliothèque, Exercice 2016

des changements d'habitudes. C'est par exemple le cas du secteur des disques audio, pour le moins « bousculé » par la progression rapide du streaming⁴.

En tant qu'institution communale, la Bibliothèque a par ailleurs été touchée par les crises économiques successives que la Ville de La Chaux-de-Fonds a connues ces dernières années. Son développement ou sa présence dans la cité en ont assurément pâti.

Peut-on résister aux tendances lourdes — possible désaffection des lieux culturels traditionnels — et conjoncturelles — manques de ressources financières et humaines ?

L'auteur de ces lignes estime qu'il vaut la peine d'essayer. Et qu'un « outil » pour y parvenir pourrait être l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville, née formellement il y a dix ans dans le but d'appuyer les activités de l'institution, de soutenir ses manifestations publiques et de l'accompagner autant que faire se peut dans ses missions culturelles et patrimoniales.

Dans la continuité du travail précieux effectué ces dernières années par son Comité, son Secrétariat et ses membres actifs, il conviendrait de renforcer l'engagement de l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville afin qu'elle reste une véritable interface entre l'institution et le grand public. Évaluer cette simple idée à l'aune de certains outils actuels du management culturel constitue la colonne vertébrale de la présente réflexion.

La première partie du présent mémoire dresse un état des lieux à partir de documents imprimés – principalement les procès-verbaux de l'AABV – ainsi que d'éléments recueillis de vive voix ou issus de l'expérience personnelle de l'auteur. Une deuxième partie, courte, sert de bascule vers une troisième partie plus théorique et exploratoire. Ces trois parties figurent par la bande trois temps, l'avant, le maintenant et l'avenir.

2. Une brève histoire de l'AABV

2.1. Les quatre buts principaux de l'AABV (à partir des PV)⁵

L'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville est fondée le 3 octobre 2007.

Elle se donne quatre buts principaux :

- faire connaître les objectifs et les activités de la Bibliothèque de la Ville ;
- soutenir ses projets et ses manifestations culturelles ;
- aider l'institution dans l'accomplissement de ses tâches culturelles et patrimoniales ;
- participer à la vie culturelle de la Ville et de la région.

⁴ EMMENEGGER (2017)

⁵ Pour faciliter la lecture, les éventuelles coquilles orthographiques des citations ont été corrigées. Dans le même désir de fluidité, les acronymes ou noms propres (LoRo, LORO, Loterie Romande, Loterie romande...) ont été unifiés.

L'article 3 décrivant les activités de l'Association complète les buts énoncés à l'article 2 en soulignant que l'association s'efforcera de favoriser le rayonnement de la Bibliothèque de la Ville, de rechercher les fonds destinés à financer lesdits projets et manifestations culturelles, bref, de concourir au développement de l'institution.

Elle est en ce sens proche de sa consœur du bas du Canton née une année auparavant, l'Association des amis de la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel, qui a également « [...] pour but statutaire de favoriser le développement et le rayonnement de l'institution, de soutenir ses activités [...] » et, différence notable avec l'AABV, « [...] de participer à l'acquisition de livres ou de manuscrits exceptionnels dont le coût dépasse les possibilités financières de la Bibliothèque. »⁶

Dès la première séance de comité réuni autour de Christian Geiser, président, se pose la question de la séparation des tâches entre la Bibliothèque et l'association :

« Après une discussion animée autour des projets, quelques points ressortent en particulier : Est-ce à l'association de chercher des fonds pour l'infrastructure ou de payer du personnel extérieur pour permettre l'avancement des projets ? Pour le moment, le comité n'entre pas en matière sur ces sujets. »

L'Association doit trouver une ligne directrice qui répondrait aux critères suivants :

- De quels moyens peut-on disposer ?
- Quelle est l'urgence (interne) des projets à soutenir ?
- Quels liens avec l'extérieur ces projets supposent-ils ?

Il ressort de l'échange que l'AABV doit s'attacher à un projet plus modeste pour une première approche avec le public et pouvoir sans attendre démarcher les potentiels donateurs.

Cette appréciation éclaire déjà le rôle d'intermédiaire que l'AABV va, de manière très naturelle, endosser les années suivantes. Nul doute qu'une « association d'amis » liée à une institution publique a comme fonction première d'aller chercher l'argent là où un organisme public ne peut pas aller, à commencer par la Loterie romande. L'AABV n'agit en ce sens pas différemment que nombre d'autres associations initiées en Romandie dans le but de déposer des dossiers formellement recevables par les Commissions cantonales de répartition du bénéfice de la Loterie romande, qui ne reconnaissent, sauf rares exceptions, que les associations et les fondations.

Être au service de l'institution pour, en toute transparence, l'aider à financer certains projets d'envergure n'est en aucun cas se substituer à cette institution, ou prendre en charge ses tâches usuelles. D'où la réserve du Comité. Cet axe ne variera pas au cours des années.

⁶ Page de présentation de l'Association sur le site de la BPUN, www.bpun.ch

2.2. Statuts et logos

Si le fond est évoqué, la forme n'a pas moins d'importance. Très vite, l'AABV se donne une image extérieure grâce à un logotype d'une grande esthétique. Ce logo, validé par le Comité lors de sa première séance⁷, sera présent sur l'ensemble de la papeterie imprimée.



Quant au plan comptable, il s'inspire vraisemblablement, comme les statuts, de « modèles » que l'on peut retrouver dans les archives — Bibliothèque des Jeunes, Poly-Sport-Morat, Chronometrophilia — Association suisse pour l'histoire de la mesure du temps, Association des Amis de Bernard Campiche Éditeur, Association pour l'histoire du livre et de la lecture en Suisse romande.

2.3. Séances et Assemblées générales

Le cadre étant fixé, l'AABV peut passer à l'action. Au cours de ses dix premières années, l'AABV va s'engager pour de nombreux projets. Son Comité va se réunir en moyenne 4 à 5 fois par année (46 séances totalisées en septembre 2017). Des orientations d'ensemble y sont discutées, des dossiers évalués et des questions particulières débattues. Des groupes de travail vont être initiés pour suivre de manière circonstanciée les affaires les plus importantes. À l'exception d'une consultation des membres du Comité par courriel⁸, toutes les décisions sont prises lors des séances, au risque de prolonger le traitement des dossiers.

Les membres (une septantaine en 2017, une soixantaine en 2009) de l'Association auront, outre lors de l'Assemblée générale, l'occasion de se réunir en toute convivialité à la faveur de « sorties » organisées dans des lieux culturels en lien avec le monde des bibliothèques [ci-après 5.1.1].

Toutes ces initiatives font écho aux quatre buts énoncés dans les statuts.

3. Aider l'institution dans l'accomplissement de ses tâches culturelles et patrimoniales

3.1. Un premier chantier comme étalon

Le premier dossier sur lequel l'AABV va plancher est la valorisation d'un fonds de 2000 dessins du peintre et sculpteur Charles L'Eplattenier (1874-1946), une collection acquise par achat en 1974. Projet idéal s'il en est puisqu'il est profitable à la Bibliothèque, qu'il peut avoir un impact public et qu'il est susceptible de tisser des liens forts avec d'autres institutions.

⁷ Procès-verbal n°2 de la séance du Comité du 19 février 2008

⁸ Procès-verbal n°35 de la séance du Comité du 16 février 2015

Le chantier, qui prévoit notamment un inventaire et la numérisation de la collection, démarre sous les meilleurs auspices. Conscients de l'importance du dossier, le Comité de l'AABV accueille lors d'une séance des partenaires de choix, le Musée d'histoire représenté par sa directrice, le Musée des Beaux-Arts, représenté de même par sa directrice, ainsi qu'une chercheuse spécialiste de l'Art Nouveau, mouvement artistique auquel se rattache Charles L'Eplattenier.

Il faut reconnaître qu'on se trouve assez loin, comme l'envisageait le Comité lors de sa première séance, d'un projet « [...] modeste pour une première approche avec le public, afin de pouvoir également démarcher les entreprises. »⁹ Dès lors, l'enthousiasme et la prudence se partagent la parole. Les relations avec la Ville, partenaire principal, sont discutées. On évoque des liens avec le Musée d'Orsay à Paris tout en admettant qu'il sera difficile d'éditer un catalogue raisonné des œuvres dans les délais prévus — il est question à ce moment de 2014.

L'AABV n'a pas encore de ressources financières, sinon un don de la Bibliothèque de la Ville en guise d'aide au démarrage. Elle va s'activer de son mieux pour accompagner cette entreprise.

Lors de la séance du 3 février 2009, les membres du Comité sont informés que la grande exposition Charles L'Eplattenier n'est plus d'actualité. Toute l'attention du Conseil Communal, principal bailleur de fonds, se dirige désormais sur un autre projet d'envergure initié avec les mêmes partenaires, projet portant le titre de travail de « Le Corbusier 2012 — Le voyage d'Orient ».

Si cette première initiative n'aboutit pas sous la forme espérée, elle aura donné à l'AABV l'occasion de fourbir ses armes, de se faire connaître dans les milieux culturels locaux et de se confronter à un cas particulièrement complexe. Une expérience qui va assurément la servir par la suite.

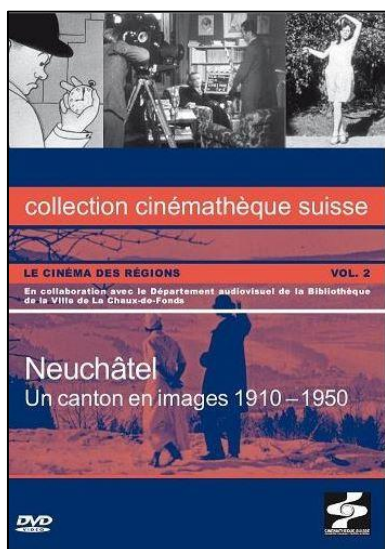
3.2. Le premier DVD du DAV

Un autre exemple d'une action d'importance de l'AABV pour l'enrichissement et la valorisation du patrimoine de la Bibliothèque est sa contribution à la réalisation par le Département audiovisuel (DAV) d'un premier DVD d'images animées. En résumé, l'idée est de proposer, parallèlement à la Filmographie neuchâteloise, un DVD substantiel, « Neuchâtel, un Canton en image 1910-1950 ». « Il s'agit de réunir un corpus de films et de refondre les textes pour le livret d'accompagnement. [...] La Cinémathèque suisse s'engage dans ce projet. Il faut compter entamer une recherche de CHF 25'000.00. »¹⁰

⁹ Procès-verbal n°2 de la séance du Comité du 19 février 2008

¹⁰ Procès-verbal n°7 de la séance du Comité du 3 février 2009

Le budget de cette entreprise pionnière de recensement du patrimoine cinématographique neuchâtelois tourne autour des 40'000.-. La Bibliothèque de la Ville met 10'000.- à disposition et renonce aux droits d'auteur (valeur de 26'000.-)¹¹. Sollicitée, la Loterie romande va donner 15'000.-, et d'autres institutions (via le DAV) également contribuer généreusement, si bien que le dossier est considéré comme clos avant même la conférence de presse organisée le 23 octobre 2009 pour annoncer la publication du DVD.



Le Comité décide d'accorder aux membres à un prix de faveur, 15.- au lieu de 30.-, par souscription. La recette de ces ventes ira dans les comptes de l'AABV¹². L'intérêt et la qualité du document vont tout autant concourir à son succès : 400 ventes par le diffuseur, 100 par la Bibliothèque de la Ville et 70 par la Cinémathèque¹³ !

3.3. Obstacles

Si l'association parvient à clore avec succès un grand nombre d'actions, elle doit aussi, à l'occasion, faire le poing dans sa poche. Fin 2010, par exemple, en raison d'orientations nouvelles prises sur des dossiers menés en partenariat (L'Eplattenier, Le Corbusier), elle se trouve dans une situation insolite : « 2011 : aucun projet n'est prévu pour l'année prochaine. Réfléchir d'ici à la prochaine séance si une demande peut être formulée à la LoRo pour 2011. »¹⁴

Il lui arrivera également de devoir abandonner une idée, à l'image de la numérisation de la revue *La Sentinelle* (1890-1964). « Ce journal est actuellement microfilmé. Il est très demandé et ce serait souhaitable de le mettre à disposition du public par numérisation. »¹⁵ La Bibliothèque de la Ville verserait 80'000.- sur deux ans, la Bibliothèque nationale assumerait 20 % des coûts, soit 34'000.-. Estimant qu'il s'agit là d'un bon projet, l'AABV entre en matière et prie la Bibliothèque de la Ville de bien vouloir réaliser un dossier détaillé pour la LoRo¹⁶. 71'000.- sont en jeu.

Malheureusement pour l'AABV, la réponse de la Loterie romande sera négative. Ses critères d'attribution des dons évoluent et elle a décidé de ne plus participer à des numérisations, trop coûteuses et en nombre croissant¹⁷. Le directeur de la Bibliothèque « [...] fait remarquer

¹¹ Procès-verbal n°8 de la séance du Comité du 5 mai 2009

¹² Procès-verbal n°9 de la séance du Comité du 1^{er} septembre 2009

¹³ Procès-verbal n°10 de la séance du Comité du 1^{er} décembre 2009

¹⁴ Procès-verbal n°15 de la séance du Comité du 23 novembre 2010

¹⁵ Procès-verbal n°30 de la séance du Comité du 26 août 2013

¹⁶ Procès-verbal n°31 de la séance du Comité du 29 octobre 2013

¹⁷ Procès-verbal n°32 de la séance du Comité du 28 avril 2014

que si la numérisation du patrimoine culturel neuchâtelois n'est plus prise en compte par la Loterie romande, cela amenuise les possibilités de demande de soutien. »¹⁸

4. Soutenir les projets et les manifestations culturelles de la Bibliothèque

4.1. Bibliothèques vivantes

Comme ses consœurs, la Bibliothèque de la Ville propose au public régulièrement des rendez-vous au croisement de la valorisation de ses collections, de la formation et du divertissement. On peut citer, pour illustrations récentes, les rendez-vous littéraires (Prix Suisse de littérature, Croissants littéraires...), les rendez-vous musicaux (Rencontres musicales de la Bibliothèque, lectures en musique, vernissages de disques, mini-concerts...), les présentations de livres et autres documents (Les Coups de cœur des bibliothécaires, Salon des Coups de cœur des bibliothécaires), les *events* (Double mine, création texte et images sous le regard du public), les expositions dans les vitrines et aux cimaises, et ainsi de suite.

Le soutien aux animations proposées par la Bibliothèque dans ses murs ou en dehors est précisément un domaine privilégié par l'AABV. Il l'est d'autant plus que la Bibliothèque de la Ville défend avec vigueur le libre-accès à ses services. L'inscription à la Bibliothèque de la Ville est gratuite, tout comme l'est l'emprunt d'ouvrages. Une modeste location est demandée pour les CD et DVD, rétrocédées selon les conventions en usage (via Prolitteris qui centralise les redevances des bibliothèques) aux sociétés de gestion des droits d'auteur Suisa ou SSA. Par ailleurs, la Bibliothèque a tenu jusqu'à maintenant à offrir les animations qu'elle proposait au public. À l'heure actuelle, l'AABV ou la Bibliothèque ne peuvent donc pas, afin de financer leurs projets, agir comme d'autres institutions en modulant, par exemple, le prix d'accès ou de l'abonnement. De fait, les solutions doivent être trouvées à l'extérieur.

4.2. L'exemple du 175^e anniversaire

En 2013, la Bibliothèque de la Ville fête son 175^e anniversaire. De très nombreuses actions sont menées à cette occasion, pour différents publics, *intra-muros* et *extra-muros*, ponctuelles ou inscrites dans la durée, érudites ou volontairement populaires, articulées autour de trois axes. « Il s'agi[t] de retracer l'histoire de l'institution au travers d'une publication (axe éditorial), organiser un colloque scientifique sur le devenir des bibliothèques (axe académique) et offrir une série d'animations et d'expositions (axe culturel). »¹⁹

Véritable courroie d'entraînement, l'AABV va jouer un rôle décisif en trouvant l'essentiel du financement d'un nombre important de réalisations. Un groupe de travail va être formé

¹⁸ Procès-verbal n°34-de la séance du Comité du 10 novembre 2014

¹⁹ Rapport de la Commission de la Bibliothèque, Exercice 2013

longtemps avant les festivités, en 2010 déjà. Des demandes de soutien vont être adressées à un cercle de mécènes et de partenaires plus large que jamais auparavant, selon un principe cardinal : associer à chaque activité un donateur principal. Dans la liste des donateurs potentiels évoqués par les membres figurent les noms de Viteos (distribution d'énergies), du Bureau du contrôle des métaux précieux (un particularisme chaud-fonnier lié à l'industrie horlogère), du Commerce indépendant de détail (CID), de l'association Vivre La Chaux-de-Fonds, des Cafés La Semeuse, de l'entreprise VAC, de Nationale Suisse Assurance, de Dubois architectes, de Clientis, de Stila, de la Fondation Jan Michalski pour l'écriture et la littérature, de la Fondation Ernst Göhner, de l'Association Industrielle et Patronale... Le Comité va même plus loin : « 5. Recueil des suggestions de sponsoring. [X] propose de faire circuler un livre d'or pour récolter des fonds. Il faut rédiger un texte explicatif et mentionner les événements susceptibles d'être soutenus par cette récolte. Cette solution permet d'obtenir des fonds de plus petits donateurs, de faire connaître les manifestations et de distribuer l'argent là où c'est nécessaire. »²⁰

Le programme prend corps avec assurance, même si quelques difficultés pratiques se font jour. « Le décalage entre les séances du comité de l'AABV et le sous-groupe de travail est soulevé. Des décisions sont parfois prises en séances de travail après avoir mesuré la faisabilité des événements. Le sous-groupe souhaite le soutien du comité de l'AABV. » L'engagement par la Bibliothèque de la Ville d'un délégué culturel à temps partiel [voir ci-après 12.2] qui, avec l'appui du Secrétariat, est amené à intervenir sur ce dossier déjà fort ramifié, ajoute un degré de complexification dans la conduite des opérations (du leur choix à leur réalisation).

Au fil des semaines, le programme gagne de l'ampleur – aux rendez-vous planifiés de longue date s'ajoutent par exemple une distribution de gâteaux mille-feuilles à la population le 17 mai (17.5., 175), un discours d'Helvetus IV, Roi de Suisse, un concert le jour de la Fête de la musique d'une chorale éphémère constituée de bibliothécaires, un concours littéraire pour



« Et je dis non non à Oui-Oui ! » Discours d'Helvetus IV, Roi de Suisse, 17 mai 2013 [BV]

les moins de vingt ans, des rencontres dans les écoles, l'élaboration d'une soirée festive réunissant toutes les personnes ayant un lien fort avec l'institution – et ainsi de suite.

La première séance du Comité de l'année 2013 est l'occasion de fêter une nouvelle des plus réjouissantes : « Les montants récoltés à ce jour permettent de lancer les manifestations sans soucis financiers majeurs. »²¹ Ce ne sont pas loin de 20'000.- qui ont été collectés grâce au Livre d'or²² !

²⁰ Procès-verbal n°23 de la séance du Comité du 27 mars 2012

²¹ Procès-verbal n°27 de la séance du Comité du 14 janvier 2013

²² Procès-verbal n°29 de la séance du Comité du 2 juillet 2013

Mieux encore, l'opération fera apparaître un solde positif : « À noter que la BV a utilisé son propre budget pour financer une bonne partie des animations. Un solde de CHF 57'139.55 reste donc disponible à l'AABV. »²³ Après derniers décomptes, il restera 36'000.- pour soutenir de nouveaux projets. Un résultat on ne peut plus réjouissant pour l'Association.

5. Participer à la vie culturelle de la Ville et de la région

5.1. Une association qui compte sur ses membres

Bien que sa charge prépondérante soit la quête d'argent nécessaire à la conduite de projets d'envergure, l'AABV a aussi la volonté de réunir des personnes concernées par ce que l'institution représente du point de vue culturel pour les citoyens. Comme l'écrit son président Christian Geiser dans la postface de l'ouvrage publié en marge du 175^e anniversaire de la Bibliothèque de la Ville, « D'autres motifs, ceux-ci de nature sociale, menaient au même impératif de créer une association de soutien à la Bibliothèque. Effectivement, une institution culturelle ne saurait être totalement détachée du milieu où elle déploie ses activités, à plus forte raison si elle est une institution dépendant de la collectivité publique. Le concours de la société civile à son rayonnement se révèle hautement souhaitable. »²⁴

L'AABV se refuse à n'être qu'une coquille formelle vide. Aussi la nécessité de trouver des membres va-t-elle occuper le Comité dès les premières séances. Plusieurs pistes sont suivies. Beaucoup d'espoirs sont fondés sur des *mailing-lists*. « Il convient de s'approcher des autres sociétés ou associations d'amis des différents musées de la Ville de La Chaux-de-Fonds. »²⁵ La possibilité de glisser un bulletin d'adhésion dans un envoi du Club 44 (centre de culture et de conférences de réputation internationale²⁶) est évoquée.

D'autres idées sont exprimées, entre autres l'installation d'un tableau d'affichage à l'entrée de la Bibliothèque « [...] pour y mettre par exemple quelques photos de la sortie, le but et les projets de l'Association²⁷. » Cette « vitrine » verra le jour sous forme d'un fugace panneau illustré, vite oublié.

Une autre initiative mobilise l'attention : profiter de l'appel à cotisation pour « - Proposer aux membres de chercher 2 nouvelles adhésions par personne. Fixer l'échéance au 30 juin 2009 par exemple. »²⁸ Cette incitation est doublée lors de l'Assemblée générale du 5 mai 2009 : « [...] chacun des membres sera invité à susciter deux nouvelles adhésions dans l'année. »²⁹ L'opération ne donnera pas les fruits escomptés.

²³ Procès-verbal n°32 de la séance du Comité du 28 avril 2014

²⁴ GEISER Christian, « Postface », p. 22 », in BARRELET (2013)

²⁵ Procès-verbal n°5 de la séance du Comité du 15 septembre 2008

²⁶ www.club-44.ch

²⁷ Procès-verbal n°6 de la séance du Comité du 2 décembre 2008

²⁸ Procès-verbal n°6 de la séance du Comité du 2 décembre 2008

²⁹ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 5 mai 2009

Au final, l'AABV comprend une poignée de membres fortement actifs — le Comité et quelques personnes engagées dans l'organisation des sorties conviviales [ci-après 5.1.1] — et un grand nombre de membres dits inactifs — ils maintiennent leur cotisation, mais ne participent guère aux événements de la Bibliothèque de la Ville ou aux assemblées générales.

5.1.1. La sortie culturelle

Comme créer du lien tient à cœur du Comité de l'AABV, des visites de lieux culturels pertinents vont être proposées aux membres de l'association. En novembre 2008, la première « sortie » emmène une belle délégation de l'AABV à la Bibliothèque Nationale Suisse, une destination qui a tout son sens.

Le programme des excursions fait l'objet de belles discussions au sein du Comité : pourrions-nous aller à la Fondation Bodmer pour voir « Wagner ou l'opéra hors de soi » ? Ou à la Médiathèque de Sion, à la Fondation Gianadda à Martigny, au Kunstmuseum de Bâle, au Musée de Valère à Sion³⁰ ? « Un voyage pourrait être proposé aux membres à la Fondation Le Corbusier à Paris. »³¹ D'autres idées émergent : la Maison de l'écriture à Montricher, la Bibliothèque Pestalozzi à Yverdon, la Maison d'ailleurs à Yverdon, l'exposition Mordillo à St-Maurice, la RTS à Genève³²...

Malheureusement, les forces vives font défaut pour inscrire le rendez-vous automnal dans une systématique. Une membre s'en inquiète lors de l'Assemblée générale 2012 : il n'y a pas eu d'excursion des amis de la Bibliothèque en 2011. « Elle trouve ces sorties passionnantes et aurait du plaisir à renouveler cette expérience. »³³ Le président explique que le Comité a manqué de temps pour organiser cette sortie, mais que l'idée demeure.

Hélas, l'automne suivant, il faut à nouveau renoncer à la sortie des amis de la Bibliothèque de la Ville. « En effet, l'année a été très bousculée par la recherche de financements et la préparation du programme, ce qui a demandé passablement de temps et d'énergie. »³⁴

Si les membres ont pu se retrouver en 2013 à la Fondation Bodmer, le calendrier de l'année suivante est une fois encore amputé de la sortie automnale. « En 2014, vu la charge d'organisation qui pesait sur les responsables de la Bibliothèque, l'Association des amis n'a pas pu mettre sur pied sa traditionnelle sortie. »³⁵ Le président fait alors un appel lors de l'assemblée générale avec l'espoir que quelqu'un puisse s'occuper de cette organisation. Cela tombe bien : un membre



L'AABV visite la BN en novembre 2008 [BV]

³⁰ Procès-verbal n°30 de la séance du Comité du 26 août 2013

³¹ Procès-verbal n°29 de la séance du Comité du 2 juillet 2013

³² Procès-verbal n°29 de la séance du Comité du 2 juillet 2013

³³ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 2 mai 2012

³⁴ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 7 mai 2013

³⁵ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 4 mai 2015

« [...] a une réserve d'idées de visites pour les décennies à venir ! Il propose en passant le musée de l'Hospice du Grand-Saint-Bernard qui est d'une belle richesse historique et le reste du temple de Jupiter est à avoir également. On mange très bien au restaurant de l'hospice. »³⁶ Une autre membre de l'association se met aussi à disposition. Grâce à ce duo, les sorties automnales sont entre de bonnes mains.

Au fil des années, les membres se rendront au Musée Suisse du papier, de l'Écriture et de l'Impression à Bâle (2015), au Centre Gotthelf à Lützelflüh (2016) et au Musée botanique de Lausanne avec visite de la bibliothèque du musée (2017).

6. Faire connaître les objectifs et les activités de la Bibliothèque de la Ville

6.1. Vers une meilleure visibilité de l'institution

Toutes les actions entreprises par l'AABV servent d'une manière ou d'une autre à faire connaître la Bibliothèque de la Ville. En écho au premier point des statuts de l'association, qu'il s'agisse des publications imprimées, des DVDs d'images d'autrefois, des animations, toutes concourent à améliorer la visibilité de l'institution.

À titre d'exemples, deux réalisations significatives méritent d'être rapportées en quelques mots, d'une part le projet de valorisation et de promotion de la lecture « hors les murs », d'autre part l'opération « sac de coton ».

6.2. Exemple 1 – Bibli-eau-thèque

En décembre 2008, le directeur de la Bibliothèque « [...] présente un projet qui pourrait être une alternative au soutien de l'inventaire des dessins de Charles L'Eplattenier. Sur mandat de la Bibliothèque de la Ville, une étudiante a travaillé sur le projet "La Bibliothèque hors les murs". »³⁷ L'idée première est de mettre à disposition des livres et autres documents à la piscine durant quelques semaines au milieu des vacances d'été.

Le Comité se dit intéressé, mais demande des compléments d'information. Que se fait-il ailleurs ? Pourquoi ne pas d'emblée viser, par exemple, les grandes surfaces commerciales ? Et rappelle qu'un soutien de l'AABV doit être en cohérence avec ses buts statutaires : « Le comité trouve ce projet très intéressant et est favorable à une étude plus approfondie. Il aimerait que la distinction soit établie entre les



Bibli-eau-thèque, Les Mélèzes, 13.07. 2010 [BV]

³⁶ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 4 mai 2015

³⁷ Procès-verbal n°6 de la séance du Comité du 2 décembre 2008

tâches de la BV autrement dit celles qui doivent être assurées par la collectivité et celles qui pourraient être soutenues par l'Association. »³⁸

Bien que le succès soit au rendez-vous, cette action de proximité qui pouvait toucher un public moins familier des bibliothèques sera abandonnée après quelques éditions « [...] en raison de moyens financiers et humains restreints [...] »³⁹.

6.3. Exemple 2 – Des sacs en coton organique

En 2017 a été finalisée une opération tout à la fois utile et publicitaire : la réalisation de sacs en coton organique bio que les usagers de la Bibliothèque pourraient acheter pour y transporter, entre autres, les documents empruntés. L'idée est présentée au Comité en septembre 2016⁴⁰, au moment où un autre projet qui occupe passablement le Comité, à savoir la conception de films promotionnels destinés aux réseaux sociaux, connaît un certain ralentissement.



Sac en coton organique bio, 2017 [TS]

Une consultation à l'interne est lancée et un grand travail de comparaison avec des objets analogues est mené. « Comme l'AABV engage des fonds, elle souhaite que le sac ait une certaine allure au niveau du graphisme et que la confection soit de bonne facture. Ce travail doit être réalisé idéalement dans la région ou du moins en Suisse. »⁴¹ Le but est d'avoir un bel objet, éthique, qui remplisse son rôle promotionnel.

Il est convenu de faire appel aux compétences de l'École d'Arts Appliqués. La responsable de la Lecture publique et la secrétaire de la Bibliothèque de la Ville (et de l'AABV) rencontrent des enseignants en charge de la couture et du stylisme de l'EAA ainsi que leur directeur. Pour entrer en matière, l'EAA doit avoir un projet écrit, car « Ce projet doit permettre d'atteindre les objectifs scolaires comme la créativité et l'originalité. »⁴²

L'objet voit le jour au cours de l'année 2017. La question de sa mise en valeur se pose alors dans toute son acuité. Une séance spéciale du Comité est organisée pour réfléchir au *marketing* (le terme n'est pas utilisé) du sac. Point positif, « Tout le monde est d'accord que ce sac sera utilisé pour la promotion de la Bibliothèque. »⁴³

³⁸ Procès-verbal n°6 de la séance du Comité du 2 décembre 2008

³⁹ Rapport de la Commission de la Bibliothèque, Exercice 2015

⁴⁰ Procès-verbal n°41 de la séance du Comité du 5 septembre 2016

⁴¹ Procès-verbal n°42 de la séance du Comité du 7 novembre 2016

⁴² Procès-verbal n°42 de la séance du Comité du 7 novembre 2016

⁴³ Procès-verbal n°45 de la séance du Comité du 6 juin 2017

Diverses idées pour faire connaître le sac émergent, parfois convenues, parfois originales : rédiger des communiqués de presse, faire des actions sur le prix de vente, le montrer à la piscine, tenir un stand dans le mall du Centre commercial Métropole, faire une vitrine au lycée, approcher l'association 1000 mètres d'auteurs pour leur demander de porter un sac en bandoulière lors d'une de leur prochaine balade littéraire en ville...

L'idée de solliciter les librairies en fait naître une autre, celle de s'appuyer sur les commerçants locaux. Un membre du Comité fait remarquer que, dans ce cas, il faut déterminer si le sac est un produit en lui-même ou s'il met en avant la Bibliothèque.

Cette réflexion suscite une discussion capitale sur le sens de cette action. Le même membre du Comité rappelle que « Ce sac est un élément qui fait partie d'une politique de communication. »⁴⁴ C'est la première fois qu'apparaît dans les PV l'expression « politique de communication. »

Faire circuler l'image de l'institution hors les murs va de soi ; lancer un produit original, réutilisable, recyclable, de qualité, en vue de supprimer les sacs en plastique, comme le souligne le directeur de la Bibliothèque dans un entretien paru dans la presse locale, est un argument qui prend une importance nouvelle⁴⁵.

Dans tous les cas, un petit carton sera accroché pour signaler le soutien de l'AABV à la réalisation du sac. Un bulletin d'inscription sera également glissé à l'intérieur.

Le prix de vente occupe ensuite les esprits. Faut-il dans certains cas l'offrir ? Le vendre à moitié prix aux cinquante prochaines personnes qui prendront une carte de lecteur ? Quid des usagers fidèles ? Jusqu'où différencier les acheteurs potentiels ? Faut-il s'inspirer de ce qui est fait dans les musées ou avoir comme aune le coût de fabrication ?

Bref, même si « [...] gérer la rareté, mais ça devient un jeu très business, peu utile dans notre situation », un montage des prix est convenu. La Bibliothèque de la Ville (qui a pourtant déjà mis 2000.- dans l'opération) achètera 40 sacs qu'elle offrira à son personnel à des fins de visibilité. 3 sacs seront tirés au sort lors de prochaines visites de classes du Secondaire I. Pendant un certain temps, les nouveaux membres de l'AABV recevront un sac gratuitement.

La réalisation des sacs promotionnels illustre bien le rôle et l'utilité de l'AABV dans l'accompagnement d'un projet qui déborde des missions prioritaires de la Bibliothèque de la Ville, comme elle souligne aussi ses liens forts avec l'institution (implication importante des employés de la Bibliothèque de la Ville dans le développement et le suivi du dossier), avec d'autres entités (ici l'École d'Arts Appliqués) et avec le tissu social (volonté de fédérer des acteurs locaux).

⁴⁴ Procès-verbal n°45 de la séance du Comité du 6 juin 2017

⁴⁵ « La Bibliothèque bannit le plastique pour se faire des Amis », hebdomadaire A+, 24 août 2017, p.15

DEUXIÈME PARTIE

7. Constats

7.1. Dix ans déjà de bons et loyaux services

Voilà 10 ans que l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds soutient de manière décisive des actions permettant à l'institution dont elle est issue d'animer ses locaux, de publier des documents de référence et de rayonner au-delà des frontières régionales. La première partie du présent travail aura insisté sur quelques dossiers qui doivent beaucoup à l'AABV.

L'AABV pourrait-elle faire plus, faire mieux, faire différemment ? Devrait-elle le faire ?

Pour répondre à ce jeu de questions théoriques, il faut poser un regard tout à la fois reconnaissant sur ce qui a été fait et critique. Autrement dit, dans une visée constructive, il s'agira de reprendre différents éléments et de les jauger à l'aide de quelques outils issus du management culturel contemporain.

7.2. Forces et faiblesses de l'AABV : éléments d'analyse *swot*

Outil désormais classique du management culturel, l'analyse *swot* sert à déterminer les chances et les risques d'une entité spécifique. Elle permet ainsi d'établir une sorte de bilan partiel à partir duquel peuvent être décidées des stratégies propres à l'institution — ici, par exemple, l'ambition d'augmenter le nombre de membres, d'accroître le volume des dons, d'améliorer la visibilité de l'AABV⁴⁶.

Forces	Faiblesses
Fort engagement des membres du comité Assise institutionnelle Secrétariat performant Réseau de membres actifs Légitimité auprès des soutiens	Déficit de visibilité <i>Fundraising</i> classique <i>Membership</i> insuffisant Manque de forces vives Inexistence sur les réseaux sociaux
Opportunités	Menaces
Collaborations (Club 44, musées, sociétés bibliophiles, librairies...) Bénévolat Forces vives de la Bibliothèque (employés, mandataires, civilistes)	Confusion avec les missions de la BV Annexion (volontaire ou involontaire) par la BV Désintérêt du public Indifférence des professionnels de la BV Principe de précaution ou excès de prudence

⁴⁶ Cette analyse porte toutefois sur l'AABV, et non sur la Bibliothèque de la Ville.



7.3. Quelques menaces sur l'action de l'AABV

Si l'on en croit les procès-verbaux, et avec toutes les réserves qui s'imposent, nombre de séances de Comité semblent engendrer un foisonnement d'idées généreuses cadré par l'administration rigoureuse de tâches en général réalisées par la Direction ou le secrétariat de la Bibliothèque de la Ville — rapports, dossiers, budgets, comptabilité, contacts. Toutefois, mais sans doute est-ce surinterpréter ce que les procès-verbaux synthétisent et qui, bien entendu, ne sont qu'une fraction de l'histoire, le lecteur de ces « traces » peut avoir le sentiment que la Bibliothèque de la Ville et l'AABV fonctionnent sur le mode de la fratrie plutôt que sur celui du couple. À l'occasion d'une discussion vive concernant un projet ambitieux de mise en valeur d'un fonds de « machines sonores », un membre du Comité demande par exemple « Jusqu'où la BV est-elle prête à s'engager ? »⁴⁷, une formulation qui laisse entendre une sorte de rivalité — heureusement formelle, et non de fond — entre les deux instances.

Le risque de mécompréhension du rôle des uns et des autres est une menace qu'il faut prendre au sérieux. Autre exemple : en 2014, le directeur de la Bibliothèque présente le projet d'une « Enquête photographique » sur le modèle de ce qui se fait dans les Cantons du Valais et de Fribourg. Si l'idée séduit, le Comité relève que le Département audiovisuel auquel cette entreprise serait associée a une mission cantonale. La convention signée avec le Canton donne un certain nombre de missions à la Bibliothèque de la Ville, mais l'AABV se profile sur d'autres axes d'activités⁴⁸. Le Président de l'AABV est favorable, mais n'oublie pas que d'autres activités culturelles méritent également un coup de pouce⁴⁹. L'AABV pourrait certes fonctionner pour initier l'enquête, mais ne souhaite pas s'engager de manière durable. Il serait dommage que l'AABV se focalise sur ce dossier au long cours et vraisemblablement récurrent⁵⁰. Une solution serait-elle de créer une association *ad hoc* pour ce projet ?

Nonobstant ces réflexions, l'« Enquête photographique » prend son envol : un jury est constitué, un calendrier convenu et des demandes d'aide formulées. « Les photos doivent être livrées en septembre 2015. L'AABV aimerait voir le contenu du règlement de l'enquête. [...] [Le président] demande que le comité de l'Enquête photographique soumette ses décisions et fournisse de la matière afin de se déterminer. »⁵¹ En clair, l'AABV ne veut pas du simple rôle de porte-monnaie.

Depuis sa naissance, l'AABV veille à juste titre sur son indépendance, mais est foncièrement liée au secrétariat, partant à la Direction de la Bibliothèque de la Ville. Ou, vu dans le miroir,

⁴⁷ Procès-verbal n°46 de la séance du Comité du 4 septembre

⁴⁸ Procès-verbal n°27 de la séance du Comité du 14 janvier 2013

⁴⁹ Procès-verbal n°28 de la séance du Comité du 7 mai 2013

⁵⁰ Procès-verbal n°28 de la séance du Comité du 7 mai 2013

⁵¹ Procès-verbal n°33 de la séance du Comité du 25 août 2014



la Bibliothèque de la Ville a besoin de l'AABV pour obtenir des fonds particuliers, et lui fournit des moyens (secrétariat) de remplir sa mission statutaire, mais ne semble pas toujours considérer l'AABV comme un partenaire « éclairé » — qu'elle ne peut pas être en absolu, puisqu'elle n'a jamais tous les savoirs nécessaires (état des collections, budgets, programmation actuelle ou en projet de la médiation culturelle, compétences spécifiques des professionnels de la Bibliothèque de la Ville, etc.).

Cette communication parfois compliquée peut également être lue comme une « menace » au bon fonctionnement de l'AABV. Elle est aussi un frein à son action, par exemple lorsque des membres offrent de leur temps précieux pour chercher des informations (mécènes, contacts, procédures) que le secrétariat ou la médiation culturelle, du fait de leur travail au quotidien, ont déjà en leur possession.

7.4. Deux autres options possibles : croissance ou allègement

L'AABV existe-t-elle vraiment ? L'AABV n'est à ce jour pas mentionnée dans l'article de l'encyclopédie en ligne Wikipédia consacré à la Bibliothèque de la Ville. Plus encore : l'AABV n'occupe que 2 pages sur les 230 du riche ouvrage publié à l'occasion du 175^e anniversaire de la Bibliothèque, ouvrage dont elle a permis le financement...

Croisées avec les éléments historiques relevés plus haut, des considérations plus intuitives et personnelles débouchent sur une question inattendue :

- bien qu'elle soit viable, utile et appréciée, l'AABV gagnerait-elle à être redimensionnée. Soit vers la croissance, soit vers la simplicité ?

La première option serait celle d'une croissance structurée de l'AABV. Ce développement impliquerait des aménagements sur le *membership*, les méthodes de levées de fonds, la politique de communication, et ainsi de suite.

La seconde option conduirait à une simplification drastique de l'AABV, laquelle déploierait avant tout ses talents dans la recherche de financements – au fond sa mission singulière et essentielle.

Les réflexions avancées dans les chapitres suivants explorent tour à tour des deux options.

TROISIÈME PARTIE

8. Développer l'AABV en s'appuyant sur des outils du marketing culturel

8.1. Viser la croissance

L'Association des amis de la Bibliothèque d'aujourd'hui n'est pas bien différente de celle d'il y a dix ans. On constate que le nombre d'actions annuelles est stable, et que le nombre de membres n'a pas augmenté de manière substantielle (une septantaine en 2017, une soixantaine en 2009). Cette constance se lit également dans le fait que la plupart des membres du Comité sont en 2017 les mêmes qu'en 2007 !

Partons de l'idée que l'AABV gagnerait à croître.

La question est alors : *membership, fundraising, publics cible, politique marketing, réseaux sociaux...* comment l'AABV pourrait-elle profiter des outils actuels de promotion culturelle pour atteindre ses trois buts principaux inscrits dans ses statuts – pour mémoire : faire connaître les objectifs et les activités de la Bibliothèque de la Ville, soutenir ses projets et ses manifestations culturelles et aider l'institution dans l'accomplissement de ses tâches culturelles et patrimoniales.

9. Levées de fonds façon « chapitre deux »

9.1. Pistes vers d'autres pratiques

Jusqu'à présent, à l'exception notable de l'effort considérable qui a accompagné le 175^e anniversaire, l'AABV a financé ses soutiens de manière traditionnelle et volontairement ciblée. La plupart des requêtes ont été adressées à l'Organe neuchâtelois de répartition du bénéfice de la Loterie romande. Parfaitement au clair avec les aspects formels, le Comité dépose une fois par année une demande portant sur un objet, voire deux. Les montants sont généralement conséquents (publications) et la Loterie romande s'est montrée plus d'une fois très généreuse.

D'autres partenaires financiers ont été sollicités à deux reprises, à l'image de la Fondation Jan Michalski pour l'écriture et la littérature, le Bureau du contrôle des métaux précieux ou le Lion's Club.

Sans oublier les cotisations des membres (30.- individuel, 50.- couple), soit quelques milliers de francs par an⁵².

Au final, en dix ans, l'AABV a su récolter, somme impressionnante, près de 230'000.-.

⁵² 2'400.- en 2016 ;

Plus de la moitié de cette somme a été attribuée aux projets de publications (livres et DVD).

Il n'existe pas de chiffre officiel du budget de la Bibliothèque de la Ville réservé aux actions de médiation, entendues ici au sens le plus large – animations, mais aussi expositions, flyers, brochures de recommandations de lectures « Points de repères », vernissages, collaborations avec d'autres institutions, etc. Cette absence tient à la multiplication des postes comptables sollicités – par secteur (Lecture publique, Fonds spéciaux, Espace musique...), par genre (imprimés), par « dossier » (menés en partenariat ou pas, accueils...). Toutefois, on peut estimer qu'entre 15'000.- et 20'000.- sont consacrés chaque année à ces actions. Par comparaison, toujours avec les risques de l'approximation, on peut estimer que l'AABV, avec sa moyenne d'un peu plus de 20'000.- par an, contribue, d'un point de vue comptable, à parité.

Cela dit, le financement des actions soutenues par l'AABV est resté sur un mode classique centré sur un budget et la trésorerie existante. Une manière de procéder éminemment raisonnable, mais qui peut engendrer des effets paradoxaux. À l'occasion des manifestations « Catherine Louis - 30 ans d'illustrations », par manque de concertation entre l'AABV, la médiation culturelle de la Bibliothèque et la Direction, un dossier pourtant complet destiné à la Fondation culturelle de la Banque Cantonale Neuchâteloise n'a jamais quitté la Bibliothèque de la Ville. Pourtant, au départ, tout le monde s'accordait sur l'idée que parallèlement à la requête principale adressée à la Loterie Romande, « Il est judicieux de chercher d'autres aides. » Un membre du Comité « [...] prendra contact avec le Casino de Neuchâtel et la Banque Cantonale.⁵³ » Ce membre précise, quelques mois plus tard, « [...] qu'il faut directement passer par la banque pour une demande à la BCN et non par la fondation, car celle-ci ne soutient que la création⁵⁴. » C'est là négliger le fait que le dossier comprenait bien des aspects créatifs pour lesquels la Fondation Culturelle BCN aurait pu entrer matière. Par ailleurs, lors de cette même séance, un principe de financement unique est privilégié : « [...] L'AABV se charge de la demande à la LoRo. Si la réponse est négative, l'association cherchera ailleurs. »⁵⁵

Une requête sera finalement adressée à la Fondation Jan Michalski pour l'écriture et la littérature, mais les délais de traitement des sollicitations sont tels que le livre sera imprimé avant que le Conseil de Fondation ait pris sa décision.

L'incertitude financière qui va découler de cette situation aura pour première conséquence un redimensionnement du projet [voir aussi ci-après 9.1.3].

9.1.1. Développer des partenariats

Le partenariat est déjà pratiqué à la Bibliothèque de la Ville au travers de l'opération « Croissants littéraires », coorganisée avec Payot Libraire. Lancés à l'issue d'une longue maturation, les Croissants littéraires ont lieu quatre fois par an, le samedi matin. Après un café-croissant offert à toutes et tous, le public est convié à une rencontre conviviale avec des

⁵³ Procès-verbal n°38 de la séance du Comité du 16 novembre 2015

⁵⁴ Procès-verbal n°41 de la séance du Comité du 5 septembre 2016

⁵⁵ Procès-verbal n°41 de la séance du Comité du 5 septembre 2016



auteurs ou acteurs du monde de l'édition. La discussion, à laquelle les personnes présentes peuvent prendre part, est menée par un modérateur. Elle est suivie par une séance de signature et de vente de livres neufs.

Cette opération est un cas d'école de partenariat puisque les charges sont réparties sur une base d'équivalence en tenant compte des compétences particulières de chacun. Par exemple, les affiches et les flyers sont réalisés par le secteur marketing de Payot Libraire, parfaitement outillé pour ce faire.

9.1.2. Cultiver le *sponsoring*

Un *sponsoring* pur doit être pensé avec précaution dans une institution publique. On peut imaginer que le sponsor devra avoir un lien fort et lisible avec les valeurs ou les missions de la Bibliothèque de la Ville pour ne pas brusquer le plus grand nombre. Forte de ses réalisations passées et de son libre arbitre, l'AABV, avec l'appui de professionnels du marketing culturel, pourrait jouer les intermédiaires garants auprès de possibles partenaires.

9.1.3. S'essayer au *crowdfunding*

Un outil que l'AABV devrait exploiter est le *crowdfunding*. Certains projets ont la forme idéale pour ce type de démarche, à l'image de la publication *Raconte-moi une image* initiée en marge des festivités « Allons voir... Catherine Louis — 30 ans d'illustrations » en 2017. Les contreparties de valeur différentes ne manquaient pas — originaux de Catherine Louis, rencontre avec les auteurs, livres offerts, cartes postales, etc. De plus, la popularité de l'artiste aurait garanti un bon accueil initial à la quête.

9.1.4. S'ouvrir à des projets faisant appel à de nouveaux contributeurs

Jusqu'à présent, l'AABV a privilégié les projets qu'elle pouvait servir en s'adressant à des partenaires proches ou familiers — Loterie romande, Fondation Jan Michalski pour l'écriture et la littérature, institutions locales... Or un vaste champ est encore à défricher en matière d'aide culturelle : fortunes privées, fondations culturelles nées d'entreprises ou de banques ; agglomération ou districts ; associations faitières ou nationales ; Pro Helvetia, Office fédéral de la Culture, etc.

Dans ce but, un double mouvement doit être opéré : d'une part compléter la veille conduite par les professionnels de la Bibliothèque pour « repérer » les offres, les mises aux concours et autres appels à contribution ; d'autre part connaître et faire connaître les spécificités des principaux bailleurs de fonds (entreprises, fondations, autorités) susceptibles de soutenir une action de médiation en bibliothèque. Des sites tels que swissfoundations.ch, promotionculturelle.ch, www.edi.admin.ch (pour le répertoire officiel des fondations) sont à disposition. Il s'agit d'un travail conséquent, mais nécessaire.

9.1.5. Développer une BiblioBoutique

Une réflexion pourrait être menée sur la pertinence de proposer à la vente des objets ayant un lien avec la Bibliothèque. Pour l'instant, seuls quelques publications soutenues par l'AABV et les sacs en coton [cf. 6.3] peuvent être achetés.



Or d'autres créations pourraient être imaginées. Un projet, abandonné par manque de forces vives, prévoyait d'imprimer des cartes postales à partir des images originales amusantes commandées au collectif Plonk et Replonk à l'occasion du 175^e anniversaire.

Un autre projet, également mis en veilleuse, voulait produire des marque-pages en séries limitées, réalisées par des artistes ou plasticiens locaux.

D'autres objets comportant des illustrations spécifiques — par exemple œuvre graphique rare ou photographie ancienne conservées à la Bibliothèque de la Ville — pourraient évidemment être mis en vente : tasses, stylos, tapis de souris, bonbonnerie à offrir. On pourrait espérer une promotion indirecte de l'institution et une petite marge bénéficiaire.

9.1.6. Faire appel aux compétences externes

L'AABV pourrait dans une certaine mesure privilégier des projets « clefs en main » pour la Bibliothèque de la Ville, autrement dit accompagner des projets qui reposent tout ou partie sur des forces vives extérieures, même s'ils nécessitent le versement d'honoraires.

Au cours de son histoire, l'AABV a déjà été confrontée à la question du paiement d'honoraires. Ce fut le cas avec le premier dossier traité, qui supposait l'engagement d'une spécialiste pouvant réaliser un catalogue des œuvres de Charles L'Eplattenier [ci-dessus 3.1]. À d'autres occasions, l'AABV a soutenu le travail de personnes, par exemple un mandat complémentaire au concours de création littéraire pour la jeunesse EcRire organisé dans le cadre du 175^e anniversaire.

Contrairement à la Bibliothèque de la Ville, l'AABV peut facilement attribuer des mandats. Nul doute que cette compétence est une clef vers le renforcement de son rôle de soutien à l'institution.

9.1.7. Rendre certaines animations payantes

Sans remettre en question le principe de gratuité et d'accès facilité à tous de la Bibliothèque de la Ville, l'AABV pourrait, précisément en jouant sur son identité propre, opter pour une nouvelle politique des prix et proposer des animations ou rendez-vous payants.

La Bibliothèque de la Ville est viscéralement attachée au principe de gratuité [plus haut 4.1] et ne demande aucune contribution au public. Cet idéal a cependant été ébréché en 2017 à l'occasion du spectacle « Sur les chemins de l'évasion », lecture musicale par le duo formé par Virginie Zinderstein (chant, hautbois & cor anglais) et Jackson Mackay (guitare). Les artistes ont reçu un cachet symbolique qui valait pour contrat, mais ont pu faire circuler un « chapeau ». Lequel a été généreusement rempli par un public visiblement en accord avec cette façon inhabituelle à la Bibliothèque de la Ville de procéder.

Cette expérience, ainsi que celle des rencontres littéraires au terme desquels le public peut acquérir des ouvrages neufs, montre que des mouvements d'argent sont possibles même au sein de la Bibliothèque de la Ville. Dès lors, avec l'appui de la médiation culturelle, l'AABV pourrait élaborer un programme d'ateliers thématiques - écriture, prise de parole en public, illustration, jeux de rôle, reliure.



Il serait évidemment bienvenu que les membres de l'AABV puissent bénéficier d'un tarif préférentiel sur ces offres [cf. 11.1].

9.1.8. Prendre le risque financier

Pourquoi changer une pratique qui globalement fonctionne ? Peut-être pour avancer sur un terrain où, précisément, la Bibliothèque de la Ville ne peut pas aller. Il peut être délicat pour une institution publique de prendre le risque financier sur certaines animations dont le succès ne peut pas être garanti, ou qui dépassent ses missions prioritaires. Une association des amis pourrait endosser ce risque en créant dans sa comptabilité, en toute transparence, une réserve pour « projets sans garantie de succès ».

Dans la même veine se situe l'idée que l'AABV puisse, en cas de besoin avéré, « avancer » des fonds nécessaires à la mise sur pied de certains rendez-vous, par exemple des conférences ou des ateliers qui auraient été conçus longtemps à l'avance afin de pouvoir faire appel à des contributeurs renommés. Il faut parfois disposer de liquidités pour réserver des locaux, organiser une logistique appropriée, participer à certains frais (voyages, nuitées éventuelles) [cf. 9.1.7].

9.1.9. Tenter des expériences

On remarque que certaines perspectives peuvent se renforcer. Pour illustration, proposer des ateliers d'écriture thématique avec un auteur confirmé à un prix préférentiel pour les membres combine médiatisation, parrainage, *membership*. Cela peut être conduit en partenariat auprès d'institutions locales ou non - Club 44, librairie, Institut littéraire suisse, autre bibliothèque...

Il n'est pas impossible que l'AABV, par sa position médiane, soit directement bénéficiaire de ce type de projets au croisement de différents besoins et nécessités.

9.2. Contrôle des processus

Le résultat des stratégies évoquées ci-dessus se verra très logiquement dans l'évolution des volumes financiers (dons, participations) et par le produit comptable des animations payantes ou de la vente d'objets. Des analyses plus précises pourront affiner les chiffres bruts.

10. Communication façon « chapitre deux »

10.1. Pistes pour communiquer une vision, des missions et des valeurs

Faire connaître les objectifs et les activités de la Bibliothèque de la Ville (article 2 des statuts de l'AABV) et favoriser le rayonnement de la Bibliothèque de la Ville (art. 3) supposent des actes de communication.

Communiquer, oui, mais quoi, comment, quand, où... et pourquoi?

Même si les distinctions sont artificielles, il faut d'abord déterminer « quoi » communiquer (ci-après « visions et valeurs »), à qui (mécènes, potentiels nouveaux membres ou autorités comme bailleurs de fonds?) et comment (médias traditionnels, médias contemporains).

Du point de vue managérial et communicationnel, il faut pouvoir transmettre la vision, les missions et les valeurs d'une institution. Dans le cas de l'AABV, la mission est claire. Elle est contenue dans les buts du document fondateur de l'association [ci-dessus 2.1 et voir annexe].

Quant aux valeurs portées par l'AABV, elles sont sans conteste celles du *bien commun*. L'AABV poursuit des buts qui affermissent la capacité de la Bibliothèque à être et à rester un service public efficace à la disposition du plus grand nombre. Les signes ne manquent pas pour témoigner que les membres du Comité de l'AABV, son Président en particulier, sont convaincus de la nécessité d'une culture à la fois plurielle et forte, cela dans un esprit d'altruisme et d'humanisme.

La « vision » de l'AABV est par contre plus difficile à synthétiser. Elle s'articule autour de l'idée que la Bibliothèque de la Ville n'est pas à même de réaliser seule un certain nombre de tâches, soit pour des questions formelles — l'exemple type est celui de la quête de fonds auprès de la Loterie romande —, soit parce que cela n'est pas de son ressort — réunir ou fédérer des personnes qui apprécient la culture incarnée par la Bibliothèque de la Ville.

Sur cette dimension identitaire en creux (palliatif) ou en positif (proposer, offrir) de l'AABV pourrait être menée une réflexion.

10.1.1. Mieux communiquer les missions, et donc les valeurs, de l'AABV

Actuellement, le bulletin d'inscription à l'AABV, bien que revu et enrichi en automne 2017, fait la part belle aux objectifs de développement et de rayonnement de la Bibliothèque [rf. annexe]. Le premier paragraphe mentionne par exemple la date de la création de l'Association, donnée dont on peut discuter la pertinence à cet endroit.

Par ailleurs, ce bulletin laisse entendre que les membres « [...] apport[ent] un soutien important aux projets culturels et patrimoniaux de la Bibliothèque. » À dire vrai, le poids des cotisations est très faible comparé aux fonds récoltés auprès de mécènes. Enfin, d'éventuels avantages du membership autres que symboliques (contribuer à la promotion de la Bibliothèque) ne sont pas évoqués.

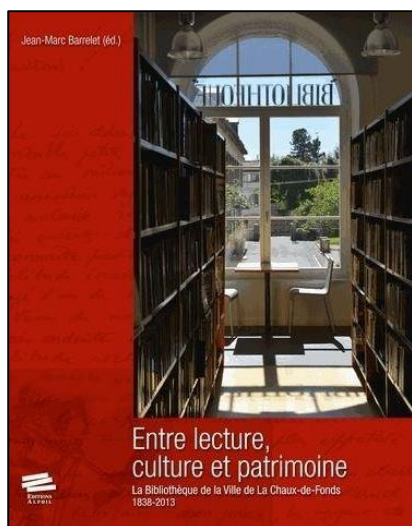
Une révision complète du bulletin d'adhésion serait la bienvenue.



Il ne faut pas craindre d'annoncer clairement la finalité de l'AABV, expliciter son rôle et sa nécessité. Autrement dit, souligner à quels besoins elle répond. Et insister sur ce qu'elle offre à l'Institution, mais aussi à ses membres.

10.1.2. Souligner l'empan de l'action de l'AABV

Reflet tant de l'histoire de la Bibliothèque de la Ville que de sa structure actuelle, l'AABV soutient et accompagne des projets sur un large terrain, au risque de brouiller son identité



Entre lecture, culture et patrimoine (2013)

aux yeux d'une partie du public. En effet, son nom fait référence à la Bibliothèque de la Ville, alors que l'action « Né pour lire » menée en 2011 est exclusivement liée à la Bibliothèque des Jeunes. Les DVDs et publications issus des collections d'images sont associés au Département audiovisuel qui a une dimension cantonale.

À l'inverse, l'AABV pourrait laisser croire, à tort, qu'elle brille dans le soutien à l'édition – 125^e anniversaire en 2012 de la naissance de Le Corbusier, *Entre lecture, culture et patrimoine* (2013), *Enquête photographique neuchâteloise* (2015), *Raconte-moi une image* (2017)...

Dans les deux hypothèses, il n'est pas impossible qu'un regard un peu rapide sur les actions menées par l'AABV puisse, à l'occasion, freiner d'éventuels donateurs ne parvenant pas à saisir les différentes facettes de la Bibliothèque de la Ville.

10.1.3. S'appuyer sur un message fédérateur

Nombre d'institutions, y compris des écoles⁵⁶, disposent d'une sorte de *motto* ou slogan synthétisant leur « vision ». L'exercice mériterait d'être mené pour l'AABV à partir des articles 2 et 3 des statuts, tout en y ajoutant le cas échéant des valeurs implicites.

Il faudrait certes d'abord décider, selon la division théorique opérée précédemment [ci-dessus 7.4], à qui serait adressé le message de l'AABV : au grand public (modèle de croissance) ou aux mécènes (modèle de l'allègement) ?

Ensuite, ce message de l'AABV ne doit pas obligatoirement être celui de la Bibliothèque de la Ville ; il le recoupera nécessairement, mais ne doit pas être confondu avec lui. La vision de la Bibliothèque est en effet vraisemblablement plus large. On en trouve notamment des esquisses dans la publication *Entre lecture, culture et patrimoine* (2013), par exemple celle-ci : « Ses objectifs : liberté, universalité, accessibilité »⁵⁷.

Le slogan actuel utilisé pour l'InfoLettre de la Bibliothèque de la Ville (donc à l'attention de gens qui la connaissent et la pratiquent déjà) est « La culture dans toute sa diversité ».

⁵⁶ « Nous travaillons pour ce qui nous grandit », Cercle scolaire du Val-de-Ruz (Canton de Neuchâtel)

⁵⁷ HUMAIR Jacques-André, « Vous avez dit lecture publique ! », p. 58, in BARRELET (2013)

La devise de l'AABV, à écrire, pourrait s'inspirer débiter avec ces incises suivantes, d'inégales pertinences :

« Parce qu'une bibliothèque vivante est un outil de développement personnel et un ferment de cohésion sociale, l'AABV... »

« Afin que le plus grand nombre puisse bénéficier des richesses de la Bibliothèque de la Ville, l'AABV a à cœur de faire connaître... »

« Convaincu que la culture nourrit le vivre ensemble... »

« Utile, utilisable, désirable : votre bibliothèque. »

« Biodiversité au service de tous »

« Les bibliothèques, poumons culturels »

« La Bibliothèque de la Ville aux Chaux-de-Fonniers !⁵⁸ », comme le propose, au risque d'un ségrégationnisme qui pourrait se retourner contre l'institution, l'auteur d'un projet de courts-métrages promotionnels.

Avec ou sans « slogan », avec ou sans formulation plus développée, une réflexion sur les différentes formes de communication et les stratégies idoines peut être menée, tout en soignant la distinction entre AABV et la Bibliothèque de la Ville.

10.2. Spécificités de la Bibliothèque de la Ville

Une question qui dépasse le cadre de la présente réflexion tient à l'« unicité » de la Bibliothèque de la Ville, autrement dit les caractères qui la distinguent des autres institutions comparables. Aujourd'hui, les musées, les bibliothèques, même certaines entreprises proposent des animations ou publient des ouvrages. On parle à ce titre de « marché concurrentiel de la culture » où chaque institution doit faire valoir sa singularité.

En quoi la Bibliothèque de la Ville est-elle unique ? Dans quel(s) domaine(s) a-t-elle une offre sans équivalent ? En tenir compte est éminemment important pour l'AABV, porte-parole de cette singularité lorsqu'elle en fait la promotion.

En premier lieu, des collections en libre-accès, des fonds spéciaux (accessibles aux chercheurs sur demande), quelques rendez-vous « maison » (Les Croissants littéraires). Mais sans doute la réelle différence de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds tient-elle dans deux domaines développés au cours du temps : d'une part l'histoire politique, d'autre part les langues internationales. Le premier domaine comprend entre autres les fonds de la Nouvelle gauche socialiste, du Parti ouvrier et populaire, de l'Union des femmes pour la paix et le progrès, du Centre pour l'action non violente ou encore du Service civil international (pacifisme). Le second domaine tient au voisinage étroit du Centre de documentation et d'étude sur la langue internationale dont le but statutaire est la recherche, la conservation, le classement et l'étude des livres, brochures, journaux et autres imprimés ou manuscrits se rapportant à toute langue internationale — mais surtout l'espéranto.

⁵⁸ DE PIETRO (2016)

Il n'appartient pas à l'AABV de modifier le positionnement culturel de la Bibliothèque de la Ville ; mais l'AABV devrait pouvoir profiter de l'unicité de la Bibliothèque de la Ville tant pour sa stratégie de communication que pour ses quêtes de financement.

10.3. Piste pour renouveler la communication

Un des buts originels de l'AABV est de faire connaître la Bibliothèque. Dès lors, communiquer autour de l'Association devient prioritaire tant pour renforcer sa propre existence que pour atteindre cet objectif de valorisation.

Or force est de constater que les outils de communication de l'AABV sont déficients. Pas de panneau d'affichage permanent dans la Bibliothèque comme demandé par le Comité⁵⁹, des bulletins d'adhésion peu seyants et mal placés [voir photo], des lettres aux membres très formelles, pas d'invitations spécifiques aux animations de la Bibliothèque (les membres reçoivent simplement le Communiqué de presse), absence quasi totale de l'AABV sur internet, et totale sur les réseaux sociaux.



Au Prêt, un présentoir... presque vide [TS]

On ne sera guère surpris dans ce contexte de découvrir que l'AABV dispose d'une page Facebook... muette !

10.3.1. Etablir systématiquement des budgets de communication

La dépendance de l'AABV à la Bibliothèque de la Ville en matière de communication, laquelle est l'œuvre du trinôme secrétariat-médiation culturelle-webmaster interne & administration communale, n'est pas toujours favorable. La valorisation de certaines actions de l'AABV peut être appréhendée comme des travaux venant s'ajouter aux tâches usuelles — par exemple l'élaboration des étiquettes et du document accompagnant les sacs de cotons [ci-dessus 6.3] ou la promotion de l'ouvrage *Raconte-moi une histoire* publié avec l'aide de l'AABV en marge des manifestations *Allons voir... Catherine Louis — 30 ans d'illustrations*.

Peut-être faudrait-il dans tous les cas considérer que la communication-promotion fait partie intégrante d'un projet – et, plutôt qu'être la partie pauvre et potentiellement négligée des entreprises menées, devrait être budgétée en amont tant sur le plan des finances (imprimés, annonces, courriers) que sur celui des ressources humaines (la communication institutionnelle, parce qu'elle doit être parfaite, est chronophage).

10.3.2. Différencier canaux traditionnels et numériques

D'une manière générale, la presse écrite, la télévision et même les listes de diffusion s'adressent à un public plus âgé que celui familier des réseaux sociaux. Une stratégie de

⁵⁹ Procès-verbal n°6 de la séance du Comité du 2 décembre 2008

communication efficace doit donc évaluer ses cibles et adapter la forme de son discours au cas par cas.

10.3.3. Intéresser les médias

Ce n'est un secret pour personne : les médias portent au loin ce qui est inattendu, émotionnel, riche en images, voire sujet à caution.

L'AABV pourrait, par exemple, s'inspirer dans l'esprit d'une action très médiatisée conduite avec succès à la Bibliothèque de Bienne : l'invitation dans ses locaux de l'équipe de Hockey de Bienne, une initiative qui s'amuse de l'opposition usuelle entre sport et culture. Si le hockey sur glace est très populaire en ville de La Chaux-de-Fonds, d'autres disciplines portées par des athlètes de haut niveau de la région pourraient être conviées à la Bibliothèque – snowboard, freeride, escrime, tennis, course, mais également, en se souvenant que de jeunes judokas ont participé aux jeux Specials Olympics à Shangaï, sport handicap. Ces sportifs peuvent également jouer un rôle d'ambassadeur de l'AABV (et/ou des bibliothèques) [cf. 10.5.1]

10.3.4. Reconsidérer les conférences de presse

L'AABV a organisé régulièrement des conférences de presse pour présenter ses actions, par exemple les publications qu'elle a soutenues. Les invitations envoyées aux journalistes ne sont toutefois pas toujours honorées. Et les correspondants qui font le déplacement ne représentent généralement que les médias de proximité. Une réflexion pourrait être menée sur la forme de ces conférences de presse où le facteur humain peut jouer un rôle déterminant, dans tous les cas aussi important que la seule transmission d'informations également contenues dans les supports (papier ou digitaux) mis à disposition.

10.3.5. Oser une communication avenante

Une fois encore, notamment par manque de ressources (financières et humaines), ni la Bibliothèque de la Ville ni l'AABV n'ont pu ces dernières années mener une réflexion sur leur stratégie de communication, que celle-ci soit indépendante ou commune. Gageons qu'elles trouveront les moyens de le faire et qu'elles pourront, entre autres exemples, prendre exemple sur BiblioFreak, campagne nationale d'image en faveur des bibliothèques qui a pour objectif de renforcer les bibliothèques, améliorer leur perception de la part du public et augmenter leur notoriété⁶⁰.



[<https://www.bibliobe.ch>]

Pour toucher d'autres populations, il serait en effet heureux si, de temps en temps et selon les sujets, l'AABV s'autorisait une communication plus « détendue ».

⁶⁰ <http://www.bibliofreak.ch/library>

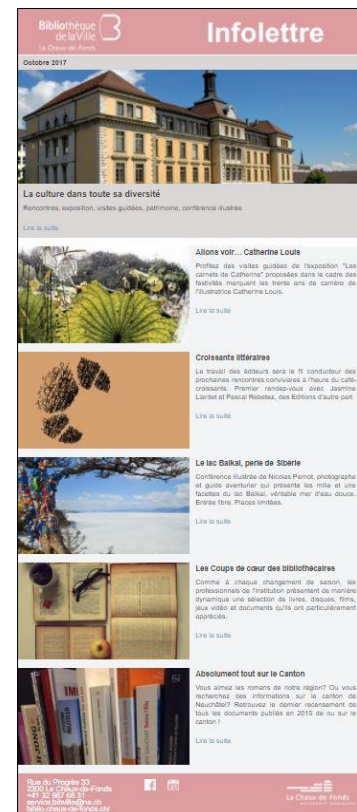
10.3.6. Se doter d'une lettre d'information consistante

Le Service de la communication de la Ville de La Chaux-de-Fonds supervise des « InfoLettre » sous forme de courriels périodiques sur un canevas identique pour les différents bénéficiaires — musées en tête. Un bandeau chapeaute trois à cinq cases illustrées, un court texte (200 signes) suivi d'un lien qui renvoie à la page du site officiel où toutes les informations utiles se trouvent.

La Bibliothèque de la Ville envoie actuellement quatre InfoLettre par an. Elle y mentionne surtout ses animations à venir — Coups de cœur, vernissages, rendez-vous ponctuels... —, mais aussi ses nouvelles offres — par exemple le streaming audio ou la mise en ligne de la Bibliographie neuchâteloise.

Dans l'idéal, les différents Départements de la Bibliothèque de la Ville sont représentés. L'AABV pourrait y être présenté à l'occasion, en guise de rappel de son existence.

Partant, au risque de doubler certaines informations, l'AABV pourrait imaginer une communication qui prolonge ou complète cette promotion officielle hautement normée. Elle pourrait s'inspirer de la *Newsletter* de la BCU Lausanne, plus traditionnelle dans sa forme longue et riche en contenu directement lisible (avec un pendant accessible en ligne).



10.3.7. Disposer d'une page internet simple et indépendante

L'AABV dispose d'une page sur le site internet de la Ville de La Chaux-de-Fonds, rubrique Bibliothèque de la Ville. Le site étant une vitrine officielle de la Métropole horlogère, sa gestion est l'œuvre de professionnels engagés par la commune. La structure des pages, l'arborescence, la présentation générale sont fixées par ces derniers.

Autant dire que l'AABV, pour gagner en souplesse, efficacité et liberté de forme et de ton, devrait s'offrir une page internet simple.

On pourrait notamment y trouver, outre les informations usuelles, des données qu'il serait plus difficile à produire sur le site officiel de la Ville. Par exemple des images de sorties automnales, ou une liste des mécènes, ou un livre d'or, ou quelques liens vers des « sites amis », ou des appels à contribution. Un modèle « simple » pourrait être le site du Mouvement des Aînés du Canton de Neuchâtel sur lequel on trouve précisément ces éléments — *news*, archives, photos, contributions diverses, activités en cours, etc⁶¹.

⁶¹ <http://mda-neuchatel.ch>



Il existe de formules simples qui ne demandent pas de connaissances spécifiques en informatique. C'est vers ce type d'offre que l'AABV pourrait se tourner⁶².

10.3.8. Etre présent sur Wikipédia

Il serait heureux que la page de l'encyclopédie en ligne Wikipédia de la Bibliothèque de la Ville mentionne l'existence de l'AABV, mieux encore qu'elle consigne des liens renvoyant vers les publications et les thèmes qui lui sont chers, ou le cas échéant vers une page indépendante telle qu'imaginée ci-avant [10.3.7].

10.4. Pistes pour profiter des outils d'aujourd'hui

10.4.1. Facebook, Twitter et les réseaux sociaux

L'AABV possède une page Facebook muette. La réanimer pour diffuser des informations propres à l'Association (projets en cours, offres spéciales, sorties pour les membres) ou reprendre celles de personnes ou institutions proches serait (encore) dans l'air du temps.

Si l'AABV disposait d'un compte Twitter qu'elle saurait utiliser à bon escient, elle pourrait montrer son intérêt pour l'actualité culturelle en général, du monde du livre et de celui des bibliothèques en particulier. Pour un public plus jeune, elle marquerait sa présence, son existence dans les circuits concernés (par affiliation).

10.4.2. Communication virale ou buzz

Comme un best-seller ou un tube, il est difficile de créer un buzz de toutes pièces. Certains éléments sont favorables, mais le résultat final reste aléatoire. La réaction des « foules »

conserve sa part d'incertitude, pour le meilleur ou pour le pire. Et chercher l'effet à tout prix est par ailleurs risqué si les ficelles sont trop visibles.

Il n'en reste pas moins que certaines actions menées à la Bibliothèque de la Ville ont un potentiel « événementiel » élevé, à l'image de la présence largement reprise et commentée sur les réseaux sociaux de deux cosplayer (personnes costumées en héros de culture populaire), Lara Croft et Dracula de Castlevania, au vernissage de l'exposition « Press start – Une brève histoire des jeux vidéo » (2017).

L'AABV pourrait profiter de ces moments où les projecteurs sont tournés sur la Bibliothèque de la Ville, ne serait-ce que de manière très simple, voire prosaïque – par exemple présence d'un représentant de l'AABV lors de vernissages ou de rendez-vous importants pour l'institution, stand de présentation de



31.03.2017, 18:08

La Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds est folle de jeux vidéo

PAR VINCENT COSTET

JEUX VIDÉO L'exposition "Press start... une brève histoire des jeux vidéo" propose aux Chaux-de-Fonniers une bonne dose de "retrogaming" jusqu'en juillet.

Cinq consoles de jeu et trois bornes arcade: vous pourrez trouver tous les jeux vidéo auxquels vous n'avez plus joué depuis des années et surtout y rejouer! C'est la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds qui le propose avec son exposition intitulée "Press start... une brève des jeux vidéo".

Vernie mardi dernier, elle se déroule jusqu'au 14 juillet. Plusieurs conférences et rencontres ludiques sont programmées d'ici là.

ArcInfo, 31 mars 2017

⁶² pour un modèle plus complexe, voir l'Université du troisième âge, <https://www.unine.ch/u3a/home.html>

l'AABV, distribution de bulletins d'inscription, réseautage de proximité (poignée de main), etc.

10.4.3. Veille d'actualité

Par sa forme même — 4 à 5 séances annuelles du Comité, éventuellement groupes de travail, et l'Assemblée générale —, l'AABV n'a pas les moyens de réagir à l'actualité de l'édition ou des bibliothèques. S'allier à certains réseaux sociaux existants ou profiter d'outils déjà fonctionnels pourrait judicieusement pallier cet état de fait.

10.5. Pistes pour des actions communicantes

Des actions ou événements peuvent porter en eux le message — nécessité, valeurs... — de l'Association. En voici quelques-unes.

10.5.1. Se donner des ambassadeurs ou des parrains

L'appui d'une personnalité peut avoir un impact majeur sur la reconnaissance d'une entreprise culturelle, que ce lien soit ponctuel — parrainage d'un projet spécifique par une personnalité en vue ; comité de soutien — ou au long cours — membre d'honneur.

L'AABV pourrait gagner en visibilité en proposant le titre d'ambassadeur ou parrain à une ou des personnalités populaires et crédibles. Il ne s'agirait pas d'un engagement à long terme, mais plutôt de moments susceptibles d'être médiatisés. Par exemple, un/e écrivain célèbre qui, invité/e par l'AABV, visite la Bibliothèque. Ou un dessinateur renommé qui vient donner une conférence-atelier. Une telle liste peut facilement être allongée — cinéaste, photographe, artiste...

Ces parrains ou ambassadeurs ne doivent pas nécessairement être associés au monde culturel. Afin d'attirer l'attention d'un plus large public, des sportifs d'élite de la région, par exemple, reconnus ou en voie de reconnaissance (lauréats de mérites sportifs), pourraient être sollicités — Didier Cuhe (ski), Dominique Perret (ski extrême), Connie Perrin (tennis), Mellie Francon (snowboard), Gilles Jaquet (snowboard), Pauline Brunner (escrime), Alexandre Balmer (VTT)...

10.5.2. Nommer des membres d'honneur

Forme classique de reconnaissance pour le travail accompli, le titre de membre d'honneur peut aussi véhiculer une image concrète et avantageuse. La possibilité de l'attribuer existe dans les statuts de l'AABV, mais est restée en veilleuse. Or dans le cas de l'AABV, plusieurs personnes qui se sont engagées sans compter mériteraient ce titre. Ce titre pourrait également être, s'il y a lieu, décerné à quelqu'un (voire une personne morale) pouvant être qualifié de « grand donateur ».

Bien organisée, la remise d'un titre de membre d'honneur peut être l'occasion d'un événement pouvant attirer l'attention sur l'Association.

En prolongement, les noms des membres d'honneur, parrains et autres ambassadeurs doivent être porté à la connaissance du plus grand nombre. Cela peut être envisagé de



diverses manières : tableau d'honneur, remerciements systématiques dans les rapports d'activité, plaquette à l'intérieur du bâtiment, etc.

10.5.3. Mener des actions significatives

Une idée (empruntée à la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel) pourrait être une bourse aux livres dont les bénéficiaires seraient attribués soit à une institution proche de la Bibliothèque de la Ville (association de la Bibliothèque des Jeunes), soit à une institution partageant un certain nombre de valeurs — par exemple l'Association Lire et Écrire. Une telle action aurait, outre le fait de donner l'occasion de rappeler la raison d'être de l'AABV, le mérite de tisser des liens avec d'autres organismes et, sans aucun doute, renforcer l'entente des membres qui accepteraient d'accompagner cette manifestation.

10.6. Contrôle des processus

Le résultat des stratégies esquissées pourra être évalué au regard du nombre de citations dans la presse écrite, le nombre de mentions (et la durée) de présence dans les médias régionaux ou nationaux, d'abonnés sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...), et ainsi de suite. Des enquêtes de satisfaction, par entretien libre ou semi-dirigé, pourront compléter les chiffres bruts en s'intéressant à l'évolution de l'image de l'AABV ou de la Bibliothèque de la Ville.

11. Sociétariat façon « chapitre deux »

11.1. Être membre de l'AABV : pourquoi ?

« Une question se pose : qu'est-ce qui retient les gens à adhérer à l'AABV ?⁶³ »

Formulée lors d'une séance du 5 mai 2009, soit moins de deux ans après la constitution de l'association, cette interrogation lancinante, que nombre de sociétés, amicales ou fédérations partagent d'ailleurs, reviendra souvent sur la table et motivera plusieurs opérations.

Mais quel intérêt y a-t-il à adhérer à l'AABV ?

Dans un monde régi par l'intérêt direct, l'AABV manque d'atouts de séduction. Elle n'offre en effet que peu de contreparties au fait d'être membre, sinon quelques prix préférentiels sur les objets que l'AABV a permis de réaliser (livres publiés⁶⁴, sac de coton bio), des conférences ou des parcours guidés qui suivent l'Assemblée générale, et l'organisation d'une « course d'école » annuelle (payante — l'AABV ne prenant en charge qu'une partie symbolique de l'activité, par exemple l'entrée dans les musées visités. Dans une perspective de management culturel, c'est assurément insuffisant.

⁶³ Procès-verbal n°8 de la séance du Comité du 5 mai 2009

⁶⁴ Exception notable avec l'ouvrage de la première Enquête photographique qui, ne pouvant être vendue par la BV, est proposée gratuitement aux membres. Procès-verbal n°38 de la séance du Comité du 16 novembre 2015

11.1.1. Se doter de rendez-vous VIP

Pour contrer le « coût d'opportunité » (ici, « qu'est-ce que je pourrais faire d'autre avec le montant de cette cotisation »), une solution classique est d'organiser des événements réservés aux membres. Par exemple :

- repas avec un écrivain ou un artiste reconnu
- visite de lieux d'exception (Train fantôme d'Alain Margot à La Chaux-de-Fonds, ateliers d'artiste, grotte sous la ville en écho au fait que Bibliothèque de la Ville abrite le Fonds Société suisse de spéléologie...)

11.1.2. Jouer sur l'exclusivité

Dans le même ordre d'idées, les membres pourraient bénéficier de privilèges même lorsque les événements sont ouverts à tous. Le Club 44 le pratique avec succès lorsqu'il invite des orateurs prestigieux et qu'il fait savoir que qu'il est indispensable de réserver sa place et que la priorité sera donnée aux membres⁶⁵.

11.1.3. Développer les sorties en groupe

Aux désormais traditionnelles sorties d'automne dans des lieux culturels liés au monde du livre [ci-dessus 5.1.1], l'AABV pourrait proposer des rendez-vous VIP (prix préférentiel ou non pour les membres). Par exemple :

- se rendre au Salon du Livre de Genève (ou Le livre sur les Quai à Morges, ou Salon de Sion, ou Journées littéraires de Soleure, ou n'importe quelle autre manifestation comparable) en compagnie d'un/e écrivain renommé/e, ce qui permet des contacts privilégiés avec d'autres personnalités du monde de l'édition et la découverte d'autres aspects de ce type de rencontres ;
- visiter une imprimerie moderne (par ex. Cavin à Grandson) ;
- visiter une imprimerie à l'ancienne (par ex. AEncrage et Co, à Baume-les-Dames (Franche-Comté) qui édite des ouvrages réalisés avec des procédés d'imprimerie traditionnels (typographie))
- assister à des rendez-vous culturels correspondant au profil général des membres – lectures dans le cadre des Petites Fugues en Franche-Comté, Solothurner Filmtage, Grandes conférences de la Fondations Jan Michalski pour l'écriture et la littérature à Montricher...).

11.1.4. Elargir les partenariats et/ou coopérations

Les membres pourraient bénéficier de privilèges exclusifs fixés au cas par cas par l'AABV :

- coopération avec, par exemple, le Club 44, le Ciné Casino du Locle, les musées, la Maison Blanche, sous forme de prix d'entrée réduit (bons ou offre permanente).
- coopération ponctuelle avec des librairies de la place (Payot Libraire, La Méridienne...) sous forme de promotion à la discrétion du partenaire (10% sur les ventes, offres flash, cartes de fidélité...)

⁶⁵ www.club-44.ch

- facilités dans certains commerces – s’approcher en priorité d’entreprises connues pour leur engagement culturel en Ville (Café La Semeuse) ou de partenaires défendant une vision éthique compatible avec les valeurs de l’AABV (Magasins du Monde – Solidaires au quotidien).

Ces perspectives seraient l’occasion d’élaborer une carte de membre, actuellement inexistante, car sans nécessité.

11.1.5. Offrir des vernissages et des visites guidées adaptées

En accord avec l’esprit de gratuité et de service public, comme toutes les animations proposées dans ses murs, les vernissages d’exposition (actuellement 2 à 3 par année) et visites guidées qui les accompagnent sont ouverts à toutes et tous. Il pourrait en être autrement sans revenir sur ce principe fondamental de libre accès, par exemple en réservant aux membres un pré-vernissage (enrichi d’interventions d’autres orateurs, ou de musique, ou d’un cocktail favorable au réseautage ?) ou des visites guidées en comité restreint, pourquoi pas suivies d’un repas.

11.1.6. Tenir compte de l’esprit de groupe

Les privilèges financiers ne sont toutefois qu’une dimension du *membership*. On a relevé plus haut [5.1.1] combien la « sortie d’automne » de l’AABV était appréciée. Elle donne consistance au sentiment d’appartenance à un groupe que certains sociétaires attendent au-delà des engagements publics de l’Association. Dans cette optique, en complément aux stratégies de communication évoquées plus avant, il ne faut pas craindre d’utiliser certains outils actuels pour affermir cet esprit de communauté. Pour illustration, en complément ou en remplacement des inscriptions anonymes usuelles aux activités de l’AABV, l’interface Doodle permet aux membres de savoir qui d’autre sera également de la partie, ce qui a, semble-t-il, un effet d’entraînement.

11.1.7. Ne pas oublier les familles

Sur le papier, les actions de l’AABV s’adressent à tous les âges, de l’action « Né pour lire », destinée aux jeunes parents et leurs bébés, aux publications pointues appréciées par un public érudit. L’AABV gagnerait une popularité certaine si elle pouvait organiser ou s’associer à l’organisation d’événements plus ludiques et familiaux – Bon pied Bon art⁶⁶ (visite d’ateliers, ici celui de la reliure), Soupe à la courge et contes d’automne, Jeux de pistes différenciés, lectures enfants-grands-parents, Une Nuit à la Biblio, bref, tout ce qui pourrait créer une expérience positive et mémorable pour les participants.

11.1.8. S’appuyer à l’occasion sur les membres actifs

Toute association vivante peut compter sur ses membres « ordinaires ». Ceux-ci pourraient être réquisitionnés à l’occasion, contre privilège ou non, pour soutenir l’une ou l’autre action de la Bibliothèque de la Ville ou de l’AABV, voire d’une institution amie. Cela suppose une approche différente du rôle de membre et une répartition des fonctions précises. Par le

⁶⁶ <http://bonpiedbonart.ch>, Promotion des ateliers d’artistes et artisans de La Chaux-de-Fonds et environs

passé, à plusieurs reprises, l'idée d'une implication des membres (ordinaires ou du Comité) a été évoquée, sans aboutir. Alors que la discussion à propos de « Bibliothèque hors les murs » bat son plein, une membre du Comité propose par exemple de se prêter pour un après-midi de bénévolat lors de cette animation. Le directeur promet d'examiner cette motion⁶⁷. L'année précédente, à l'occasion de l'Assemblée générale du 18 mai 2010, « Il est suggéré que des membres de l'association se tiennent à disposition des lecteurs et offrent une information à un public ciblé⁶⁸. » En 2017, alors qu'il est question de la promotion des sacs en coton bio, l'appel implicite au volontariat revient avec l'idée de tenir un stand dans une grande surface commerciale ou lors de la fête populaire La Braderie⁶⁹. Dans les trois cas, ces perspectives sont restées lettres mortes, peut-être parce qu'organiser un bénévolat de milice n'est pas chose simple.

11.1.9. Valoriser le statut de membre donateur

Une réflexion pourrait être menée pour valoriser la qualité de membre « donateur ». Selon l'article 6 des statuts de l'AABV, ce rang est destiné à toute personne physique ou morale qui soutient la Bibliothèque de la Ville par l'octroi d'un subside. Aujourd'hui en retrait, il pourrait être discuté dans le cadre des stratégies de financement afin d'en faire un véritable outil de levée de fonds [ci-avant chapitre 9].

11.2. Contrôle des processus

Le résultat des stratégies évoquées ci-dessus se verra principalement dans l'augmentation du nombre de membres (plusieurs catégories), dans la participation des membres aux événements proposés par la Bibliothèque de la Ville et dans l'éventuelle croissance des dons par les membres eux-mêmes. Des enquêtes de satisfaction pourront affiner les données chiffrées.

⁶⁷ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 17 mai 2011

⁶⁸ Procès-verbal de l'Assemblée générale du 18 mai 2010

⁶⁹ Procès-verbal n°43 de la séance du Comité du 6 février 2017

12. Un modèle allégé

12.1. L'image du « troisième lieu »

Il convient de s'arrêter maintenant sur l'autre option générale à savoir une forme d'alignement de l'Association sur les actions menées par la Bibliothèque de la Ville.

S'il existe encore des bibliothèques organisées autour du livre imprimé, de taille modeste comme dans les villages ou prestigieuses comme celle de la Fondation Jan Michalski pour l'écriture et la littérature à Montricher (VD), force est de constater que ce type d'institution a fondamentalement évolué ces dernières décennies. De collections innovantes sont proposées — films, musique, jeux vidéo... — et surtout de nouvelles pratiques deviennent familières — streaming, livre audio...

Toutes les grandes bibliothèques de Suisse romande ont connu, à l'instar de leurs sœurs ailleurs dans le monde, une offre exponentielle d'animations, au sens le plus large du terme. Les rayonnages chargés d'ouvrages du secteur « lecture publique » continuent d'être le symbole de l'institution, mais l'objectif semble souvent être le développement de ce que les spécialistes nomment « troisième lieu », un lieu vivant où l'on peut certes étudier et s'informer, mais aussi se rencontrer, boire un café, entendre de la musique, profiter de conférences.

Ces initiatives qui, pour ainsi dire, débordent des missions usuelles des bibliothèques ont un coût. Elles nécessitent notamment des aménagements et du mobilier particuliers. Au printemps 2017, la Bibliothèque de la Ville a ainsi transformé une zone au rez-de-chaussée en « Espace détente » semblable à un salon — fauteuils agréables, tables basses, choix de magazines.

Ces nouvelles offres supposent également qu'une part importante, certainement croissante, du budget de l'institution soit dévolue à l'animation des espaces. Ce coût englobe aussi les ressources humaines, clefs de voûte en la matière.

Elles obligent tout autant à redéfinir le rôle traditionnel de bibliothécaire, de plus en plus « personne ressource » au service du public. Elles impliquent, par la bande, la création de « nouveaux métiers ».

L'AABV est bien entendu concernée au premier chef par cette évolution, non seulement dans l'orientation de ses actions, mais également dans l'image à véhiculer d'une bibliothèque communale dynamique et évolutive.

12.2. Médiation culturelle

Dans ce contexte, la Bibliothèque de la Ville a franchi en 2011 un pas important en mettant au concours, juste avant l'été, un poste à temps partiel de médiatrice/médiateur culturel. Voici un extrait de l'annonce :



« Vous définissez le concept des animations culturelles de la Bibliothèque en lien avec ses missions, développez son rayonnement, étoffez ses publics, ses réseaux et ses contacts. Vous assurez l'organisation, la gestion, la communication et l'application du programme annuel (contact avec les partenaires, accueil des publics, mise en œuvre des activités, expositions, animations, etc.) en collaboration avec les secteurs concernés. »⁷⁰

Aussi loin que l'on puisse remonter, la Bibliothèque de la Ville a régulièrement proposé des activités très variées relevant de l'« animation » la nécessité d'avoir un poste dédié uniquement au développement d'actions permettant, pour ainsi dire, de rendre les murs de la Bibliothèque transparents afin qu'on voie ce qui s'y fait et qu'on ait envie d'y venir était une première réponse au changement d'esprit évoqué plus haut. A noter que le cahier des charges ne recouvre aucune tâche de bibliothécaire.

L'engagement d'un médiateur culturel⁷¹ s'inscrivait également dans un calendrier. La Bibliothèque approchait en effet de son 175^e anniversaire et des festivités qui, on s'en souvient [ci-dessus 4.2], allaient impliquer l'AABV, étaient prévues.

La médiation culturelle ne se limite évidemment pas à l'organisation d'animations pour le grand public. Dans les faits, son rôle dans la communication vers l'extérieur, via notamment la rédaction de communiqués de presse ou la création de documents promotionnels, est primordial.

La médiation culturelle nourrit également le « réseautage » avec d'autres acteurs culturels locaux ou non (individus, institutions, relais), et de fait contribue à sa façon à la volonté de l'AABV de faire connaître la Bibliothèque et participer à la vie culturelle de la Ville et de la région (article 2 des statuts, et ci-dessus 2.1).

Il apparaît donc que plusieurs tâches inscrites au cahier des charges du/de la médiatrice/teur culturel/le recouvrent des objectifs prioritaires de l'AABV !

12.3. Rapprochements

Actuellement, c'est le Directeur de la Bibliothèque fait le lien entre les différents secteurs de l'institution et l'AABV, relayant les suggestions des professionnels ou dressant lui-même la liste de projets méritant un soutien de l'Association.

Puisque la médiation culturelle et l'AABV visent des objectifs communs, faudrait-il que le/la médiatrice/teur culturel/le fasse partie d'office du Comité de l'AABV ?

Convier le/la médiatrice/teur culturel/le permettrait sans doute de simplifier la communication interne et de gagner en efficacité. Lors du 175^e anniversaire, on a pu par exemple observer un certain cloisonnement entre l'AABV et la médiation culturelle de la Bibliothèque de la Ville, pourtant aux commandes de la grande majorité des manifestations.

⁷⁰ L'Impartial, mercredi 29 juin 2011, supplément Emplois

⁷¹ (en l'occurrence l'auteur de ces lignes)

Aller dans le sens d'un rapprochement entre l'AABV et la médiation culturelle semble logique, mais n'est pas sans conséquence. Une relation plus forte pourrait en effet diminuer l'autonomie de l'AABV. Ou au contraire orienter les travaux au quotidien du/de la médiateur/trice au nom du principe « qui paie, décide ».

La question pourrait également se poser pour les personnes en charge de la communication externe de la Bibliothèque de la Ville, en particulier la personne responsable des pages internet de la BV.

Dans tous les cas, opter pour de tels rapprochements aurait une influence sur l'organigramme de la Bibliothèque [reproduit au chapitre 14] en authentifiant les liens entre différents secteurs, ce qui suppose une nouvelle répartition des engagements et responsabilités.

Il n'est pas impossible qu'opérer ainsi soit le premier pas vers un redimensionnement à la baisse de l'AABV, vue alors comme unité de la Bibliothèque de la Ville.

12.4. *Less is more*

Au fond, l'AABV pourrait parfaitement remplir son rôle avec un minimum de membres, sans chercher une grande visibilité, sans actions extérieures. Elle serait alors, en toute transparence, une association « intermédiaire » entre une institution publique et des donateurs privés. Elle ne serait pas la première dans le cas, et n'en perdrait pas nécessairement sa crédibilité.

Dans cette perspective radicale, l'AABV serait constituée d'un Comité réunissant quelques personnes très au fait du *fundraising* contemporain et disposant d'un carnet d'adresses utiles. Un secrétariat idoine serait la pièce maîtresse d'une telle entreprise. Enfin, quelques personnes ayant un pouvoir de décision ou d'orientation à la Bibliothèque de la Ville (directrice/teur, responsable de service, médiatrice/teur culturel...) participeraient à ce Comité, lequel serait — une fois encore sans secret — une sorte de Service ou Bureau annexe à la Bibliothèque. Cette AABV pourrait alors apparaître dans l'organigramme officiel assorti d'un lien symbolique fort (trait plein plutôt que traitillé).

Parmi les avantages attendus figureraient une meilleure réactivité aux besoins de la Bibliothèque, une efficacité plus grande que le système de milice actuel et un gain en matière de communication.

Certes, cette AABV *light* perdrait son autonomie, puisque sa ligne d'action se confondrait peu ou prou avec celle de l'institution. Il est possible que certains donateurs craignent ou refusent cette proximité. De plus, en modérant l'importance des membres, on perdrait également le caractère « ami / âme » de l'AABV.

Cependant, ce redimensionnement pourrait être un début de solution aux problèmes soulevés, à savoir la confusion entre les missions propres à la délégation culturelle (organisation d'événements, réseautage, etc.) et les missions propres aux entités chargées de la communication externe (site internet, InfoLettres).



Se concentrer sur les opérations que la Bibliothèque de la Ville ne peut pas, en tant qu'institution publique, mener, comme la recherche de financements semble dès lors être pour l'AABV une perspective crédible, utile et nécessaire.

12.5. Ressources humaines

Cela implique toutefois un autre redimensionnement, ici à la hausse, celui de la médiation culturelle, qui doit pouvoir assumer ce que réalisaient, à titre bénévole et dans les limites de leur disponibilité, les membres du Comité de l'AABV.

Un bilan après six ans montre en effet que le poste de médiation culturelle, à un taux de 20%, est sous-doté en nombre d'heures pour mettre sur pied de nouvelles animations ou prestations tout en assurant un suivi efficace de l'offre faite au public. De plus, pour des questions de répartition des tâches [cf. organigramme chap. 14], elle ne peut assurer certains gestes élémentaires de communication telles que la mise à jour de l'agenda du site de la Bibliothèque ou la page Facebook. Exemples parmi d'autres. Un questionnement franc doit donc être mené sur l'orientation à donner à la médiation culturelle – l'abandonner et confier l'entier des actions d'animation aux autres services ; ou au contraire la développer.

12.5.1. Revoir les statuts ?

Cette réflexion pose finalement la question d'une révision des statuts de l'AABV. En effet, le premier but énoncé à l'article 2 stipule que l'Association veille à « [...] faire connaître les objectifs et les activités de la Bibliothèque de la Ville. » Or il apparaît que cet objectif est déjà une tâche de la médiation culturelle ou des personnes en charge de la communication, à l'interne ou au niveau de la Commune. Cette redondance, on l'a vu, a pu être selon les actions menées parfois bénéfique, parfois problématique.

12.5.2. Contrôle des processus

Les effets d'un redimensionnement de l'AABV vers une forme allégée pourraient faire l'objet d'un contrôle formel — par exemple lisibilité de l'organigramme — et informel — évaluation de la satisfaction des partenaires, des membres de l'AABV et des professionnels de la Bibliothèque de la Ville.

13. Aux limites de l'exercice

13.1. Un rôle d'interface

Ainsi se termine l'exercice consistant à passer une association existante et méritante au crible de la critique théorique.

Des propositions ont été faites pour rendre — si désiré — l'AABV encore plus efficace en matière de quête d'argent, plus visible et lisible en matière de communication interne et externe, plus attrayante en termes de *membership*, voire plus pertinente en termes organisationnels.



Des deux grandes orientations esquissées, AABV renforcée ou AABV allégée, notre préférence va aujourd’hui à la seconde, car elle est susceptible de régler plusieurs problèmes observés, notamment le chevauchement des missions – voire des actions – de la médiation culturelle, des services de communication et de l’Association.

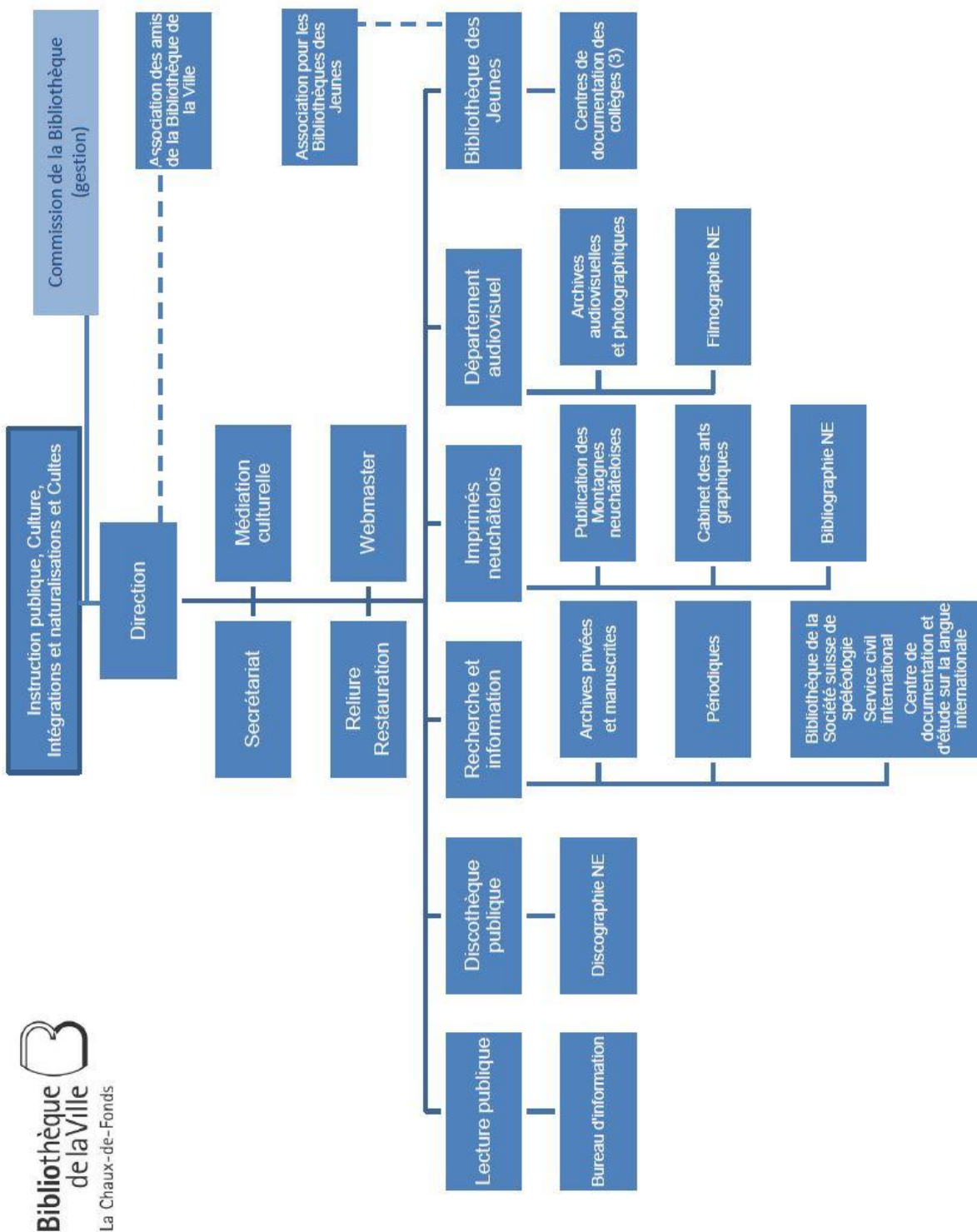
Quoi qu’il en soit, ces pistes font écho à leur manière aux valeurs de la Bibliothèque de la Ville telles que les formulent l’historien et archiviste Jean-Marc Barrelet dans la monographie publiée à l’occasion du 175^e anniversaire de l’institution : « Foyer culturel au cœur de la cité, la Bibliothèque est à la fois gardienne de notre mémoire collective, diffuseuse et créatrice de nos connaissances. Plus largement ouverte, elle demeure une institution utile à la lutte contre la barbarie, car il est des pays où l’on brûle encore des livres⁷². »

À l’heure où la Bibliothèque de la Ville doit se réinventer pour s’adapter aux nouvelles pratiques culturelles sans espoir de pouvoir augmenter à court terme ses ressources financières, l’Association des amis de la Bibliothèque, interface généreuse et dévouée disposant d’une belle liberté de manœuvre, n’a comme jamais un rôle crucial à jouer.

* * *

⁷² BARRELET Jean-Marc, « Introduction », p. 19, in BARRELET (2013)

14. Organigramme de la Bibliothèque de la Ville



KB / 25.01.18



15. Bibliographie et iconographie

BAUMANN Elodie. Réalisation d'une synthèse et d'un best practises destinés aux bibliothécaires de Suisse Romande concernant l'animation pour adultes et adolescents en bibliothèque de lecture publique, Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES, Genève : Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE), 2011

BARRELET, Jean-Marc (dir.). Entre lecture, culture et patrimoine, Neuchâtel : Alphil, 2013

BLANC, Julia et VOIROL, Pauline. 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, 2015

DE PIETRO Camille. Quatre courts-métrages pour la Bibliothèque la Ville de La Chaux-de-Fonds », document de travail, La Chaux-de-Fonds : Le Manoir, avril 2016

EMMENEGGER Isabelle. Conception d'un Espace multimédia à la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, Mémoire de Certificate of Advanced Studies (CAS), Université de Neuchâtel, 2017

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

GILBERT Raphaëlle. Services innovants en bibliothèque : construire de nouvelles relations avec les usagers, Mémoire d'étude, Diplôme de conservateur de bibliothèque, Villeurbanne : ENSSIB, 2010

HASELBACH Dieter, KLEIN Armin, KNUESSEL Pius, OPITZ Stephan. Der Kulturfarkt — Von Allem zu viel und überall das Gleiche. Eine Polemik über Kulturpolitik, Kulturstaat, Kultursubvention, München : Knaus, 2012

HUMAIR Jacques-André. Promouvoir la Bibliothèque de la Ville - Création d'une série de clips, Document interne, La Chaux-de-Fonds : Bibliothèque de la Ville, novembre 2015

MARTIN PFISTER Sonya et LEVRAT-PICTET Laurence. Comment gérer avec succès votre organisation sociale ou culturelle ou sportive ! Guide pratique de management en 88 conseils, Le Locle : G d'Encre, 2017 ou sur le site <http://fondation-arcanum.ch>

SANDOZ David. Repenser la médiation culturelle en bibliothèque publique : participation et quotidienneté, Mémoire de Diplôme de conservateur de bibliothèque, Villeurbanne : ENSSIB, 2010

THIRIET Mathilde. La formalisation de l'action culturelle — Réflexion à partir de l'exemple de la Médiathèque de l'agglomération troyenne, Mémoire d'étude pour le Diplôme de conservateur de bibliothèque, Villeurbanne : ENSSIB, 2005



RAPPORTS DE LA COMMISSION DE LA BIBLIOTHÈQUE, accessibles via le site de la Bibliothèque de la Ville de La Chaux-de-Fonds, <http://cdf-bibliotheques.ne.ch>

COTTING Patrick, SCHMUTZ Thomas, KNUESEL Pius et al., Supports de cours et documents annexes de la formation continue « CAS Promouvoir une institution culturelle », Université de Neuchâtel, Faculté des lettres et sciences humaines, Institut d'histoire de l'art et de muséologie IHAM, printemps et automne 2017

Illustrations

Archives de l'AABV, photos personnelles et captures internet.

Organigramme : Katia Billard

Note chronologique

Ce mémoire a fait l'objet d'une Soutenance orale le 27 janvier 2017 devant Jury et public. Un autre exemple d'action de l'AABV, la création de films promotionnels destinés aux plus jeunes, a servi de pivot à la présentation.

16. Remerciements

... particuliers à (par ordre alphabétique) :

Katia Billard, secrétaire de la Bibliothèque de la Ville

Isabelle Emmenegger, responsable de l'Espace musique de la Bibliothèque de la Ville

Christian Geiser, président de l'Association des amis de la Bibliothèque de la Ville

Jacques-André Humair, directeur de la Bibliothèque de la Ville

ainsi que

Patrick Cotting, Thomas Schmutz et Melissa Rérat, maîtres d'œuvre du riche et stimulant CAS Promouvoir...,

mon épouse, mes fils, mes collègues de la Bibliothèque et mes camarades de la Formation continue

17. Liste des annexes

Statuts de l'AABV

Bulletin d'adhésion (fichier impression)



18. Table des matières

1.	Introduction : une Bibliothèque communale et ses amis	2
1.1.	La problématique.....	2
2.	Une brève histoire de l'AABV	3
2.1.	Les quatre buts principaux de l'AABV (à partir des PV)	3
2.2.	Statuts et logos	5
2.3.	Séances et Assemblées générales	5
3.	Aider l'institution dans l'accomplissement de ses tâches culturelles et patrimoniales	5
3.1.	Un premier chantier comme étalon	5
3.2.	Le premier DVD du DAV	6
3.3.	Obstacles	7
4.	Soutenir les projets et les manifestations culturelles de la Bibliothèque	8
4.1.	Bibliothèques vivantes.....	8
4.2.	L'exemple du 175 ^e anniversaire	8
5.	Participer à la vie culturelle de la Ville et de la région.....	10
5.1.	Une association qui compte sur ses membres.....	10
5.1.1.	La sortie culturelle.....	11
6.	Faire connaître les objectifs et les activités de la Bibliothèque de la Ville	12
6.1.	Vers une meilleure visibilité de l'institution.....	12
6.2.	Exemple 1 – Bibli-eau-thèque	12
6.3.	Exemple 2 – Des sacs en coton organique	13
7.	Constats.....	15
7.1.	Dix ans déjà de bons et loyaux services	15
7.2.	Forces et faiblesses de l'AABV : éléments d'analyse <i>swot</i>	15
7.3.	Quelques menaces sur l'action de l'AABV.....	16
7.4.	Deux autres options possibles : croissance ou allègement.....	17
8.	Développer l'AABV en s'appuyant sur des outils du marketing culturel	18
8.1.	Viser la croissance	18
9.	Levées de fonds façon « chapitre deux »	18
9.1.	Pistes vers d'autres pratiques	18
9.1.1.	Développer des partenariats.....	19
9.1.2.	Cultiver le <i>sponsoring</i>	20
9.1.3.	S'essayer au <i>crowdfunding</i>	20
9.1.4.	S'ouvrir à des projets faisant appel à de nouveaux contributeurs	20
9.1.5.	Développer une BiblioBoutique	20
9.1.6.	Faire appel aux compétences externes.....	21



9.1.7.	Rendre certaines animations payantes.....	21
9.1.8.	Prendre le risque financier	22
9.1.9.	Tenter des expériences	22
9.2.	Contrôle des processus.....	22
10.	Communication façon « chapitre deux »	23
10.1.	Pistes pour communiquer une vision, des missions et des valeurs	23
10.1.1.	Mieux communiquer les missions, et donc les valeurs, de l'AABV	23
10.1.2.	Souligner l'empan de l'action de l'AABV	24
10.1.3.	S'appuyer sur un message fédérateur.....	24
10.2.	Spécificités de la Bibliothèque de la Ville	25
10.3.	Piste pour renouveler la communication	26
10.3.1.	Etablir systématiquement des budgets de communication	26
10.3.2.	Différencier canaux traditionnels et numériques	26
10.3.3.	Intéresser les médias.....	27
10.3.4.	Reconsidérer les conférences de presse	27
10.3.5.	Oser une communication avenante	27
10.3.6.	Se doter d'une lettre d'information consistante.....	28
10.3.7.	Disposer d'une page internet simple et indépendante.....	28
10.3.8.	Etre présent sur Wikipédia	29
10.4.	Pistes pour profiter des outils d'aujourd'hui.....	29
10.4.1.	Facebook, Twitter et les réseaux sociaux.....	29
10.4.2.	Communication virale ou buzz	29
10.4.3.	Veille d'actualité	30
10.5.	Pistes pour des actions communicantes	30
10.5.1.	Se donner des ambassadeurs ou des parrains	30
10.5.2.	Nommer des membres d'honneur	30
10.5.3.	Mener des actions significantes	31
10.6.	Contrôle des processus.....	31
11.	Sociétariat façon « chapitre deux ».....	31
11.1.	Être membre de l'AABV : pourquoi ?	31
11.1.1.	Se doter de rendez-vous VIP	32
11.1.2.	Jouer sur l'exclusivité.....	32
11.1.3.	Développer les sorties en groupe.....	32
11.1.4.	Elargir les partenariats et/ou coopérations	32
11.1.5.	Offrir des vernissages et des visites guidées adaptées	33
11.1.6.	Tenir compte de l'esprit de groupe	33



11.1.7.	Ne pas oublier les familles.....	33
11.1.8.	S'appuyer à l'occasion sur les membres actifs.....	33
11.1.9.	Valoriser le statut de membre donateur.....	34
11.2.	Contrôle des processus.....	34
12.	Un modèle allégé.....	35
12.1.	L'image du « troisième lieu ».....	35
12.2.	Médiation culturelle.....	35
12.3.	Rapprochements.....	36
12.4.	Less is more.....	37
12.5.	Ressources humaines.....	38
12.5.1.	Revoir les statuts ?.....	38
12.5.2.	Contrôle des processus.....	38
13.	Aux limites de l'exercice.....	38
13.1.	Un rôle d'interface.....	38
14.	Organigramme de la Bibliothèque de la Ville.....	40
15.	Bibliographie et iconographie.....	41
16.	Remerciements.....	42
17.	Liste des annexes.....	42
18.	Table des matières.....	43
19.	Contact.....	46

19. Contact

Thomas Sandoz

1, ruelle Montbrillant, 2300 La Chaux-de-Fonds

032 913 57 47 / 079 617 18 38 / thomas.sandoz@ccdille.ch / www.ccdille.ch

