

Université d'Artois
Journée d'étude « A quoi sert le livre ? »

Reconquérir le public des B.U.

Arras, 7 décembre 2010

Reconquérir le public des B.U.

1. L'analyse de la demande : l'évolution des pratiques d'information et des pratiques culturelles
2. Quelques questions qui se posent aux B.U.
3. Quelques initiatives intéressantes

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

CHIFFRES CLÉS 2010

STATISTIQUES DE LA CULTURE

Taux d'inscrits emprunteurs	2003	2004	2005	2006	2007	%
À échantillon constant de 1 326 bibliothèques	17,14	16,95	16,53	15,82	15,44	

Source : MCC/DLL/DEPS

En 2008 :
nouvelle
baisse à
14,8 %



Fermeture de 30 bibliothèques en Angleterre, baisse de 33 % du nombre de prêts en 10 ans. Baisse de la fréquentation : *In 2005, 16.4% of adults people attended their local library once a month. New research indicates that the figure had dropped to 12.8% last year.* <http://fb.me/lh5BVqde>



En France, baisse du prêt en bibliothèque universitaire dès 2006

Que se passe-t-il ?



Tosca consultants

3

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

la 1^{ère} génération à avoir grandi et à être quotidiennement entourée par les TIC...

pensent et digèrent l'information d'une manière fondamentalement différente de leurs prédécesseurs..

La structure même du cerveau des jeunes a physiquement changé ...

Les DG aiment fonctionner en **multitâche...**

Leur préférence va aux **illustrations plutôt qu'au texte**

Ils fonctionnent mieux en **réseau...**

"Dès que je suis à l'école, je dois **ralentir**" râle un lycéen



Digital Natives

Tosca consultants

Extrait de "On the Horizon (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, Octobre 2001)" / Marc Prensky , traduit par [Jeanine Barbé](#)

4

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Ceux qui ne sont pas nés dans l'ère numérique mais ont été fascinés par la nouvelle technologie au point de l'adopter, ceux-là je les appelle les **Immigrants du numérique...**

ils **conservent**, à un degré variable, leur **accent**, c'est-à-dire, leur pied dans le passé

Les "vieux" d'aujourd'hui ont d'une certaine façon été socialisés différemment de leurs enfants, et **sont à présent en plein processus d'apprentissage** d'une nouvelle langue...



Digital Immigrants

Ils **impriment un document** composé sur écran afin de le relire...

Ils passent un coup de fil pour dire « **As-tu reçu mon mail** »? ...

Tosca consultants

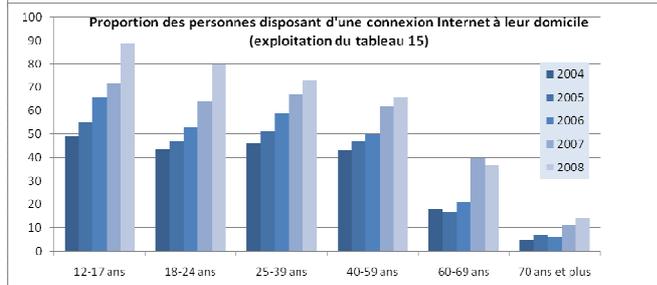
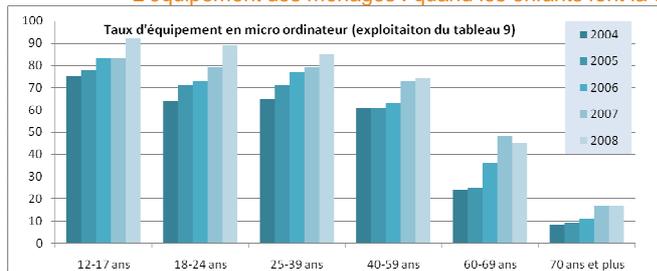
Extrait de "On the Horizon (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, Octobre 2001) / Marc Prensky , traduit par [Jeanine Barbé](#)

5

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Les raisons du changement

L'équipement des ménages : quand les enfants font la différence



C'est chez les familles avec de jeunes enfants, dans un ménage qui compte 3 personnes et + que l'on trouve le plus d'ordinateurs et d'accès domestique à Internet

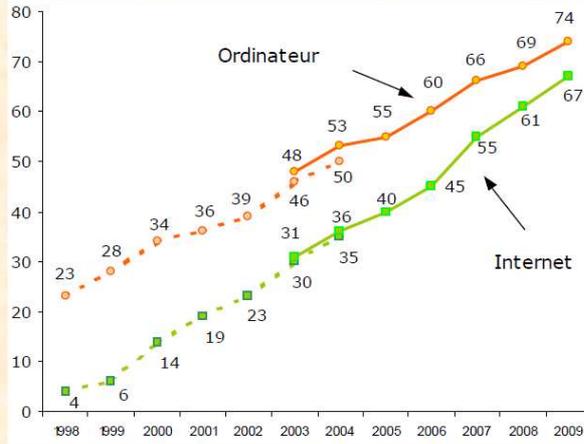
Source : La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française / Crédoc, 2008

6

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Taux de pénétration de l'ordinateur et d'Internet au domicile



Source : La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française / Crédoc, 2009

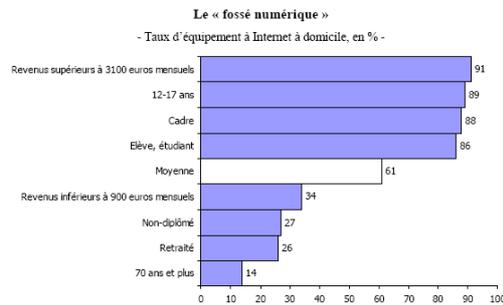
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français ».

Note : les courbes en pointillés portent sur les 18 ans et plus ; à partir de 2003, les courbes portent sur les 12 ans et plus.

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Illustration de la fracture ou du « fossé numérique »

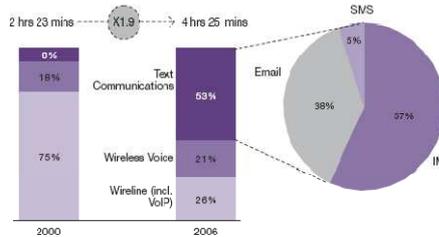


« Les retraités (26% sont connectés à Internet chez eux), les non-diplômés (27%) et les ménages modestes (34% des personnes revenu mensuel < 900 €) sont nettement moins souvent équipés qu'en moyenne (61%) ; dans ces groupes, le basculement dans l'ère numérique se fera sans doute plus lentement que chez les cadres (88%), les **étudiants (86%)**, les 12-17 ans (89%) et les hauts revenus (91%) ». Crédoc

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Communiquer par tous les moyens

Figure 2: Estimated Time Spent on Communications, Per Person, Per Week (France)



Source: CapGemini TME Strategy Lab analysis based on Arcep reports; I&ATE, Telecom 2.0: Emerging Uses and Implications for Carriers, June 2006; I&N Report, "Europe's Online Youth", 2006.

Tosca consultants

Le temps passé en France par personne et par semaine à des activités de télécommunication est passé de 2h23 en 2000 à 4 h25 en 2006

Téléphone filaire
Téléphone portable
« Communication textuelle »

Le succès de la communication textuelle touche particulièrement les jeunes : 75% des ados américains connectés utilisent IM (messagerie instantanée) contre 42% des adultes connectés.

Son intérêt : être discret et non intrusif, permettre le multitâche

Source Digital Natives: How Is the Younger Generation Reshaping the Telecom and Media Landscape? / CapGemini, avril 2007

9

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Les raisons du changement La fin des « héritiers »

« Alors que pour les générations précédentes, la variable « diplôme » était très discriminante pour un certain nombre de pratiques, le niveau d'études semble être de moins en moins déterminant auprès des nouvelles générations. Dans les rangs des générations Sida puis Internet, les plus diplômés ont progressivement dévié du comportement de leurs prédécesseurs pour atteindre des niveaux de pratique plus proches de ceux des bas diplômés pour l'écoute de la télévision, la lecture de livres ainsi que la sortie au concert de musique classique ». Olivier Donnat, Pratiques Générationnelles

Tosca consultants

Tableau 5 - Évolution de la lecture de livres

Date de l'enquête	1973	1981	1988	1997	2003
Ensemble	28	22	24	19	18
Genre					
Homme	31	23	22	17	14
Femme	26	21	25	22	22
Diplôme					
Bas diplôme	23	18	20	14	14
Haut diplôme	60	41	45	37	31
Région d'habitation					
Moins de 100 000 habitants	21	17	20	17	16
Plus de 100 000 habitants	35	24	26	19	19
Région parisienne	41	35	34	28	22
Statut familial					
Marié ou concubin	23	20	22	17	n.d.
Célibataire	45	33	29	23	n.d.
Autre	27	20	22	22	n.d.
Génération					
11 septembre					17
Interne*					15
Sida					16
Crise					20
Mai 68					19
Algérie					21
Libération	22	17	20	19	15
Classe d'âge					
15-24	-	33	26	19	17
25-34	-	27	28	20	14
35-44	-	20	25	21	20
45-54	-	17	18	19	20
55-64	-	17	22	20	19
65-74	-	17	21	18	19
75 et plus	-	12	19	14	18

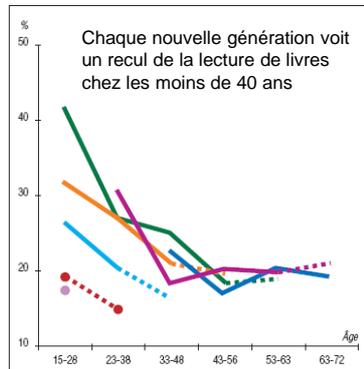
Pour lire ce tableau : 28% des personnes interrogées lors de l'enquête Pratiques culturelles des Français de 1973 déclaraient avoir lu 20 livres ou plus au cours des 12 derniers mois. À la même date, 42% des individus de la génération Mai 68 déclaraient avoir cette pratique.

Source : Dots, Ministère de la culture et de la communication/bsm (Esccv 2003)

10

Au mêmes âges, des pratiques différenciées : 2 exemples lecture et écoute de la musique

Graphique 6 – Courbes générationnelles de la pratique « Lecture de livres »

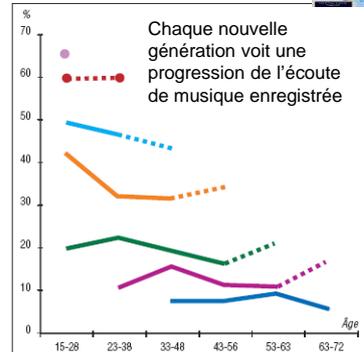


	15-28	23-38	33-48	43-56	53-63	63-72
11 sept.	17					
Internet	19	15				
Sida	26	20	16			
Crise	32	27	21	20		
Mai 68	42	27	25	19	19	
Algérie		31	18	20	20	21
Libération			22	17	20	19

Pour lire ce graphique : entre 15 et 28 ans, 19 % des individus de la génération Internet déclarent avoir lu 20 livres ou plus au cours des 12 derniers mois. Aux mêmes âges, les représentants de la génération 11 septembre sont 17 % à déclarer cette pratique.

Source : DEPS, Ministère de la culture et de la communication/INSEE (EPCV 2003)

Graphique 12 – Courbes générationnelles de la pratique « Écoute de musique enregistrée »



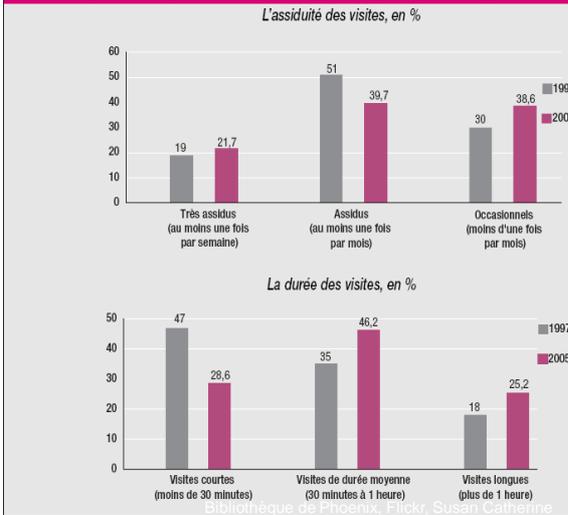
	15-28	23-38	33-48	43-56	53-63	63-72
11 sept.	66					
Internet	59	60				
Sida	49	46	44			
Crise	42	31	31	34		
Mai 68	20	22	19	16	21	
Algérie		10	15	11	10	17
Libération			7	7	9	5

Pour lire ce graphique : entre 15 et 28 ans, 59 % des individus de la génération Internet déclarent écouter de la musique enregistrée tous les jours. Aux mêmes âges, les représentants de la génération 11 septembre sont 66 % à déclarer cette pratique.

Source : DEPS, Ministère de la culture et de la communication/INSEE (EPCV 2003)

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Le temps de séjour dans les bibliothèques municipales s'est allongé



Tosca consultants

Baisse du public assidu (-11 points)
 Progression des occasionnels (+9 points)
 Baisse des visites courtes (-18 points)
 Progression des visites moyennes (+11 points) ou longues (+7 points)

Maresca, Bruno, avec la collab. de Christophe Evans et Françoise Gaudet, Crédoc, Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet. Epi-Centre Georges Pompidou, 2007.

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Modification des attentes

- Dès 1993, François de Singly : « Il semble que la télévision et le cinéma aient réussi à imposer un standard, la durée d'une histoire.[...] **L'appropriation du livre, sous la forme du roman, est ainsi déstabilisée par une telle exigence du « tout, tout de suite »** [Singly, François de, « Les Jeunes et la lecture », 206 p. (Les dossiers Éducation et Formations, 1993, n° 24)]
- L'univers culturel des jeunes est plus soumis qu'il ne l'a jamais été à des machines qui, dans les relations interactives qu'elles instaurent, imposent des rythmes et des temps, et **disqualifient la lecteur et le temps que réclame l'appropriation personnelle d'un livre.** [Baudelot, C., Cartier, M., Detrez, C., Et pourtant, ils lisent.... Paris, Seuil, 1999. (L'Épreuve des faits)]
- Les jeunes générations vivent désormais dans un contexte où les écrans tiennent une place considérable dans leurs pratiques de loisir, leurs discussions et, de manière générale, dans leur environnement familial, amical ou scolaire. Inévitablement, ce changement affecte leur relation à l'écrit - et à l'école -, modifie la manière dont ils structurent leur sociabilité ainsi que leur rapport au temps [...] **l'exigence du « tout, tout de suite » apparaît fermement chez les jeunes ; la mise en concurrence avec d'autres activités, type télévision ou cinéma, permet aux jeunes de penser que la lecture demande trop de temps, trop de concentration.** [Hersent, Jean-François, « Les pratiques culturelles adolescentes : France, début du troisième millénaire ». (BBF, 2003, n. 3, p. 12-21)]

« tout, tout de suite »

Des services personnalisés

L'émergence de la culture numérique a aussi généré auprès des consommateurs de **nouvelles exigences de personnalisation**. De mieux en mieux équipés d'instruments de reproduction, **les nouveaux consommateurs interviennent de façon plus active dans l'élaboration de leurs programmes culturels**. Ils développent également une nouvelle attente de liberté, de souplesse sur le lieu et le moment de la pratique et d'instantanéité qui s'oppose aux pratiques sociales et culturelles à temporalité lente comme la lecture. [Donnat, Olivier, DEPS, Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques. 12 p. (Pratiques et publics, n°2007-3)]

Tosca consultants

13

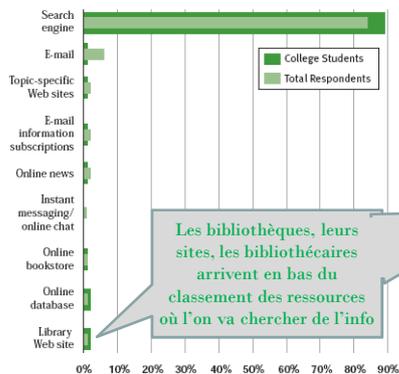
1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Les évolutions des pratiques et des attentes du public

Where Electronic Information Searches Begin—by College Students and Total Respondents

Where do you typically begin your search for information on a particular topic?

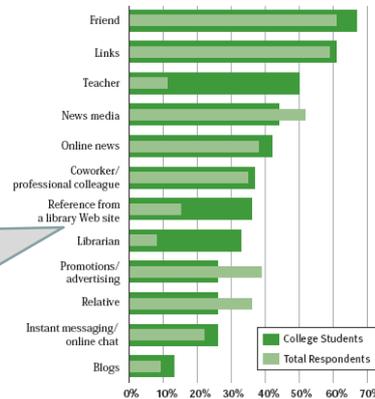


Les bibliothèques, leurs sites, les bibliothécaires arrivent en bas du classement des ressources où l'on va chercher de l'info

Source: Perceptions of Libraries and Information Resources, OCLC, 2005, question 520. Note: Only electronic resources with usage rates of 1 percent or more are represented on this graph.

Learning about Electronic Information Sources—by College Students and Total Respondents

Other than search engines, how do you learn about electronic information sources? (Select all that apply.)



Source: Perceptions of Libraries and Information Resources, OCLC, 2005, question 605.

14

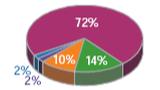
Etude menée par OCLC sur un total de 3 348 personnes de plus de 14 ans dont 396 étudiants de 1^{er} cycle (mai/juin 2005)

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Les évolutions des pratiques et des attentes du public

First Choice for Information Source—
by College Students



- Search engines
- Library (physical)
- Online library
- Bookstore (physical)
- Online bookstore

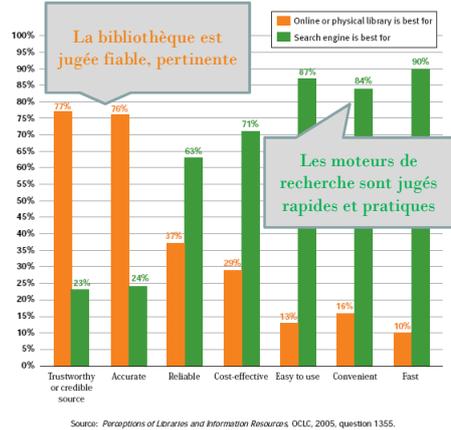
Source: *Perceptions of Libraries and Information Resources*, OCLC, 2005, question 1335.

Etude menée par OCLC sur un total de 3 348 personnes de plus de 14 ans dont 396 étudiants de 1^{er} cycle (mai/juin 2005). Australie, Canada, Inde, Singapour, Royaume-Uni, Etats-Unis

Tosca consultants

Attributes of the Library and Search Engine—
by College Students

Comparing an online or physical library to a search engine, please indicate which source is best described by the following:



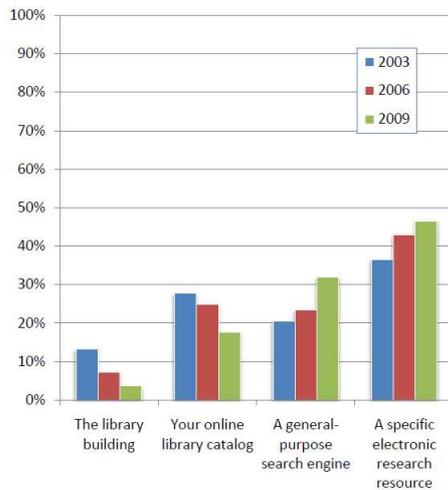
15

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Les évolutions des pratiques et des attentes du public

Figure 1: Starting point for research identified by faculty, in 2003, 2006, and 2009



Faculty Survey 2009:
Key Strategic Insights for
Libraries, Publishers, and Societies
April 7, 2010

<http://www.ithaca.org/ithaca-s-r/research/faculty-surveys-2000-2009/Faculty%20Study%202009.pdf>

Etude menée par Ithaca S+R aux Etats-Unis; 3025 questionnaires ont été exploités

16

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



Les pratiques de futurs chercheurs

- Ils ont tendance à ne parcourir qu'une partie limitée des documents consultés ;
- Ils passent autant de temps à leur recherche qu'à la consultation effective du document recherché ;
- Les usagers des documents électroniques ne lisent pas comme on lisait un document imprimé. Lire consiste à « scanner » le titre, le résumé et les informations visuellement mises en relief. Ces utilisateurs privilégient la lecture en ligne pour s'épargner une lecture du document papier qui ne permet pas cette photographie rapide des éléments clés ;
- La rapidité et la maîtrise apparente des jeunes usagers vont de pair avec une absence d'évaluation des informations. Il semblerait, notamment chez les jeunes usagers que la présence des mots de la recherche dans le corps du document leur suffit à considérer le document pertinent et à terminer leur recherche une fois le document imprimé (l'impression ayant quasiment valeur de lecture...) ;
- Les jeunes internautes maîtrisent mal leurs besoins en information, ne savent pas formuler leurs requêtes, ni établir une stratégie de recherche. Ils se contentent bien souvent d'interroger les moteurs avec des mots du langage courant ;
- Les jeunes ont une représentation simpliste de la cartographie des ressources en ligne et notamment des catalogues fédérés ;
- Ne trouvant pas les catalogues des bibliothèques d'une utilisation intuitive, ils préfèrent utiliser des outils familiers du type Yahoo ou Google ;
- Les usagers, et particulièrement les garçons, ne lisent pas l'information trouvée en ligne, mais préfèrent cliquer sur tous les liens présents sur la page.

Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research (CIBER) at University College London (UCL), Information Behaviour of the Researcher of the Future : a Ciber Briefing Paper. 11 janvier 2008, 35 pages

17

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information



- L'institution bibliothèque **n'est plus perçue** comme un lieu présentant des ressources et des compétences où il est pratique et rapide d'aller chercher de l'information.
- L'a-t-elle jamais été?
- Les bibliothèques ont-elles manqué le tournant du numérique en ne communiquant pas assez sur l'évolution de leur offre ?
- Pourquoi une telle convergence des résultats en France et à l'étranger malgré une offre très différente ?
- La cause n'est-elle pas aussi à trouver dans l'évolution des pratiques d'information et dans l'écart de plus en plus important qui existe entre l'offre des bibliothèques et les attentes des publics ?

Tosca consultants

18

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

La bibliothèque idéale ? Une librairie type *Virgin* ou *Fnac*

Dans les enquêtes les jeunes citent souvent ces enseignes comme modèles du lieu culturel où ils aiment aller car :

- On y va en groupe;
- On peut faire du bruit;
- On peut y rester des heures à commenter les ouvrages;
- On a accès aux nouveautés (le plus souvent sorties dans les bibliothèques);
- Quelquefois, il y a même un café!

Ces références sont citées dans l'étude faite par l'ESC de Lyon, mais aussi dans une étude réalisée auprès de 600 jeunes par le département de marketing de l'université du Missouri !



Tosca consultants

19

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Analyse SWOT	
Force	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Cadre en adéquation avec l'image de travail que représente la bibliothèque aux yeux des ados qui viennent pour étudier - Bibliothécaires compétentes - Offre complète - Touche toute la population. - Les bibliothèques de quartiers - Proximité du CC Part dieu pour la BM - Le guichet du savoir et le site Internet - La politique de prix 	<ul style="list-style-type: none"> - Communication Interne - L'environnement tel qu'il est aujourd'hui ne correspond pas aux attentes d'un adolescent en terme de loisirs - Manque de nouveautés - Problème des DVD - Pas de ligne de démarcation entre les départements à tendance loisirs ou culturels - Places pour travailler - La cible adolescent ne perçoit pas la communication externe. - Les accès Internet sont limités et ne sont pas en phases avec les attentes et demandes des adolescents. - Relations avec les bibliothécaires - Pas de lieu pour échanger - Pas de salles dédiées aux groupes
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Entrée pignon sur rue - Les adolescents ne rejettent pas la bibliothèque - Les nouvelles technologies - Les adolescents sont demandeurs de lieu de rencontre, d'échange,... - L'attrait des ados aux NTIC, à la musique et aux DVD 	<ul style="list-style-type: none"> - Substituabilité par Internet : recherche d'informations, téléchargement, rencontres, Msn - Numérisation des ouvrages sur Internet - Fnac, Virgin dans le domaine loisir - Manque d'intérêt pour la lecture - Concurrence avec les CDI

Etude réalisée par A. JAMET; JB ROGASIK ; et T. ROUSSEAU pour la Mission ville de Lyon et la BM de Lyon dans le cadre du Mastère Spécialisé Marketing et Management des Services

Tosca consultants

20

1. L'analyse de la demande : prendre en compte l'évolution des pratiques culturelles et des pratiques d'information

Le Web concurrence les bibliothèques dans leur fonction documentaire (immédiateté, caractère pratique)

Il les concurrence également dans leur fonction de loisir (téléchargement musique, vidéo).

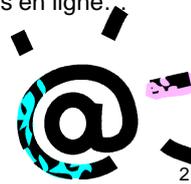
Bibliothèques universitaires et bibliothèques de lecture publique vont devoir probablement engager une double évolution



- o (re)devenir des lieux agréables à fréquenter où l'on aura envie de s'installer pour consulter une vidéo, écouter un conférencier, lire la presse, discuter avec les autres usagers, travailler seul ou en groupe...
- o proposer des outils conformes aux standards de la culture du numérique, répondant à cette demande d'immédiateté, de personnalisation des services, offrir des contenus en ligne.



Tosca consultants



21

1. L'analyse de la demande

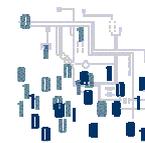
Un nouvel enjeu pour les bibliothèques : répondre aux attentes des nouvelles générations

Accroître l'offre de ressources en ligne

Améliorer l'accessibilité de ces ressources, donner envie de découvrir les collections

Personnaliser les services : aller au-devant de la demande

Associer les usagers, les faire participer... et modifier ainsi son image, son statut de temple du savoir



Tosca consultants

22

2. Quelques questions qui se posent aux B.U.

Accroître l'offre de ressources en ligne, l'adapter ? La faire connaître ? La rapprocher des usagers ?



Améliorer l'accessibilité de ces ressources, donner envie de découvrir les collections

Personnaliser les services : aller au-devant de la demande



Associer les usagers, les faire participer... et modifier ainsi son image, son statut de temple du savoir !

Tosca consultants

23

2. Quelques questions qui se posent aux B.U.

Les conditions d'accueil répondent-elles aux attentes des jeunes générations ?

- Pouvoir travailler seul ou en groupe, au calme ou en musique...
- Utiliser son ordinateur ou un ordinateur de la B.U., accéder à la messagerie instantanée, naviguer... tout en écoutant de la musique
- Boire et manger tout en lisant
- Se distraire...



Tosca consultants

24

3. Quelques initiatives intéressantes

Amusez-les !

La bibliothèque de l'université de Calgary ouvre un espace consacré à utilisation d'une très grande collection de jeux vidéo

<http://fb.me/K15xegMA>

'It certainly makes coming to the library cooler'



Aidez-les à trouver un stage ou un emploi.

Service d'autoformation et médiation pédagogique dans une bibliothèque américaine <http://fb.me/GyJrAq7c>



Avec l'ACRL, réfléchissez à la valeur ajoutée des bibliothèques d'étude et de recherche

http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/issues/value/val_summary.pdf

- Enhance library contribution to student job success
- Develop systems to collect data on individual library user behavior, while maintaining privacy...

Tosca consultants

25

3. Quelques initiatives intéressantes

Suivez l'exemple de la bibliothèque de l'université de Floride du Sud.

Comment s'y prend-elle pour attirer les étudiants ?

Avec ses 2 millions d'entrées annuelles, la B.U. semble bien avoir analysé l'évolution des attentes : café ouvert jusqu'à 3 h du matin, cours conçus par la B.U. et dispensés dans ses murs, offre de connexions à tout heure et à partir de tout terminal... <http://www2.tbo.com/content/2010/sep/13/130910/usf-library-bustling-but-not-with-books/news-breaking/>



Adaptez le service de référence : messagerie instantanée, SMS

http://www.libraryjournal.com/lj/home/886418-264/can_mobile_tech_collaboration_and.html.csp

Adoptez une approche marketing, foncez sur le web 2.0 et inspirez-vous pour cela des travaux de l'IFLA :

<http://www.sub.su.se/ifla/program.htm>

Inventez de nouveaux services, par exemple un service de tutorat : le centre d'écriture.

<http://utsa.edu/today/2010/10/writingcenter.html>



Tosca consultants

26

3. Quelques initiatives intéressantes



Nourrissez-les pendant leurs révisions

Pour soutenir les étudiants qui préparent leurs examens, la bibliothèque publique leur offre des repas légers.

<http://www.westport-news.com/news/article/With-free-snacks-library-preps-students-for-525311.php>

Prêtez-leur des readers ou proposez-leur des contenus pour ces readers



<http://www.independent.co.uk/life-style/house-and-home/50-of-us-college-students-plan-to-buy-an-e-reader-before-autumn-term-2024676.html>

3. Quelques initiatives intéressantes

Jouez la carte de la mobilité

8 à 10 % des recherches sur le Web s'effectuent à partir d'un mobile :

http://www.mediapost.com/publications/?fa=Articles.showArticle&art_aid=130310.

Dès 2012, le taux devrait dépasser 25% : ...

<http://www.businessinsider.com/chart-of-the-day-total-searches-on-smartphones-and-pcs-2010-6#ixzz0rD6byGHD>

The future is mobile, is your library ready ?, c'est le sujet de la conférence en ligne organisée par le Library Journal et OCLC.

Lisez un rapide compte rendu : <http://www.libraryjournal.com/lj/home/885270-264/the_future_is_mobile_strategy.html.csp>.

Écoutez l'enregistrement (3 h) :

<https://oclc.webex.com/ec0605lb/eventcenter/recordin...g/recordAction.do;jsessionid=XG4mMZqX5dLycdjqLnVrB40hcmPC1H7PJnL9W8cCC4T5QpRTvvt1459433112?theAction=poprecord&actname=%2Feventcenter%2Fframe%2Fg.do&apiname=lsr.php&renewticket=0&actappname=ec0605lb&entappname=url0107lb&needFilter=false&isurlact=true&entactname=%2FnbrRecordingURL.do&rlD=40667817&rKey=28d019e1237a3e00&recordID=40667817&rnd=2491496907&siteurl=oclc&SP=EC&AT=pb&format=short>

3. Quelques initiatives intéressantes

Faites la fête avec eux !

Grande fête à la B.U. pour détendre les étudiants stressés par la préparation des partiels. Facebook a été mis à profit pour les invitations.

Les 3 vidéos montrent que cela a été une réussite !

http://www.youtube.com/watch?v=QJm99MNenQQ&feature=player_embedded

Lisez l'article sur le Library Journal : <http://www.libraryjournal.com/article/CA6711077.html?rssid=191>



Travaillez votre image !



Voici une équipe de bibliothécaires qui s'amuse bien en parodiant Lady Gaga.

Lisez l'article de présentation :

<http://www.mynorthwest.com/?nid=11&sid=328600>

Regardez la vidéo (4 mn 23), c'est drôle.

http://www.youtube.com/watch?v=a_uzUh1VT98&feature=player_embedded

Tosca consultants

29

Merci de votre attention !

Tous les exemples de la 3^{ème} partie
sont issus du service de veille sur
les mutations des bibliothèques
disponible sur



<http://twitter.com/marcmaisonneuve>

ou par fil RSS

http://twitter.com/statuses/user_timeline/74480543.rss



<http://www.facebook.com/pages/Paris-France/Tosca-consultants/47222899149>

ou en page veille : <http://www.toscaconsultants.fr/veille.htm>

