

**Ecole Nationale Supérieure  
des sciences de l'Information  
et des Bibliothèques**

**Diplôme de conservateur de bibliothèque**

**PROJET DE SERVICE**

**PLAN DE COMMUNICATION  
DU POINT RESSOURCES  
ORIENTATION FORMATION EMPLOI  
DU RÉSEAU DES BIBLIOTHÈQUES DE LYON**

**Estelle BOEUF : suivi des plannings  
Katie BRZUSTOWSKI : gestion documentaire du projet  
Sandrine LETURCQ : communication de l'équipe  
Martine MAUVIEUX : compte-rendu des réunions  
Marie-Thérèse NISHIOKA : chef de projet**

**sous la direction de  
Madame Florence Muet .**

**juillet 1997**

# JOURNAL DE BORD DE LA DEMARCHE

## I. Lettre de mission.

### 1. Analyse de la demande.

Commanditaire : le conservateur responsable du département *Société* de la bibliothèque de la Part-Dieu.

Objectif : réaliser le plan de communication du «Point Ressources Emploi» situé dans la salle du département *Société*.

La lettre de mission donnait la possibilité d'étendre le plan de communication à l'ensemble des «Points Ressources Emploi» du réseau de la Bibliothèque municipale.

C'est à la suite de cette observation que nous avons senti la nécessité d'établir l'état des lieux dans les bibliothèques d'arrondissements.

### 2. Axes essentiels pour l'établissement du plan de communication.

Notre fil conducteur était de :

- déterminer les cibles,
- préciser les messages,
- réfléchir à des supports,

Jusqu'à l'intervention de Martine Vila, experte en communication, ces trois axes ont orienté toute notre démarche.

### 3. Désignation de l'équipe projet et du chef de projet.

Répartition des rôles selon les compétences et les goûts de chaque membre du groupe.

**Estelle BOEUF** : suivi des plannings

**Katie BRZUSTOWSKI** : gestion documentaire du projet

**Sandrine LETURCQ** : communication de l'équipe

**Martine MAUVIEUX** : compte-rendu des réunions

**Marie-Thérèse NISHIOKA** : chef de projet

Chacune s'y est tenue.

### 4. Préfiguration de la première semaine de stage.

Prise de rendez-vous avec les personnes citées dans la lettre de mission.

Renseignements pris sur ce qu'est un «Point Ressources Emploi» :

- auprès des collègues (l'une d'entre elles nous a remis le guide de la médiathèque intercommunale de Fos-sur-Mer)
- dans la littérature professionnelle (article d'Anne-Marie Boyer sur le «Point Ressources Emploi» dans l'ouvrage de Bertrand Calenge intitulé *Accueillir, orienter, informer*).

Prise de connaissance de ce qu'est un cahier des charges.

## **II. Analyse de l'existant : découverte du terrain du projet durant la première semaine de stage (10 au 14 février 1997).**

Visite rapide du «Point Ressources Emploi» à la bibliothèque de la Part-Dieu.

### **1. Mise au point avec le commanditaire sur la lettre de mission.**

- Entente sur les objectifs.
- Accord pour prendre en compte le réseau.
- Explications sur la dispersion de la documentation sur deux étages (documentation nationale au département *Société* et documentation régionale au département *Rhône-Alpes*). Cela répond à la logique de la départementalisation et, d'après les responsables, cela est bien compris par le public.

### **2. Rassembler les éléments d'information sur l'historique du «Point Ressources Emploi».**

A partir de la documentation mise à notre disposition :

- nous avons appris que l'origine de ce service était un C.R.M. (Centre de responsabilité municipale) et qu'il émanait donc d'une volonté municipale
- nous avons pris connaissance des noms des personnes impliquées dans la création de ce service
- nous avons consulté les projets de plaquettes destinées à le faire connaître (la première d'entre elles était commune à l'ensemble du réseau).

A partir des entretiens menés à la bibliothèque de la Part-Dieu, nous avons appris que :

- les départements *Société et Rhône-Alpes* et les bibliothèques d'arrondissements ont été concernés par le projet de «Point Ressources Emploi» dès le début du C.R.M.
- une visite de la *Cité des métiers* à La Villette a été effectuée par des conservateurs et bibliothécaires intéressés par le projet
- personne ne peut expliquer le choix de la désignation «Point Ressources Emploi» pour ce service
- Catherine Paillet, médiatrice au département *Société*, reçoit des groupes constitués avec l'interdiction d'accueillir les individuels.

### **3. Etude des «Points Ressources Emploi» en fonction de trois axes : cibles, messages, supports.**

Nous avons étudié la signalisation, la signalétique, et les fonds des :

- deux «Points Ressources Emploi» à la bibliothèque de la Part-Dieu (au département *Société* et au département *Rhône-Alpes*)
- des onze «Points Ressources Emploi» dans les bibliothèques d'arrondissements (visites en demi-groupes).

Nous nous sommes entretenues avec les responsables de pôles, dont la coordinatrice du réseau et la responsable des médiateurs, et avec quelques médiateurs. Nous avons abordé avec eux les thèmes suivants :

- leurs relations avec la bibliothèque de la Part-Dieu,
- les spécificités du public des bibliothèques d'arrondissements,
- si, d'après eux, le terme «Point Ressources Emploi» est compris, connu du public,
- l'opportunité d'un plan de communication commun à l'ensemble du réseau,
- l'équipement matériel des bibliothèques d'arrondissements (notamment en photocopieuses et magnétoscopes).

Tous ces éléments nous ont semblé importants car nous envisageons la réalisation d'un plan de communication commun à la bibliothèque de la Part-Dieu et aux bibliothèques d'arrondissements.

#### **4. Bilan de la première semaine de stage.**

##### **a. Hétérogénéité des situations :**

- hétérogénéité des «Points Ressources Emploi» (fonds, signalétique et signalisation, gestion, animation),
- relations plus ou moins étroites entre la bibliothèque de la Part-Dieu et les bibliothèques d'arrondissements,
- différence de public entre la bibliothèque de la Part-Dieu et les bibliothèques d'arrondissements,
- sous-équipement de certaines bibliothèques d'arrondissements (un interlocuteur évoque la possibilité d'une vidéo pour diffuser les informations sur le Point Ressources Emploi).

##### **b. Divergences d'opinion :**

- sur les publics visés : à la Part-Dieu "tous" les publics, mais de préférence les usagers autonomes ; dans les bibliothèques d'arrondissements tous les publics, dont certains non autonomes.
- sur les supports de communication : certains membres du personnel sont pour une plaquette commune car les publics fréquentent plusieurs bibliothèques, d'autres préfèrent une plaquette pour chaque bibliothèque car les fonds sont différents.

Le constat de ces contradictions entre les membres du réseau, a mis en évidence la difficulté de réaliser un plan de communication commun. Cependant, nous avons décidé d'essayer de dépasser ces contradictions pour englober tout le réseau dans le projet. En effet, cela nous semblait important car :

- malgré les différences des services équivalents existent dans tout le réseau
- le public fréquente plusieurs bibliothèques
- communiquer aussi sur les «Points Ressources Emploi» des bibliothèques d'arrondissements est un moyen de ne pas attirer trop d'usagers à la Part-Dieu (ce danger nous a été présenté par le commanditaire).

### **III. Cahier des charges de l'équipe projet.**

#### **1. Elaboration.**

Au cours de l'élaboration du cahier des charges, nous avons pris conscience que ce document nous engageait vis à vis de notre commanditaire. Nous avons donc mentionné que nos propositions formulées après diagnostic n'étaient ni exhaustives ni définitives pour nous laisser la possibilité de les compléter après analyses complémentaires.

#### **2. Discussion et validation.**

La revue de projet du 21 mars a mis à jour un malentendu : le commanditaire croyait que nous lui présentions le cahier des charges du projet ; nous avons dû lui expliquer qu'il s'agissait du cahier des charges de l'équipe projet (par exemple le budget était celui de l'équipe projet et non celui de la mise en oeuvre du projet).

D'autre part , le commanditaire nous a demandé de préciser la différence entre "acteurs impliqués" et "acteurs concernés".

Les corrections suivantes, demandées par le commanditaire, ont été effectuées :

- suppression des noms de personnes qui figuraient dans le cahier des charges,
- suppression de la mention de deux «Points Ressources Emploi» à la bibliothèque de la Part-Dieu (départements *Société* et *Rhône-Alpes*) : il y a un seul «Point Ressources Emploi», au département *Société*, avec un complément en *Documentation Rhône-Alpes*.

Une discussion s'est ouverte sur la nécessité d'une enquête auprès du public :

- le commanditaire se dit intéressé par un questionnaire soumis au public au département *Société*,
- Le tuteur y est hostile car elle considère que c'est trop lourd et qu'il est préférable de s'appuyer sur des enquêtes déjà faites dans d'autres bibliothèques,
- quant à nous, nous nous sommes interrogées sur la pertinence d'une enquête qui ne concernerait que le public de la bibliothèque de la Part-Dieu.

Nous avons remis le cahier des charges corrigé au commanditaire le 9 avril.

## **IV. Enquêtes et analyses complémentaires : 2<sup>e</sup> semaine de stage et semaines suivantes.**

Avant d'en venir à la rédaction du plan de communication, notre objectif était de préciser encore cibles, messages et supports. Dans cette optique, nous avons mené des entretiens complémentaires avec le personnel de la bibliothèque municipale.

### **1. Entretiens avec le personnel de la bibliothèque.**

Nous avons rencontré :

- le Directeur de la bibliothèque, que nous avons interrogé sur l'orientation de la politique de la bibliothèque municipale, en ce qui concerne les «Points Ressources Emploi».

- la responsable de la *Communication interne*, à qui nous avons demandé des renseignements sur la formation et l'information du personnel.

- le responsable du *Service flux et bâtiments*, auprès de qui nous avons évoqué le sous-équipement de certaines bibliothèques d'arrondissements et l'éventuelle réalisation d'un film.

- la responsable du *Service du public*, nous a donné les consignes concernant la charte graphique, la signalisation, la signalétique, l'accueil et les supports de communication (borne, plaquettes, affichettes...).

- la responsable intérimaire du *Service des relations publiques et des relations avec la presse* : nous l'avons interrogée car nous envisagions des actions dans les médias (journal *Topo*, presse, radio, télévision). Elle est étonnée que le service n'ait pas été informé de notre travail et contrariée de l'intervention d'une experte en communication ; le service participerait éventuellement à la mise en place du plan de communication.

A la suite de ces deux derniers entretiens, il nous est apparu regrettable que le *Service du public* et le *Service des relations publiques et des relations avec la presse* n'aient pas été associés au projet dès le début. Il aurait été souhaitable que ces services fassent partie du comité de pilotage.

### **2. Enquête auprès du public au «Point Ressources Emploi » du département *Société*.**

Elle nous est finalement apparue utile. Par crainte de réponses tardives, nous n'avons pas pu intégrer de questions concernant le «Point Ressources Emploi» dans

le questionnaire élaboré par le groupe projet travaillant sur l'accueil à la bibliothèque de la Part-Dieu.

Nous avons donc réalisé un sondage sur deux jours, limité en raison des impératifs de temps au «Point Ressources Emploi» du département *Société*.<sup>1</sup> Nous avons interrogé les personnes qui fréquentaient cet espace, pour identifier :

- le profil des usagers,
- leurs besoins,
- leur démarche,

et confirmer nos hypothèses sur :

- la désignation impropre
- la signalisation et la signalétique défectueuses.

### **3. Enquête auprès des bibliothèques.**

Contacts téléphoniques avec l'Association des bibliothécaires français et la *Direction du Livre et de la Lecture*, pour savoir si une enquête sur des services similaires dans les bibliothèques publiques françaises avait déjà été faite : aucune enquête ne semble avoir été menée.

Contacts par téléphone et par fax (envoi de questionnaires) auprès de 43 bibliothèques municipales, sélectionnées selon 3 critères :

- offrant un service analogue.
- situées dans des quartiers sensibles ou des villes particulièrement touchées par la crise économique.
- suffisamment importantes pour promouvoir ce type de service.

Résultat de cette enquête : seules 7 bibliothèques interrogées ont développé ce type de service.<sup>2</sup>

### **4. Enquêtes auprès d'organismes extérieurs spécialisés dans le domaine de l'orientation, l'emploi et la formation.**

Il s'agissait de :

- savoir comment ce service de la Bibliothèque municipale est perçu,
- savoir comment ces organismes communiquent auprès de leur public (connaissance de leur public, messages, supports de communication),
- collecter leurs supports de communication.

Nous avons constaté que le "Point Ressources Emploi" a peu de notoriété et que la Bibliothèque municipale est au mieux un relais ponctuel.

---

<sup>1</sup> Voir questionnaire et résultats en annexe du plan de communication.

<sup>2</sup> Voir enquête et résultats en annexe du plan de communication.

Ces organismes ont rappelé que la Bibliothèque municipale devait impérativement rester dans une logique d'offre documentaire et ne pas vouloir jouer un rôle social qui ne lui incombe pas. Il serait dangereux d'abuser de la détresse des demandeurs d'emploi en leur tendant un miroir aux alouettes (cf. entretiens).

Nous avons donc décidé d'être vigilantes sur les messages afin de ne pas créer une confusion dans l'esprit du public.

## **V. Rédaction du plan de communication.**

### **1. Intervention d'une consultante en communication.**

Nous lui avons exposé notre demande.

Nous lui avons remis le cahier des charges du projet.

Nous lui avons communiqué le résultat de nos analyses complémentaires.

Elle nous a fait un exposé général sur la communication.

Elle nous a proposé un cadre de rédaction et donné quelques exemples.

### **2. Partage du travail.**

Chaque personne du groupe s'est chargée de la rédaction d'un chapitre.

### **3. Harmonisation du plan de communication.**

Nous avons émis des critiques et réalisé des corrections en vue de la cohérence du document.

### **4. Nouvelle intervention de l'experte en communication.**

Réflexion sur le plan de communication : nous nous interrogeons sur l'opportunité de recourir aux médias, la consultante insiste sur le fait que si la bibliothèque municipale veut communiquer, elle doit s'en donner les moyens et intervenir dans les médias dans le cadre d'émissions ciblées (et non de publicité) qui touchent des publics également ciblés.

### **5. Réalisation d'un projet de plaquette**

Nous avons analysé des plaquettes et des projets de plaquette :

- de la bibliothèque municipale,
- d'autres bibliothèques (Fos-sur-Mer, Saint-Quentin-en-Yvelines,...),
- d'organismes oeuvrant dans le même secteur.

## **VI. Dernière revue de projet le mercredi 2 juillet.**

L'ensemble du personnel de la bibliothèque a été convié par le commanditaire à assister à cette revue de projet.

Personnes présentes :

- le commanditaire et responsable du département *Société*,
- la médiatrice au département *Société*,
- un bibliothécaire du département *Société*,
- les conservateurs responsables de bibliothèques d'arrondissements,
- la médiatrice d'une bibliothèque d'arrondissement.

Nous avons regretté l'absence d'un responsable du *Service des relations publiques et des relations avec la presse*, d'un responsable du *Service du public* ainsi que celle du conservateur responsable de la *Documentation Rhône-Alpes*.

Les critiques suivantes ont été formulées :

- Le commanditaire conteste notre proposition de faire connaître le plan de communication au personnel. Nous avons pourtant diffusé en avril, dans le bulletin interne de la bibliothèque, un communiqué concernant notre travail.

- Le commanditaire et la médiatrice du *département Société* ont montré des réticences à diffuser une plaquette commune sur l'ensemble du réseau, tandis que les responsables de bibliothèques d'arrondissements y sont favorables.

- Concernant le contenu de la plaquette, certaines personnes s'opposent à l'utilisation du terme «métiers», qui selon elles ne recouvre pas les trois notions d'orientation, formation et emploi. D'autres approuvent ce choix. Le mot «Infos» est critiqué par le commanditaire qui préférerait le terme «documentation».

- Concernant la forme de la plaquette, le commanditaire nous reproche de n'avoir pas choisi un papier vert (couleur du département *Société*) pour le support de communication. Nous estimons que cette critique n'est pas fondée dans la mesure où nous avons choisi d'englober le réseau et donc de diffuser un support d'une couleur qui ne soit pas utilisée par les départements.

Nous avons noté un désaccord dans l'équipe de la bibliothèque municipale à propos de la pertinence d'un logo spécifique au «Point Ressources Emploi ». Il nous est reproché de n'avoir pas dessiné de logo.

- Concernant la diffusion de messages à la radio et à la télévision, quelques personnes manifestent la crainte d'attirer un public trop nombreux impossible à satisfaire. Florence Muet approuve cette critique qui est réfutée par une responsable de bibliothèque d'arrondissement. Cette dernière demande au commanditaire ce qu'il attend du plan de communication, ajoutant

: «Si vous voulez un plan de communication, prenez-en les moyens». La médiatrice de la bibliothèque d'arrondissement est également favorable à l'utilisation de ces médias.

**ENSSIB DCB 6**

**E. Boeuf, K. Brzustowski, S. Leturcq, M. Mauvieux, M-T Nishioka**

**CAHIER DES CHARGES (09 avril 1997)**

**Projet de service**

**Elaboration du plan de communication du  
POINT RESSOURCES EMPLOI  
à la bibliothèque municipale de Lyon**

**I. Titre du projet**

Etablissement d'un plan de communication en vue de valoriser le **POINT RESSOURCES EMPLOI** de la bibliothèque municipale de Lyon.

**II. Contexte**

**1) Historique du Point Ressources Emploi**

**En 1993** la **Municipalité de Lyon** crée un **CRM** (Centre de Responsabilité Municipale) ayant pour objectif **l'insertion sociale**. Pour cela elle demande à la BM Part-Dieu et à ses annexes de réaliser un service particulier permettant au public de trouver une documentation sur l'emploi, la formation et l'orientation.

## **a) à la BM de la Part-Dieu**

### **en 1993**

- Visites de services d'information sur l'emploi (ANPE, Chambre de commerce et de l'industrie, ...)

### **en 1994**

- Création de d'un **Point Ressources Emploi** (aux futurs départements *Société et Documentation Rhône-Alpes*) dans le cadre du CRM 1993/94.

- Rédaction d'un catalogue de ressources documentaires : *Travail-Emploi-Formation* (avril 94).

- Rédaction d'une liste des organismes : *Répertoire des organismes sociaux lyonnais* (avril 94).

- Visite, par les personnes citées ci-dessus, de la *Cité des métiers* à La Cité des sciences et de l'industrie de La Villette à Paris (le 25 novembre 1994), suivie d'un compte-rendu (daté du 8 décembre).

- Collecte d'une documentation sur des expériences similaires (notamment la brochure *Accueillir et informer les demandeurs d'emploi* de la bibliothèque Bajatière de Grenoble, datée de novembre 1993)

### **en 1995**

- Collecte d'une documentation sur des expériences similaires (plaquette *Une information sur les métiers et l'orientation professionnelle* de la BPI, datée de septembre 1995 ; *1001 livres sur la vie professionnelle* de la bibliothèque publique de Marne-la-Vallée, ...)

- Création en mai d'un poste de médiateur occupé par Catherine Paillet, avec pour fonction spécifique la constitution d'une documentation actualisée sur l'emploi et la formation et l'accueil des groupes adressés par les centres de formation.

### **en 1996**

- Mise à jour des documents. En mars : *Travail-Emploi-Formation* et en juin : *Répertoire des centres de documentation de la région lyonnaise*.

- Collecte d'une documentation sur des expériences similaires (plaquette *Emploi-formation : le guide des ressources* de la médiathèque intercommunale de la Ville Nouvelle de Fos).

## **b) dans les annexes**

### **en 1990**

- Mise en place d'un **Point Ressources Emploi** à l'annexe de la *Condition des soies* (1<sup>er</sup> arr.)

### **en 1994**

- Réalisation du Point d'information sur l'orientation, la formation et l'emploi dans la plupart des annexes.

## **c) la Municipalité de Lyon**

### **en 1995**

- Création de 11 postes de médiateurs ayant pour rôle de mener des actions "de proximité" pour aller à la rencontre de publics non lecteurs et les amener à la bibliothèque. (cf. rapport annuel 1995, p.10)

La plupart des médiateurs animent le **Point Ressources Emploi**.

## **2) Stratégie de l'équipe projet par rapport au réseau de la bibliothèque de Lyon après l'analyse de l'existant**

- La lettre de mission, datée de janvier 1997, n'évoque que le **Point Ressources Emploi** installé à l'intérieur du *Département Société* de la BM de la Part-Dieu. Il y est dit, dans les objectifs du projet : "Le Département Société souhaite valoriser le **Point Ressources Emploi** et pour cela établir un plan de communication interne". Nous avons délibérément étendu ce souhait à l'ensemble des **Point Ressources Emploi** du réseau.

- Il ressort, après l'analyse de l'existant, que les **Points Ressources Emploi** représentent bien un **service documentaire** inscrit dans la bibliothèque et qu'ils ne peuvent en aucun cas dériver vers une fonction de conseil ou d'orientation personnalisés (c'est en cela que leur mission diffère complètement de celle de la *Cité des Métiers* de La Villette). Par conséquent, Il a été clairement précisé, lors des entretiens, que **l'accueil sur rendez-vous dans les PRE est prévu uniquement pour les groupes et non pour des individus**.

Il sera donc nécessaire, pour accompagner le **plan de communication**, de préciser la **place qui revient aux PRE** au sein du réseau BM Part-Dieu-annexes et le **rôle exact des bibliothécaires et des médiateurs** par rapport à ce **service intégré**.

Par ailleurs, il apparaît qu'une communication insuffisante entre les différents services entretient un flou autour des PRE et freine leur évolution. En particulier, les services transversaux (services de la *coordination des départements* de la *communication*

interne, des relations publiques et de la presse, le service du public, le service des bâtiments et des flux des documents) ont un rôle important à jouer dans la **mise en valeur des Points Ressources Emploi**. Ces rôles devront être clairement définis tout en précisant à la fois les phases d'intervention de chaque service et les limites qu'ils imposent, compte tenu de leurs disponibilités en moyens matériels et en temps. Ces rôles devront être connus des responsables de chaque **Point Ressource Emploi** afin de leur permettre de les animer avec un certain confort et sans ambiguïté.

Enfin, il importe de ne jamais perdre de vue les cibles à atteindre : **le public de la BM et des annexes et les organismes concernés par l'emploi et la formation**. Pour cela seront mis en place des supports de communication dont le contenu sera validé par l'ensemble des acteurs impliqués.

Au long de toutes ces opérations, nous veillerons à respecter l'**autonomie** de chaque annexe.

### 3) Diagnostic

#### a) Les forces des Points Ressources Emploi :

- Existence à la BM de La Part-Dieu d'un **Point Ressources Emploi** au 2<sup>ème</sup> étage (*Département Société*): complété par des répertoires et annuaires professionnels au 4<sup>ème</sup> étage (*Documentation Rhône-Alpes*).

- Développement plus ou moins dynamique du **Point Ressources Emploi** dans les 11 annexes.

- Contacts suivis avec les organismes extérieurs (ANPE, CCI, Missions locales...).

- des visites de groupes sur rendez-vous ont été réalisées (14 groupes soit 188 personnes entre le 2 juin 1995 et le 3 avril 1996).

- Conscience de l'importance du service et de l'existence d'un public intéressé :

- **En avril 1994** : enquête auprès du public (*Etude du public*), menée par l'IDRAC

- **En 1994-1995** : statistiques de consultation des CD-Rom extraites du *Bulletin de liaison des bibliothèques de Lyon*.

- **En mai 1996** : fiches descriptives de La Part-Dieu et des annexes indiquant le pourcentage des demandeurs d'emploi parmi les lecteurs actifs.

- **En février 1997** : propos des bibliothécaires et des médiateurs recueillis par les acteurs clés (conservateurs stagiaires de l'Enssib).

- Création et diffusion d'une plaquette d'information dans quelques annexes (destinée, tantôt au public, tantôt aux organismes d'orientation, de formation et de recherche d'emploi).

- Création de *La passerelle*, organe de communication entre les médiateurs, ouvert à tout le personnel du réseau et diffusé fin février 1997.

## **b) Les faiblesses des Points Ressources Emploi :**

### **• A la BM de la Part-Dieu**

- le **Point Ressources Emploi** se trouve dans le *Département Société* (2<sup>ème</sup> étage). Il est complété par de la documentation conservée à la *Documentation Rhône-Alpes*. (4<sup>ème</sup> étage). Cet éclatement sur deux étages d'une même ressource documentaire peut apparaître comme une source de confusion pour le public. **Les points de vue divergent** : le service de la *Documentation Rhône-Alpes* ne différencie pas réellement les ouvrages concernant l'emploi et la formation du reste du fonds. En revanche, le *Département Société* a conçu un véritable **Point Ressources Emploi** géré et mis à jour par un médiateur à plein temps.

### **- Signalisation et signalétique**

- le **Point Ressources Emploi** n'est pas signalé à l'entrée de la BM.
- la signalétique n'est pas claire à la *Documentation régionale*.

### **- Supports de communication**

- le *Guide 1996* de la BM de Lyon ne mentionne pas séparément les **Points Ressources Emploi**.

- des projets de plaquette ont été réalisés : au début, il était question d'en créer une commune à la BM Part-Dieu et aux annexes. Ce projet a été abandonné (été 1996?) car il a été impossible de concevoir un document correspondant aux exigences et caractéristiques de chaque **Point Ressources Emploi** et cela tant pour sa forme que pour son contenu.

Il semble que les difficultés soient nées d'un manque de coordination : des **réunions entre les responsables directs** ont eu lieu au moment de la relecture du projet de plaquette mais elles n'ont pas abouti pour des raisons financières.

Il n'y a pas eu de véritables réunions de travail impliquant à la fois les responsables du **Point Ressources Emploi** à la BM Part-Dieu, le responsable de *coordination des départements*, les responsables de *pôles* et le service des *relations publiques et de la presse*. Par ailleurs, l'ensemble de ces personnes, n'ont pas défini clairement le service qu'elles proposent au public à travers le **Point Ressources Emploi**. Actuellement, un projet de plaquette, non diffusée (pour des raisons de rupture de stock de papier en décembre 1996), existe à la Part-Dieu.

### **• Dans les annexes**

### **- Hétérogénéité**

- Hétérogénéité des annexes entre elles : les **Points Ressources Emploi** sont tous très différents (fonds proposés, présentation, cotes, emplacement dans la bibliothèque, accroissement), les personnes responsables de leur animation ont un regard différent selon les lieux et montrent plus ou moins d'intérêt pour le **Point Ressource Emploi**, la signalétique est propre à chaque annexe et parfois peu pertinente ou opérante.

- Disproportion des moyens matériels entre la BM de la Part-Dieu et les annexes. La plupart de ces dernières ne disposent ni de photocopieuse, ni de traitement de texte, ni de magnéto. scope.

#### - **Supports de communication**

- les Points Ressource Emploi ne sont pas signalés dans le *Guide 1997* de la BM de LYON

- Quelques annexes diffusent leur propre plaquette (à Vaise par exemple). La médiatrice de l'annexe *Conditions des Soies* dans le 1<sup>er</sup> arrondissement a réalisé une plaquette intéressante mais non diffusée (soumise au jugement du Directeur).

#### - **Relation BM Part-Dieu et les annexes**

- La communication est insuffisante pour des raisons diverses (éloignement des sites, seules les responsables de pôles se réunissent, quelques bibliothécaires-adjoints et certains médiateurs ne vont jamais à la BM de La Part-Dieu., diffusion de la documentation sur le **Point Ressources Emploi** irrégulière).

### III. Objectifs et critères de performances

#### **Objectif :**

- L'objectif du projet consiste à **améliorer la notoriété** du **Point Ressources Emploi** au sein du réseau de la BM de Lyon par le biais d'un plan de communication approprié. Pour cela, il sera nécessaire de préciser les missions et orientations des **Points Ressources Emploi** afin de déterminer les cibles (public de la bibliothèque et organismes de formation et d'information sur l'emploi) et de lister les "messages" qui devront les renseigner sur les **Points Ressources Emploi**. Après quoi seront déterminés les supports de communication, compte tenu de ceux qui existent déjà.

#### **Résultats concrets attendus :**

La liste ci-dessous propose un ensemble de **recommandations** (elle n'est ni définitive ni exhaustive)

- Création d'une **signalisation** dès l'entrée de la BM de la Part-Dieu.
- Création d'une **signalétique commune** à l'ensemble du réseau et d'un système de renvoi de la BM aux annexes et vice versa impliquant la participation active des services de la *communication interne* et de la *coordination des départements*. Mise en place au cours du quatrième trimestre 1997.
- Elaboration d'un **support de communication commun** à l'ensemble du réseau impliquant les responsables des **Points Ressources Emploi** à la BM Part-Dieu, les responsables de pôles et le *service de la communication externe*. L'avis des médiateurs animant les **Points Ressources Emploi** sera pris en compte. Mise en place au cours du quatrième trimestre 1997.
  
- *Connaissance du public* après segmentation.
- Mise au point d'une **stratégie de diffusion** auprès du public impliquant le *service des relations publiques et de la presse*.
- Sensibilisation à la **valorisation** des **Points Ressources Emploi** de l'ensemble du personnel du réseau (par diverses actions : visites des **Points Ressources Emploi**, formation) *le service de la communication interne et le service du personnel*.
- Mise en place d'une **structure de coordination** pour maintenir une cohésion des **Points Ressources Emploi** sur l'ensemble du réseau avec désignation d'un coordinateur chargé du suivi des actions dans les **Points Ressources Emploi** (il tiendra pour cela un journal de bord).
  
- Ces résultats seront suivis lors d'une **visite** prévue au dernier trimestre 1997.
  
- **Enquête** à envisager auprès d'un public segmenté. Mise en place en automne 1998.

#### **Indicateurs de performance**

- Respect du planning
- Visites et entretiens réellement effectués
- Consultation d'un expert en communication
- Collecte de supports de communication dans d'autres établissements

#### **IV. Ressources**

- **Ressources humaines**

Intervention d'un expert en communication pris en charge par l'Enssib.

**-Moyens matériels**

Téléphone et fax mis à disposition par l'Enssib et la BM de Lyon, photocopieuse de la BM de Lyon, magnétophones et cassettes prêtés par l'Enssib

**-Moyens financiers**

Imprimante laser de l'Enssib (30 cts la page,), carte de 300 pages coûtant 130 F.

10 Carnet de tickets de métro/bus ( cinq personnes du groupe projet pour deux semaines de stage).

## V. Acteurs

### **Acteurs clés : équipe projet :**

Estelle Boeuf (suivi des plannings)  
Katie Brzustowski (gestion documentaire du projet)  
Sandrine Leturcq (communication du projet)  
Martine Mauvieux (rédaction des comptes-rendus)  
Marie-Thérèse Nishioka (chef de projet).

### **Acteurs concernés par le projet :**

- la *Municipalité de Lyon*, service des affaires culturelles et services sociaux ?
- la *Direction de la Bibliothèque Municipale de Lyon*
- les annexes de la BM (responsables de pôles, médiateurs)

### **Acteurs impliqués par le projet :**

- Le **Directeur** de la BM Part-Dieu
- L'équipe **du département Société**
- L'équipe **du département Documentation régionale**
- La **coordination du réseau des bibliothèques de quartiers**
- Le **service de la communication interne**
- Le **service des relations publiques et de la presse**
- Le **service du public**

## VI. Procédures, actions, pilotage.

Le travail se déroulera en 9 phases :

Phase I : identification des organismes à visiter, élaboration d'une grille d'entretiens et prise de rendez-vous (19 mars 1997).

Phase II : entretiens avec les responsables de la BM, visites des organismes extérieurs et enquête auprès du public (7 au 11 avril 1997).

Phase III : analyse du contenu des entretiens (fin avril 1997).

Phase IV : analyse de recommandations générales sur la communication (début mai 1997).

Phase V : analyse comparée d'autres plans de communication (bibliothèques et divers établissements) (avril-mai 1997).

Phase VI : étude du plan de communication et analyse des supports (mai 1997).

Phase VII : rédaction du plan de communication (mai-juin 1997).

Phase VIII : rapport de projet (juin-juillet 1997).

Phase IX : visite sur le lieu du projet (dernier trimestre 1997).

PHASES	mars	avril	mai	juin	juillet	fin 1997
I. liste et grille des entretiens						
II. entretiens, visites, enquête/public						
III. analyse des entretiens						
IV. analyse de la communication						
V. autres établissements						
VI. plans de communication et supports						
VII. rédaction du plan						
VIII. rapport de projet						
IX. visite sur le lieu						

### **Déroulement de la phase I :**

Mercredi 19 mars 1997 (4 heures) : identification des établissements, prises de rendez-vous, rédaction des entretiens qui auront lieu avec les personnes de la bibliothèque de Lyon.

Jeudi 20 mars 1997 (2 heures) : réunion en vue de la revue de projet.

Semaine du 31 mars au 4 avril : rédaction des entretiens qui auront lieu avec les acteurs extérieurs.

### **Déroulement de la phase II :**

Semaine du 7 au 11 avril : stage à la BM de la Part-Dieu :

1) Entretiens avec le Directeur de la BM, contact avec le service de presse, le service du public, le service des bâtiments et flux de documents, la responsable du pôle mobile (bibliobus), la responsable de la communication à la BM de la Part-Dieu.

2) Rencontre d'un responsable municipal : service des affaires culturelles et service des affaires sociales ?

3) Rencontre avec les organismes extérieurs concernés par la formation et l'emploi.

Entretien avec les responsables de l'ANPE, l'ONISEP, la CCI, la Mission locale *Lyon insertion*.

## **VII . Budget**

- impression : 130F
- transports : 665F
- total        795F

## **SOMMAIRE**

<b>I. RAPPEL ET ANALYSE DES DONNÉES</b>	<b>4</b>
<b>1. Historique du "Point Ressources Orientation, Formation, Emploi"</b>	<b>4</b>
<b>2. Le "Point Ressources Orientation, Formation, Emploi " à la Bibliothèque municipale de la Part-Dieu et dans les bibliothèques d'arrondissements : les services et le public</b>	<b>4</b>
a) Les services	4
b) Connaissance du public	5
<b>II. PROBLÈMES À RÉSOUDRE</b>	<b>6</b>
<b>1. Au niveau des services</b>	<b>6</b>
<b>2. Au niveau du public</b>	<b>6</b>
<b>III. POSITIONNEMENT DU "POINT RESSOURCES ORIENTATION, FORMATION, EMPLOI"</b>	<b>7</b>
<b>IV. DÉFINITION DES OBJECTIFS DE COMMUNICATION</b>	<b>8</b>
<b>1. Mettre en place une identité visuelle forte</b>	<b>8</b>
<b>2. Implanter la notoriété du "Point Ressources Orientation, Formation, Emploi"</b>	<b>8</b>
<b>3. Capitaliser sur l'image acquise</b>	<b>9</b>
<b>4. Développer l'usage du "Point Ressources,Orientation, Formation, Emploi" en optimisant la circulation des publics</b>	<b>9</b>

<b>V. DÉFINITION DES CIBLES DE COMMUNICATION</b>	<b>10</b>
<b>1. Cible principale</b>	<b>10</b>
<b>2. Cibles secondaires</b>	<b>10</b>
<b>VI. PRÉCONISATION DES ACTIONS DE COMMUNICATION</b>	<b>11</b>
<b>1. La communication interne</b>	<b>11</b>
a) Faire connaître le plan	11
b) Faire mieux connaître l'espace	12
<b>2. La communication externe</b>	<b>12</b>
<b>TABLEAU 1 : Les actions de communication</b>	<b>13</b>
<b>3. Contenu des supports de communication</b>	<b>14</b>
a) Plaquette	14
b) Affichette	15
c) Signalisation	15
d) Signalétique	15
e) Annonce dans la presse, la radio, la télévision	15
<b>VII. BUDGET ET PLANNING</b>	<b>16</b>
<b>TABLEAU 2 : Planning</b>	<b>17</b>

<b>VIII. STRATÉGIE DE CRÉATION</b>	<b>19</b>
<b>1. Désignation</b>	<b>19</b>
<b>2. Idée à faire passer dans le message</b>	<b>19</b>
<b>3. Le concept</b>	<b>20</b>
<b>ANNEXES</b>	<b>20</b>
<b>1. Questionnaire auprès des bibliothèques municipales de France</b>	<b>21</b>
<b>TABLEAU 3 : grille des réponses</b>	<b>23</b>
<b>2. Questionnaire auprès du public</b>	<b>25</b>
<b>TABLEAU 4 : grille des réponses</b>	<b>27</b>

## I. RAPPEL ET ANALYSE DES DONNÉES

### 1. Historique du "Point Ressources Orientation, Formation, Emploi"

En 1993, la municipalité de Lyon crée un CRM (centre de responsabilité municipal) ayant pour objectif l'insertion sociale. Pour y répondre, la Bibliothèque municipale de la Part-Dieu et les bibliothèques d'arrondissements rassemblent de la documentation sur l'orientation, la formation et l'emploi. A partir de 1995, les médiateurs sont chargés d'animer cet espace.

### 2. Le "Point Ressources Orientation, Formation, Emploi" à la Bibliothèque municipale de la Part-Dieu et dans les bibliothèques d'arrondissements : les services et le public

#### a) Les services :

A la **bibliothèque de La Part-Dieu**, la documentation sur l'emploi, l'orientation et la formation, recensée dans un catalogue spécialisé, est répartie sur deux sites : au 2<sup>e</sup> étage (département *Société*) et au 4<sup>e</sup> étage (documentation *Rhône-Alpes*). Elle peut être complétée par des documents conservés dans les autres départements.

La documentation réunie au département *Société* est importante et variée : elle est disponible sur papier, sur vidéo ou support électronique. Elle concerne la formation initiale et continue, les métiers, les avis de concours, les offres d'emploi. Elle résulte du regroupement de livres sortis de leurs rayons d'origine.

Une médiatrice est chargée à plein temps de ce fonds : elle le réactualise régulièrement, réalise une revue de presse, tient à jour des répertoires d'adresses d'organismes.

Elle reçoit également le public :

- accueil des groupes pour la visite des espaces,
- renseignements pour l'utilisation de la documentation au bureau des renseignements (les bibliothécaires de permanence au bureaux des renseignements des départements peuvent également donner des informations sur cette documentation).

Dans les **bibliothèques d'arrondissements**, la documentation sur l'orientation, la formation et l'emploi est moins importante en volume qu'à la bibliothèque de la Part-Dieu. En revanche, les médiateurs ont en général un contact plus direct avec le public.

## **b) Connaissance du public :**

**A la bibliothèque de la Part-Dieu** : en avril 1997, nous avons réalisé une enquête sur deux jours auprès du public devant le "Point Ressources Orientation Formation Emploi" du département *Société*.<sup>1</sup> 76 personnes y ont répondu. Quelques caractéristiques peuvent être dégagées:

- c'est un public relativement jeune (86 % des personnes sont âgées de 19 à 39 ans) dont un tiers d'étudiants et la moitié de demandeurs d'emploi.
- les usagers ont eu connaissance de ce service en fréquentant d'autres services de la bibliothèque ou lors d'une visite de la bibliothèque.
- 83 % des personnes interrogées ne connaissent pas le complément de documentation qui se trouve au 4<sup>e</sup> étage.

On observe que, dans cet espace, les lecteurs "butinent" plus qu'ils n'étudient.

**Dans les bibliothèques d'arrondissements**, il n'y a pas eu d'enquête de faite auprès du public. On a une connaissance des usagers par le biais des entretiens avec les responsables des bibliothèques d'arrondissements et les médiateurs. C'est un public parfois moins averti qui se rend peu ou pas à la bibliothèque de la Part-Dieu.

Cette analyse a permis de mettre en évidence quelques faiblesses dans le fonctionnement :

- signalétique avec identité visuelle spécifique à ce service insuffisante,
- peu de notoriété,
- coopération défailante à l'intérieur du réseau,
- indication inadaptée ou absente dans les supports de communication.

---

<sup>1</sup> Voir détail en annexe.

## II. PROBLÈME À RÉSOUDRE

Il se situe à deux niveaux :

### 1. Au niveau des services

Il apparaît que **la logique d'offre documentaire** doit être maintenue en évitant de basculer dans la fonction sociale.

À la *Documentation Rhône-Alpes*, il convient de rester dans la **logique de la départementalisation**.

L'**identité visuelle** des "Points Ressources Orientation Formation Emploi", la signalétique, la signalisation et les supports de communication sont insuffisants.

La **différence** entre la bibliothèque de la Part-Dieu et les bibliothèques d'arrondissements, où les "Points Ressources" doivent rester un service de proximité et où les médiateurs sont plus impliqués, n'est pas assez marquée.

### 2. Au niveau du public

Il n'existe pas de positionnement spécifique aux "Points Ressources Orientation, Formation, Emploi" clairement identifiable par le public, ce qui implique une faible notoriété de ce service en dehors des publics avertis.

Pour ne pas créer de confusion entre l'offre documentaire sur l'orientation, la formation et l'emploi et l'offre d'emploi, il est important d'établir un positionnement clair.

### III. POSITIONNEMENT DU "POINT RESSOURCES ORIENTATION, FORMATION, EMPLOI"

Le **positionnement souhaité** doit véhiculer les idées suivantes :

- une documentation riche et variée sur les secteurs de l'emploi, du travail et de la formation dans les bibliothèques d'arrondissements et à la Part-Dieu, en **accès libre et empruntable**, en **consultation gratuite** ;
- dans un espace **agréable et calme**, propice à la recherche ;
- à l'intérieur d'un **ensemble culturel**, ce qui entraîne l'ouverture sur les autres ressources de la bibliothèque et les animations ;
- **dans les bibliothèques d'arrondissements**, une **assistance plus personnalisée** à la recherche documentaire est offerte

Il faudrait insister sur la différence du service rendu par le réseau des bibliothèques par rapport à celui rendu par les organismes oeuvrant dans le même secteur (ANPE, CIO, APEC ...) :

- Ceux-ci proposent une aide personnalisée pour la recherche d'emploi, pour des bilans de compétences ou des plans de formation
- La bibliothèque, elle, ne déborde pas du cadre de sa mission qui consiste **dans la mise à disposition d'une documentation.**

## IV. DÉFINITION DES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

### 1. Mettre en place une identité visuelle forte

Cette identité pourra se baser sur un logo, un code-couleur, une signalétique implantée stratégiquement dans les zones de circulation des usagers. Elle devra insister sur :

- **l'espace**, convivial et ouvert
- **la documentation**, bien organisée et en libre accès
- **le service** : pour tous, gratuit, assuré par un personnel compétent, accueil de proximité dans les bibliothèques d'arrondissements

### 2. Implanter la notoriété du "Point Ressources Orientation Formation Emploi"

Il va s'agir de développer la notoriété du "Point Ressources Orientation Formation Emploi" grâce à :

- une **communication interne** : dans le réseau de la Bibliothèque municipale (les autres services, les bibliothèques d'arrondissements, les bibliobus), en sensibilisant le personnel
- une **communication externe** visant :
  - les organismes et, par l'intermédiaire de ceux-ci, le public
  - un public averti qui connaît déjà le "Point Ressources"

### 3. Capitaliser sur l'image acquise

Une fois la notoriété bien implantée, il faudra veiller à la maintenir par une évaluation régulière (bilan, questionnaire auprès du public ...) et des opérations de relations presse pourront être envisagées ponctuellement.

### 4. Développer l'usage du "Point Ressources Orientation Formation Emploi" en optimisant la circulation des publics

Favoriser la recherche autonome du public :

– **accueillir des groupes**

– **proposer des pistes de recherche** à l'intérieur et à l'extérieur de la Bibliothèque municipale (catalogues des ressources documentaires *Travail-Emploi-Formation* ; fiches thématiques réalisées par la médiatrice, ...)

– **mettre en avant les ressources documentaires** du "Point Ressources" (documentation large, accès au document libre, possibilité de prêt à domicile).

## V. DÉFINITION DES CIBLES DE COMMUNICATION

En s'appuyant sur les données d'étude concernant le(s) public(s), on peut définir des profils d'ensemble et de sous-ensembles.

### 1. Cible principale :

#### Externe :

Organismes de formation, d'orientation, de recherche d'emploi en contact avec un public qui ne fréquente pas la Bibliothèque municipale, non autonome, et qui, reçu en groupe, serait rendu peu à peu indépendant dans sa recherche documentaire par le biais des médiateurs. Nous avons souhaité privilégier les organismes prescripteurs, car ils peuvent encadrer et assister les personnes en recherche d'orientation, de formation et d'emploi.

### 2. Cibles secondaires :

#### Externes :

- **public individuel autonome**, qui fréquente déjà la Bibliothèque municipale (Part-dieu et bibliothèques de quartier) ou ne la fréquente pas encore.
  
- **public individuel non autonome**, qui ne fréquente pas les bibliothèques d'arrondissements, dans les quartiers.
  
- **leader d'opinion** : les institutions (la mairie par exemple).
  
- **relais d'opinion** : les journalistes locaux et régionaux.

#### Internes :

- l'ensemble du personnel, à la bibliothèque de la Part-Dieu et dans les bibliothèques de quartier.

## VI. PRÉCONISATION DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Le plan de communication de l'espace doit intervenir à deux niveaux :

- interne à l'établissement
- externe à l'établissement.

### 1. La communication interne

Elle a pour but de faire connaître au personnel les objectifs de la bibliothèque en ce qui concerne l'espace de documentation sur l'emploi, l'orientation, la formation ; elle utilise tout ce qui concourt à le mobiliser. Elle est assurée pour tout le réseau par le service de la communication interne de la Part-Dieu.

#### a) Faire connaître le plan.

La bibliothèque de la Part-Dieu diffuse à l'ensemble du personnel la *Lettre d'information*, et les bibliothèques d'arrondissements publient une feuille de liaison *Passerelle*. Ces deux supports nous semblent essentiels pour signaler les trois points suivants :

- un travail a été mené par une équipe projet constituée de conservateurs stagiaires,
- ce travail est consultable sur demande au département *Société* de la bibliothèque de la Part-Dieu,
- il sera présenté par les auteurs à l'ensemble du personnel en automne 1997 dans le cadre d'une journée qui pourrait être consacrée aux travaux de l'ENSSIB, ou à une réflexion sur la communication (dans les Bibliothèques municipales en général, ou dans celle de Lyon en particulier).

## **b) Faire mieux connaître l'espace.**

Afin que l'ensemble du personnel du réseau de la bibliothèque de Lyon connaisse la documentation sur l'orientation, la formation et l'emploi offerte au département *Société*, au département *Documentation Rhône-Alpes*, et dans les bibliothèques d'arrondissements, il convient de :

- prévoir des séances d'information de l'ensemble du personnel,
- prévoir une formation spécifique des personnes assurant l'accueil.

## **2. La communication externe**

Elle est dirigée vers les utilisateurs (effectifs ou potentiels) et vers les prescripteurs.

Les services concernés sont :

- le département *Société*
- le service des *Relations publiques et des Relations avec la presse* en liaison avec le service informatique.
- le service *du public*.

Il va s'agir :

- d'optimiser les supports de communication existants par la mise en avant d'une identité visuelle spécifique ou valorisée du "Point Ressources Emploi"

- ou de concevoir de nouveaux supports mieux adaptés aux cibles définies, conformes à leurs besoins et à leurs attentes.

**TABLEAU 1 : LES ACTIONS DE COMMUNICATION**

OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLES			OBSERVATIONS
		Publics	Etablissements relais d'information	Organismes prescripteurs	
Identité visuelle	plaquette	X	X	X	Le graphisme doit être décliné de manière homogène et permanente sur tous les supports.
	affichette	X		X	
	catalogue de l'espace	X		X	
	<i>Topo</i>	X	X		Signaler le changement de désignation
	plaquette <i>Recherche par sujet</i>	X			Insérer au choix <i>Formation, Métier, Orientation</i>
	guide du lecteur	X			Indiquer le Point sur le plan
	signalétique	X			Harmonisation de l'intitulé Supports indiquant l'accès au Point
	signalisation	X			Panneau à l'entrée et jusqu'au lieu d'accès au Point
Affichage et annuaire	borne interactive	X			Cher et seulement sur site Part-Dieu
	minitel	X			Mentionner l'espace dans le cadre du département <i>Société</i>
	Internet	X	X	X	Liens hypertexte entre BM et autres organismes
Relations Public Presse	visites de sites avec groupes constitués			X	Intervention des médiateurs
	visites de sites à programmer	X		X	Régulièrement ; inscription préalable
	presse professionnelle presse locale			X	Par exemple : - <i>Réussir</i> (Onisep), Publication Anpe - <i>Lyon cité, Progrès</i>
	participation aux salons et foires	X		X	présence d'un membre du personnel
	radio	X			Par exemple : NRJ, Fun, FIP - Ecoutée par les jeunes, les parents - En juin, à la rentrée.
	télévision	X			TLM, CTV, FR3 région

### 3. Le contenu des supports de communication

#### Recommandations générales :

- prise en compte de l'ensemble du réseau de la Bibliothèque municipale
- mise en page aérée
- texte bref
- séparation claire des thèmes ou des questions
- séparation claire entre les propositions documentaires et les services
- informations pratiques signalées en dernière position
- adresses des bibliothèques sur la dernière page
- **présentation matérielle** des supports papier :
  - papier ivoire
  - typographie helvética

#### a) **Plaquette** (voir proposition de maquette le 2 juillet 1997)

- grammage du papier : 110 g.
- format : A4
- présentation : feuille pliée en trois : six pages.

**b) Affichette :**

- grammage à définir
- format à définir
- reprise des éléments de la plaquette : *Orientation, Formation, Emploi, Monde du travail*
- pour la bibliothèque de la Part-Dieu mention du département *Société* et du complément à la *Documentation Rhône-Alpes*
- présence des logos de la ville de Lyon, de la bibliothèque de la Part-Dieu, et de celui qui sera choisi pour le service.

**c) Signalisation :**

- support ivoire, caractères bleus, présence du logo, format à définir.

**d) Signalétique :**

- type de documents, sujets
- support ivoire, caractères bleus, format à définir.

**e) Annonce dans la presse, à la radio ou à la télévision :**

" Vous cherchez une documentation sur l'orientation, la formation, l'emploi ou le monde du travail ?

Vous trouverez dans le réseau de la Bibliothèque municipale de Lyon des livres, des périodiques, des fiches techniques, des cassettes vidéo (à la Part-Dieu) qui vous aideront dans votre démarche. La consultation y est gratuite, l'emprunt y est possible après inscription (gratuité pour les demandeurs d'emploi et les personnes non imposables).

Pour tout renseignement consultez le minitel (3615 BMLYON) ou Internet (<http://www.bm-lyon.fr>). "

## VII. BUDGET ET PLANNING

En l'état actuel de la réflexion, il n'est pas permis de soumettre une approche budgétaire finalisée.

En fonction des axes retenus et de leur application à convenir, l'équipe projet de la bibliothèque proposera une enveloppe budgétaire pour l'année 1998. Lors du dernier trimestre 1997, elle pourra mettre en place les actions sans incidence financière.

Un groupe de projet se réunira régulièrement dès septembre 1997 pour la mise en oeuvre des actions listées dans le tableau. Il pourrait être constitué de représentants du service *du public*, du service *des relations publiques et des relations avec la presse*, du service de la *Communication interne*, du département *Société*, de la *Documentation Rhône-Alpes*, des responsables de pôles, d'un ou des médiateurs.

**TABLEAU 2 : PLANNING**

ACTIONS	septembre- décembre 1997	janvier-juillet 1998	août 1998- .....	observations
plaquette				
affichette				
mensuel <i>Topo</i>				changement de désignation et articles réguliers
catalogue de la documentation				mise à jour régulière
plaquette recherche par sujet				au prochain tirage
guide du lecteur				à la prochaine publication
signalétique				
signalisation				
borne interactive				si la bibliothèque décide de s'en équiper
Minitel				
Internet				
visites de sites avec groupes constitués				
visites de sites à programmer				
presse professionnelle presse locale				moments stratégiques septembre ou juin
participation salons, foires				se tenir au courant
radio				moments stratégiques septembre ou juin
télévision				moments stratégiques septembre ou juin

## VIII. STRATEGIE DE CREATION

La mise en valeur de la documentation sur l'emploi, la formation et l'orientation du réseau des bibliothèques de Lyon doit se faire par le biais d'un **code créatif propre** sans perdre de vue le positionnement de l'établissement.

### 1. Désignation

Cet espace documentaire s'intitule *Point Ressources Orientation, Formation, Emploi*. Après analyse et observation, il a été constaté que cette désignation

- n'est pas connue des lecteurs,
- qu'elle est trop longue,
- qu'elle n'est pas jugée pertinente par le personnel de la bibliothèque et par les organismes extérieurs,
- qu'elle risque d'être une source de confusion dans l'esprit des lecteurs. En effet, l'image des organismes spécialisés dans l'orientation et l'emploi est fortement attachée à ces termes dans leurs supports d'information :
  - *emploi* (ANPE, CIDJ, AFPA, Maison de l'emploi, Mission locale)
  - *orientation* (ONISEP)
  - *formation* (AFPA, ANPE)

A la place du terme "**Point-Ressources**", pourraient être utilisés les mots "**info-services**", "**info-pratique**", "**info. doc.**", "**info. métiers**", "**doc.service**", ...

Il est également important d'éviter le terme "emploi".

Il semble que le mot "métier" est celui qui renvoie le mieux à une idée globale du travail. Il correspond davantage à un projet d'avenir passant par la recherche d'une activité professionnelle. Ce terme a été utilisé par d'autres bibliothèques : *Semaine des métiers et de l'emploi des jeunes* (Bibliothèque municipale de Saint-Quentin en Yvelines) et organismes : *Cité des métiers de La Villette*. Le mot "profession" pourrait aussi être envisagé.

Le personnel de la bibliothèque pourrait également faire des propositions pour la désignation du service (on pourrait ouvrir le débat dans la *Passerelle* et dans la *Lettre d'information*).

## 2. Idée à faire passer dans le message :

La bibliothèque offre, **en toute liberté** et dans un **cadre calme**, une **documentation générale et variée** proposant des informations sur tous les métiers, la formation, les stages et les offres d'emploi et cela sur divers supports : livres (manuels, guides pratiques, annuaires), périodiques, dossiers de revue de presse, vidéo, site Internet. Dans les bibliothèques d'arrondissements, c'est un **service de proximité**.

## 3. Le concept :

Le concept peut être matérialisé par une image venant illustrer les supports de communication. Il faut mettre en valeur l'idée d' **ouverture** et d'**offre abondante et variée**. L'utilisateur se trouve en face de plusieurs possibilités de recherche comme à un **carrefour**. Plusieurs images peuvent être associées à cette idée : la ruche et les abeilles, la route, l'arbre avec ses branches.

Il doit s'agir d'un concept traité en graphisme et stylisé.

### **Métaphore de la ruche :**

La ruche serait les bibliothèques avec leur richesse documentaire. L'apiculteur serait le bibliothécaire et les abeilles, les lecteurs butinant les informations.

### **Métaphore de la route :**

En écho à l'autoroute de l'information. La route est attachée à d'autres concepts : chemin, étapes, haltes, impasses, voie (rapide ou lente), cheminement, itinéraire, direction et liberté. Chaque circuit pourrait correspondre à un choix de recherche : les métiers, les formations, les orientations, ....avec des étapes qui pourraient être le Minitel, Internet, l'accueil...

### **Métaphore de l'arbre :**

Le tronc et les racines pourraient représenter la bibliothèque et les bibliothèques d'arrondissements, les branches correspondant aux différentes offres documentaires (dont quelques branches pour la documentation sur les métiers) et les feuilles aux différents accès (accueil, Minitel, Internet).

## **ANNEXES**

## **ANNEXE 1 : Questionnaire auprès des bibliothèques municipales de France.**

- 1. Quel est l'intitulé exact de votre service rassemblant la documentation sur l'emploi, la formation et l'orientation ?**
- 2. Quel public fréquente votre "Point Ressources Orientation Formation Emploi" ?**
  - des individuels : étudiants, demandeurs d'emploi, créateurs d'entreprise, autres
  - des groupes : constitués sur place ? constitués par un organisme ? autre ?
- 3. Avez-vous utilisé un moyen particulier pour connaître votre public ?**
  - enquêtes (faites par la bibliothèque ? par des organismes spécialisés ? par des étudiants ?)
  - entretiens personnalisés (faits par ?)
  - dépouillements de fichiers
  - autres moyens
- 4. Quels sont les supports de communication que vous diffusez pour faire connaître ce point ?**
  - plaquettes, guide du lecteur, affichettes ?
  - borne interactive ?
  - films vidéo de présentation de la bibliothèque (diffusés sur le site ? à l'extérieur ?)
  - annonces dans la presse (locale, régionale, nationale), à la radio (locale, régionale ou nationale), à la télévision (régionale ou nationale)
  - autres supports
- 5. Utilisez-vous un type de support particulier selon vos publics (individuels, groupes, organismes) ?**
- 6. Quels sont les autres moyens que vous utilisez pour faire connaître ce point ?**
  - visites organisées de la bibliothèque
  - contact avec des organismes concernés par l'emploi et la formation (ANPE, ONISEP, ...)
  - lien avec les services municipaux
  - participation des salons sur l'emploi, la formation et l'orientation, à des colloques
  - autres
- 7. Comment avez-vous procédé pour élaborer le contenu des messages que vous diffusez ?**
  - en utilisant les résultats d'une enquête ?
  - en constituant un groupe de travail interne (quels étaient les participants ?)
  - en faisant appel à des étudiants ou à un expert en communication ?
- 8. Avez-vous eu (ou avez-vous) des liens avec d'autres bibliothèques ayant un point semblable ? de quelle nature ?**
- 9. Pourriez-vous nous envoyer quelques exemplaires des supports de communication destinés à faire connaître votre "Point Ressources Emploi, Orientation, Formation" ?**

## **Bilan de l'enquête auprès des bibliothèques municipales**

### **1. Bibliothèques municipales enquêtées (les bibliothèques ayant répondu sont soulignées).**

La Courneuve, Saint-Denis, Taverny, Valence, Corbeil-Essonnes, Caen, Aix-en-Provence, Créteil, Marseille, Poitiers, Rouen, Pau, Clermont-Ferrand, Avignon, Gennevilliers, Argenteuil, Aubervilliers, Montreuil, Lourdes, Perpignan, Mulhouse, Le Mans, Toulouse, Montpellier, Saint-Etienne, Nantes, Châlons-en-Champagne, Brest, Challans, Givors, Issy-les-Moulineaux, La Rochelle, Metz, Dijon, Saint-Quentin-enYvelines, Bordeaux, Grenoble, Bobigny, Amiens, Rennes, Besançon, Lille, Saint-Maur-des-Fossés.

### **2. Bibliothèques offrant un service équivalent : voir tableau page suivante.**

**TABLEAU 3 : grille des réponses.**

<b>BM</b>	<b>Intitulé du service</b>	<b>Public</b>	<b>Supports de communication</b>	<b>Autres moyens pour se faire connaître</b>	<b>Liens avec d'autres bibliothèques</b>
<b>Bordeaux</b>	Education-Formation-Métiers-Emploi	étudiants, dem. d'emploi	aucun	-visites guidées -contacts avec l'ONISEP	
<b>Corbeil-Essonnes</b>	Point Infos (centre de ressources et d'informations pratiques)	étudiants, lycéens, dem. d'emploi, pas de groupes	-plaquettes -affichettes -presse régionale	-contacts avec ANPE, ONISEP, PAIO, CIO, GRETA, CIJ... -liens avec les services municipaux	-Saint-Quentin-en-Yvelines -Issy-les-Moulineaux -Antony
<b>Rennes</b>	Colombia (emploi, entreprises)	étudiants, dem. d'emploi, créateurs d'entreprises, personnes en reconversion ou en formation continue	aucun	-contacts avec CIJB, CCI, ABRET, ONISEP, Mission locale, GRETA, APEC -participation à des forums	Lorient
<b>Caen</b>	Fonds de Formation permanente	dem. d'emploi, étudiants, personnes en recherche de stage, pas de groupes	aucun	-présentation lors de visites -orientation par le personnel -bouche à oreille	
<b>Clermont-Ferrand</b>	Infodoc	étudiants, dem. d'emploi, lycéens, adultes préparant des concours, groupes constitués par des organismes	-guide du lecteur -signalisation intérieure	-visites organisées -liens avec les services municipaux	Saint-Quentin-en-Yvelines

<b>Grenoble</b>		étudiants, dem. d'emploi, groupes	-affiche -bibliographie -annonce à la radio locale	-contacts avec ONISEP, GRETA, AFEJI -participation à des forums	
<i>Pau, quartier de l'Ousse-des-Bois (ouverture en septembre)</i>	<i>Formathèque (lieu d'une permanence régulière de conseil en orientation, formation et recherche d'emploi)</i>				
<b>Issy-les- Moulineaux</b> (à l'état de projet)	<i>Centre de Ressources Economie, Emploi, Gestion</i>	<i>étudiants, dem. d'emploi, créateurs d'entreprises, salariés, artisans, club des PME-PMI, groupes ANPE: public connu par une étude d'une commission extra- municipale</i>	<i>- plaquettes, guide du lecteurs, affichettes - annonces dans la presse, à la radio, à la télé - présentation sur minitel et sur Internet?</i>	<i>- contacts avec des organismes - liens avec les services municipaux - participation à des salons, colloques...</i>	La Vilette
<b>Saint-Quentin-en- Yvelines</b>	Infodoc (emploi, formation et orientation = un tiers de ce service)	étudiants, dem. d'emploi, créateurs d'entreprises, lycéens, groupes constitués par des organismes (enquête ancienne)	-plaquettes -guides du lecteur -annonces dans la presse locale, nationale et article dans le bulletin de l'ABF -projet Internet	-visites organisées -contacts avec des organismes -liens avec les services municipaux -participation à des salons	Blois La Vilette

**ANNEXE 2 : Questionnaire auprès du public du "Point Ressources"  
du département *Société* de la Bibliothèque municipale de la Part-Dieu**

**1. Identification :**

- a) Sexe : M F
- b) Âge : 15-18          19-24          25-39          40-59          60 et plus
- c) Profession :
- d) Demandeur d'emploi (depuis combien de temps ?) :

**2) Pour quelle(s) raison(s) utilisez-vous le "Point Ressources" :**

- recherche d'emploi
- recherche de stage
- recherche d'orientation
- autres

**3) L'utilisez-vous pour vous-même ou pour d'autres (famille, autres) ?**

**4) Quels types de documents avez-vous consultés aujourd'hui ?**

- annuaires
- guides
- formation initiale
- formation continue
- autres

**5) Comment avez-vous eu connaissance de l'existence du "Point Ressources" ?**

- lors de votre inscription à la bibliothèque
- lors d'une visite
- par un organisme extérieur
- par des relations
- autres

**6) Pensez-vous qu'il est bien indiqué ?**

**7) Connaissez-vous le(s) rayon(s) "Formation-Emploi" de la Documentation régionale situé(s) au 4<sup>e</sup> étage ?**

**8) Fréquentez-vous d'autres lieux où se trouvent de la documentation concernant ce secteur ?**

- APEC
- ANPE
- CDI
- CIO
- Missions locales
- CRIJ
- Autres

#### **TABLEAU 4 : grille des réponses.**

**Questionnaire du public du Point Ressources Emploi (Département *Société* de la bibliothèque de la Part-Dieu) : 76 personnes interrogées.**

##### **< Identification**

Hommes	47 soit 62 %
Femmes	29 soit 38 %
15-18	1 soit 1,5 %
19-24	28 soit 37 %
25-39	45 soit 59 %
40-59	2 soit 2,5 %

Etudiants	27 soit 35,5 %
Demandeurs d'emploi	37 soit 49 %
Secteur primaire	0
Secteur secondaire	5 soit 6,5 %
Secteur tertiaire	21 soit 27,5 %

##### **< Utilisation du Point Ressources Emploi:**

Recherche d'emploi	33 soit 43,5 %
Recherche d'orientation	16 soit 21 %
Entretien	13 soit 17 %
Recherche de stage	10 soit 13 %
Info. concours	9 soit 12 %
Recherche de formation	1 soit 1,5 %
Autres	3 soit 4 %
Pour eux-mêmes	75 soit 99 %
Pour quelqu'un d'autre	11 soit 14,5 %

Revue	26 soit 34 %
Guides (CV, tests)	23 soit 30 %
Annuaire	19 soit 25 %
Métiers	9 soit 12 %
Formation initiale	5 soit 6,5 %
Formation continue	3 soit 4 %
Info. sur entreprises	3 soit 4 %
Avis de concours	2 soit 2,5 %
Offres d'emploi	1 soit 1,5 %
Autres	3 soit 4 %

⟨ **Connaissance du Point Ressources Emploi:**

Connaissait la bibliothèque	22 soit 29 %
Visite personnelle	17 soit 22,5 %
Par hasard	10 soit 13 %
Par des relations	8 soit 10,5 %
A demandé	5 soit 6,5 %
Catalogue GEAC	4 soit 5 %
Inscription ou accueil	4 soit 5 %
Par un organisme extérieur	2 soit 2,5 %
Autres	3 soit 4 %

Point bien indiqué	36 soit 47,5 %
Point mal indiqué	34 soit 44,5 %

Connaît la <i>Doc. Régionale</i>	13 soit 17 %
Ne connaît pas	63 soit 83 %

⟨ **Autres lieux fréquentés:**

A.N.P.E	35 soit 46 %
A.P.E.C	21 soit 27,5 %
C.R.I.J	17 soit 22,5 %
C.I.O	11 soit 14,5 %
Autres bibliothèques	9 soit 12 %
C.D.I	6 soit 8 %
Missions locales	5 soit 6,5 %
Autres	15 soit 19,5 %