

Enquête aux professionnels - Valorisation des nouvelles acquisitions

Note rédigée par
Rocco Dimondo

Sous la direction de
Marc Scherer

SOMMAIRE

Résultats et analyse	0
1. Période et échantillon	0
1.1. Période, échantillon et marge d'erreur	0
1.2. Profil de l'échantillon	1
2. Pratiques de valorisation des nouvelles acquisitions	6
2.1. Zones et sélections	6
2.2. Signalétique	9
2.3. Ateliers	9
2.4. Réseaux sociaux	10
2.5. Site institutionnel et catalogue	15

RÉSULTATS ET ANALYSE

1. Période et échantillon

1.1. Période, échantillon et marge d'erreur

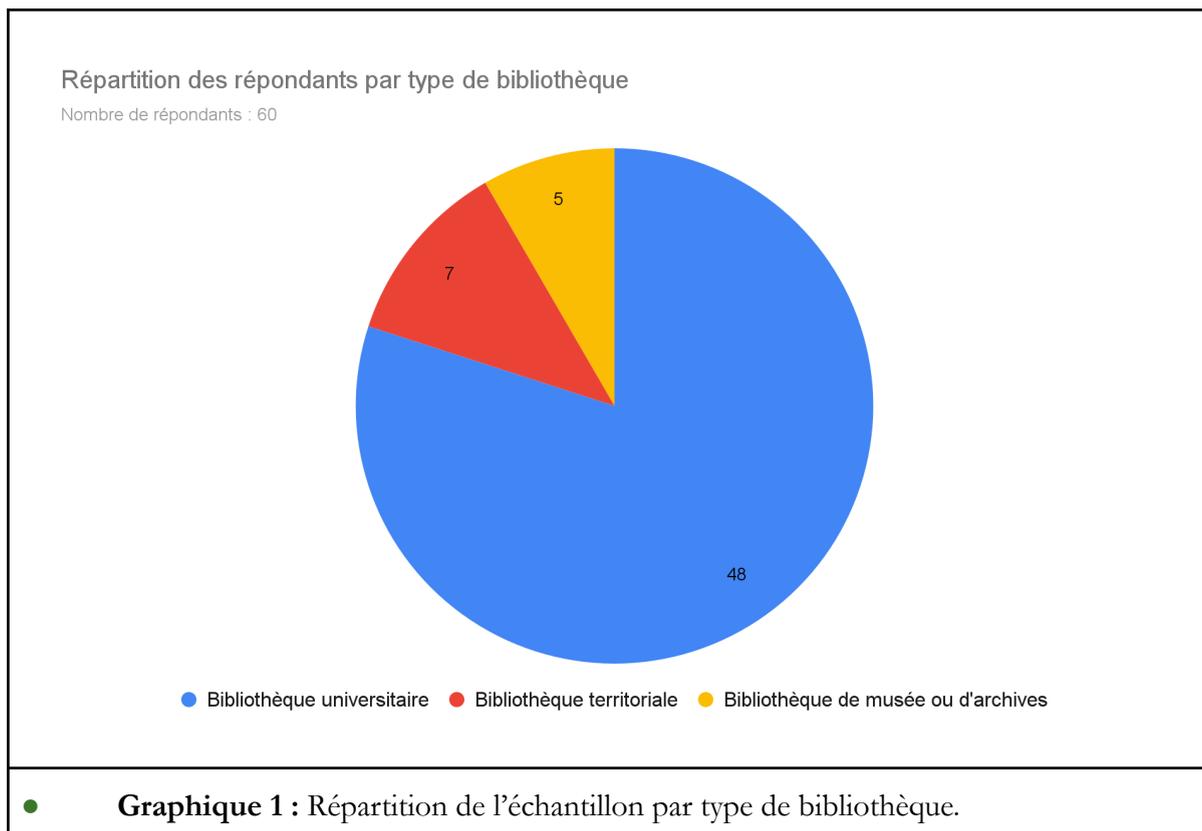
L'enquête s'est déroulée sur une période de 3 semaines, du 13/04/2022 au 30/04/2022. Au cours de cette période, 60 réponses au questionnaire ont été collectées.

1.2. Profil de l'échantillon

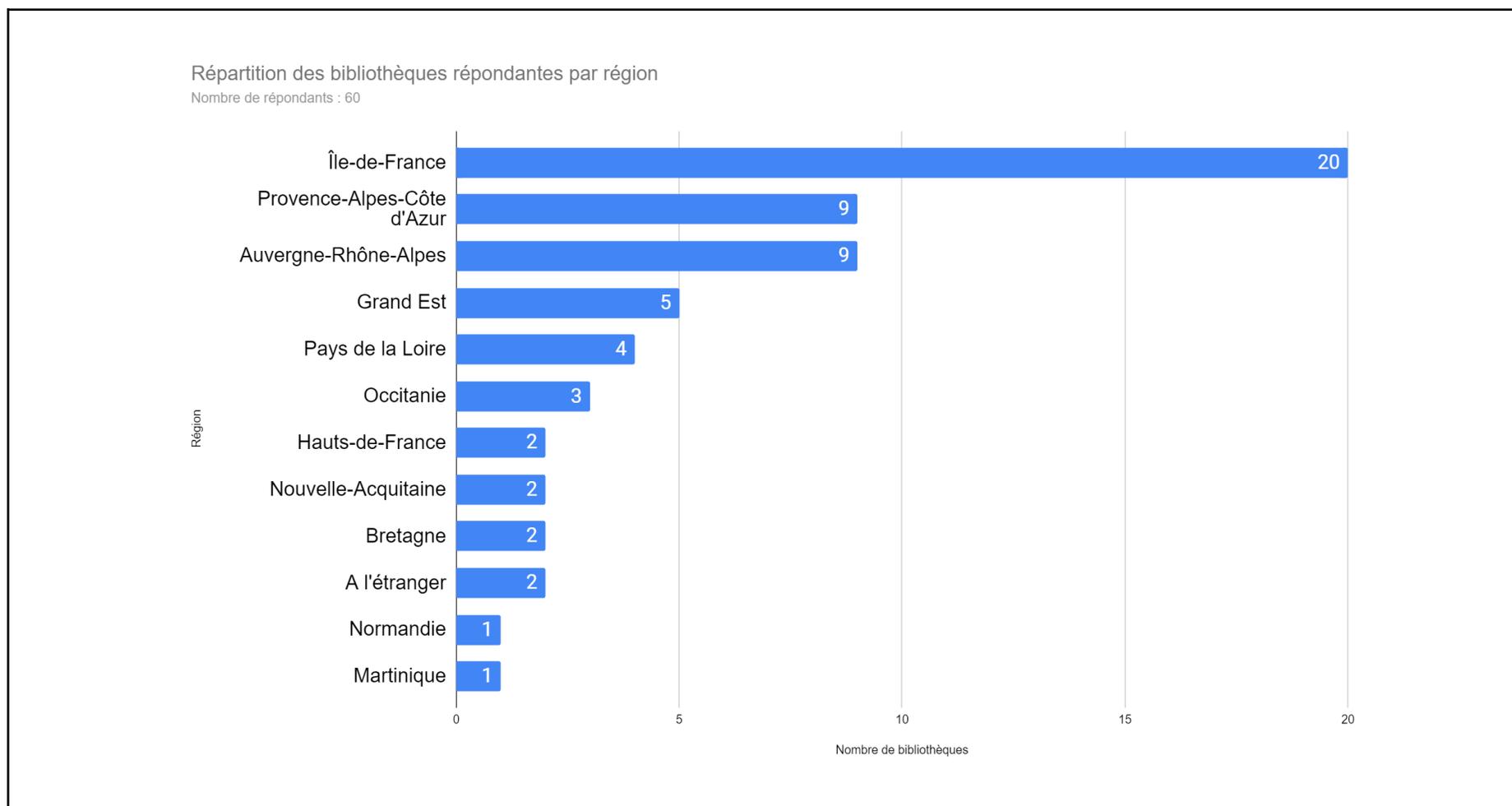
Au sein de l'échantillon, les répondants se répartissent ainsi au sein de diverses fonctions :

Fonction au sein de la bibliothèque	Nombre de répondants
Directeur/adjoint au directeur de la bibliothèque	17
Responsable/Adjoint au responsable d'un pôle documentaire/disciplinaire	32
Agent de la bibliothèque	3
Responsable du catalogue, de la conservation et/ou de la valorisation des fonds	8
TOTAL	60

Les réponses des bibliothèques universitaires sont majoritaires (48 répondants). Concernant le reste de l'échantillon, 7 répondants sont des bibliothèques territoriales et 5 des bibliothèques de musée et/ou d'archives. (Graphique 1)



Concernant la provenance géographique des répondants (Graphique 2), une certaine diversité peut être observée. Bien que la région la plus représentée est l'Ile-de-France (20 bibliothèques), des réponses provenant de 9 autres régions et d'établissements situés à l'étranger ont été reçues. Parmi ces régions, les plus représentées sont la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la région Auvergne-Rhône-Alpes (avec 9 bibliothèques pour chacune d'entre elles).

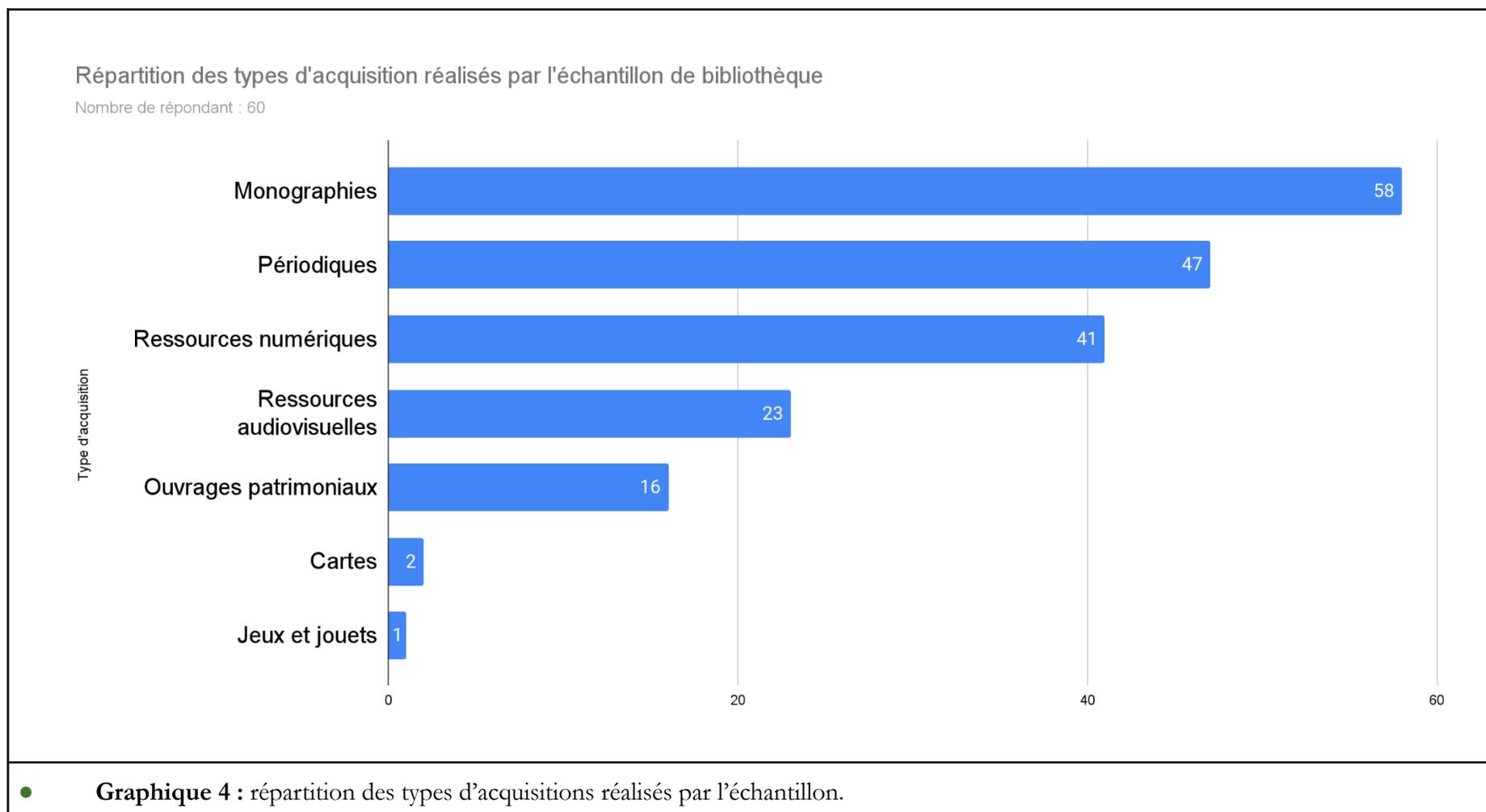


● **Graphique 2 : Répartition des bibliothèques répondantes par région.**

Concernant le nombre d'acquisitions réalisées par les bibliothèques de l'échantillon, nous pouvons observer une forte disparité entre les réponses. Si, parmi les bibliothèques universitaires de l'échantillon (Graphique 3) 6101 nouvelles acquisitions sont réalisées en moyenne chaque année, la dispersion est très importante autour de la médiane située à 2600 unités. Nous pouvons observer trois tendances pour les bibliothèques universitaires : une première tendance minoritaire comprenant des bibliothèques qui acquièrent un nombre important de nouveaux ouvrages chaque année (20 000 et plus, avec un pic à 40 000 acquisitions) ; une seconde tendance plus diffuse comprenant des bibliothèques qui acquièrent un nombre moins important de nouveaux ouvrages (entre 20 000 et 10 000 nouvelles acquisitions) ; une troisième tendance majoritaire qui acquièrent un plus restreint d'ouvrages (moins de 10 000 par an, avec un pic à 8 000 et un minimum à 50).

Pour les bibliothèques de musée et/ou d'archives de l'échantillon, nous observons que la moyenne du nombre d'acquisitions par an est à 660, avec une faible dispersion des données autour de la valeur médiane (500). Pour les bibliothèques territoriales, la moyenne du nombre d'acquisition par an est de 5 241, avec une valeur médiane à 500. Il est possible d'observer une plus grande dispersion des valeurs autour de cette médiane, avec un maximum à 30 000 et un minimum à 5.

Concernant les types d'acquisition réalisés, les pratiques suivantes sont observables :



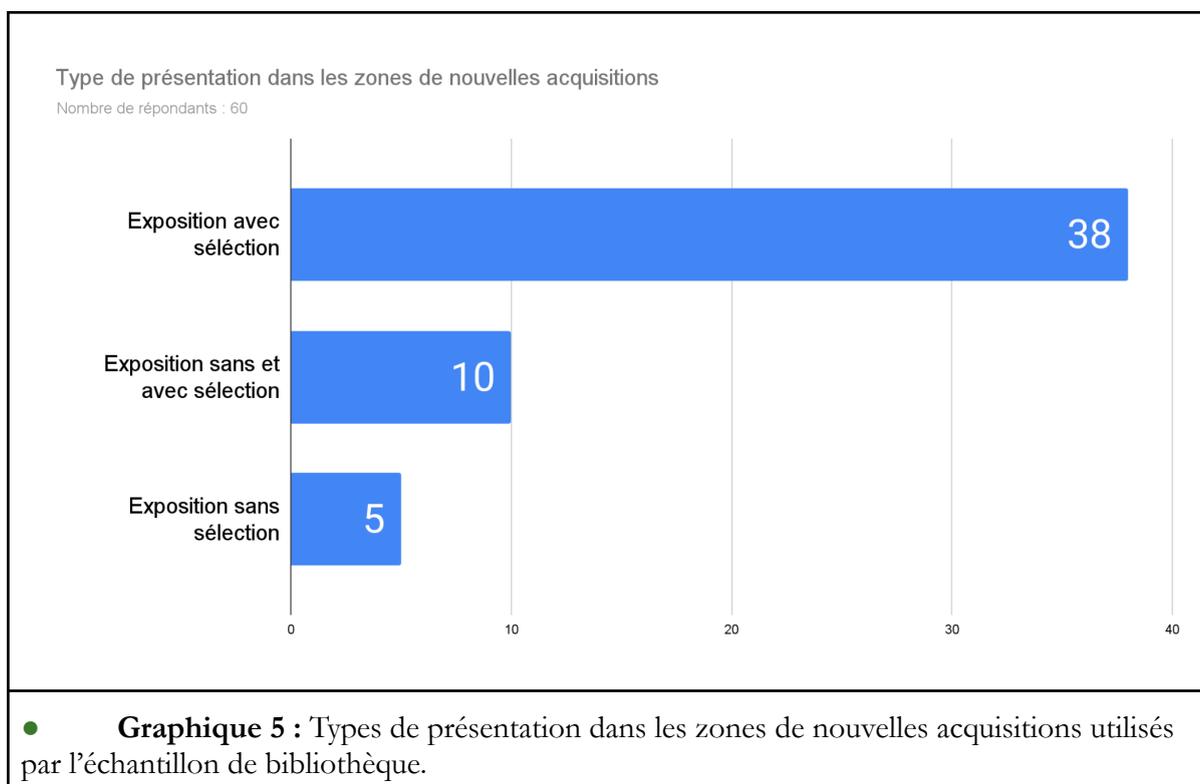
2. Pratiques de valorisation des nouvelles acquisitions

2.1. Zones et sélections

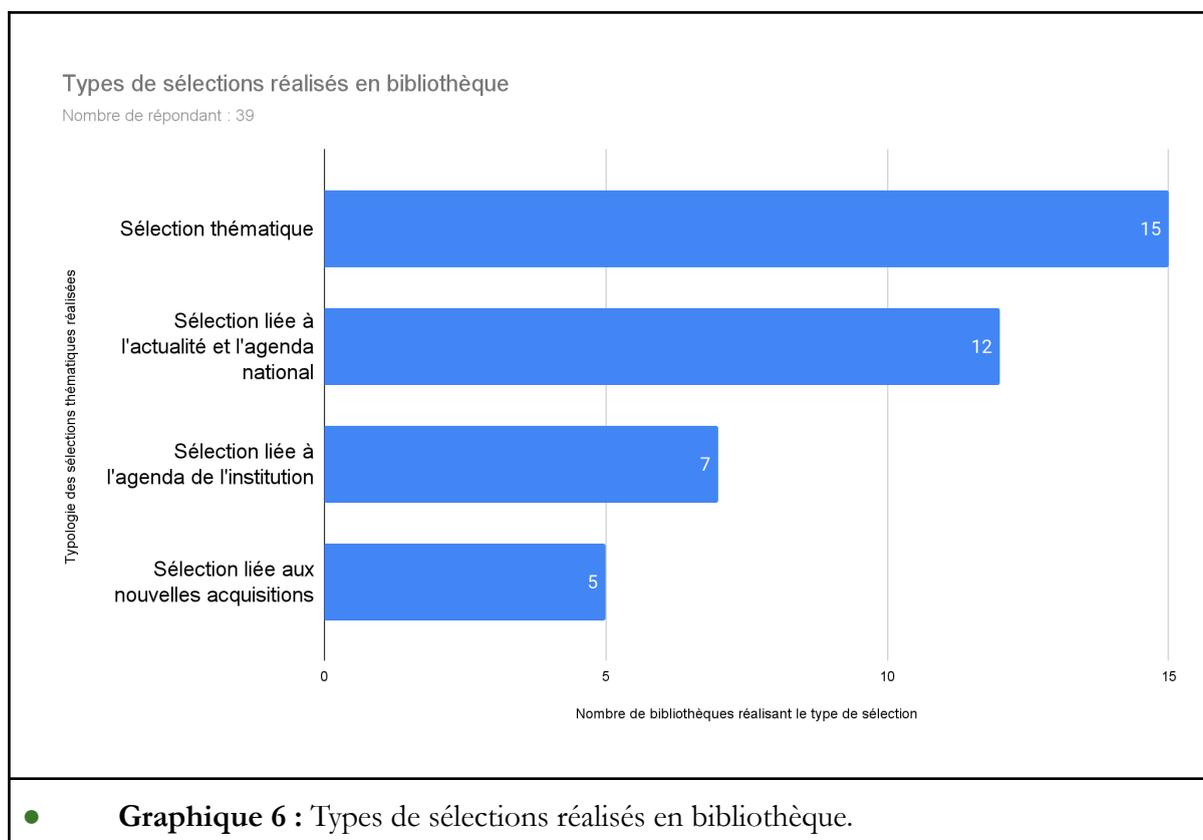
Cette partie traite des pratiques de valorisation des nouvelles acquisitions liées à la mise en place de zones et de sélections.

Pour commencer, concernant la mise en place de zones « nouveautés », il est possible d'observer que c'est une pratique courante. Sur les 60 bibliothèques de l'échantillon, 52 déclarent en avoir une.

Toutefois, les pratiques d'organisation de ces zones diffèrent. (Graphique 5) Dans ces zones, trois possibilités de présentation s'offrent aux bibliothèques : l'exposition de l'ensemble des nouvelles acquisitions reçues, sans distinction ni thématique ; l'exposition d'une sélection des nouvelles acquisitions, par thématique ou tout autre caractéristique définie ; la réalisation des deux possibilités précédemment citées, en fonction des zones par exemple.



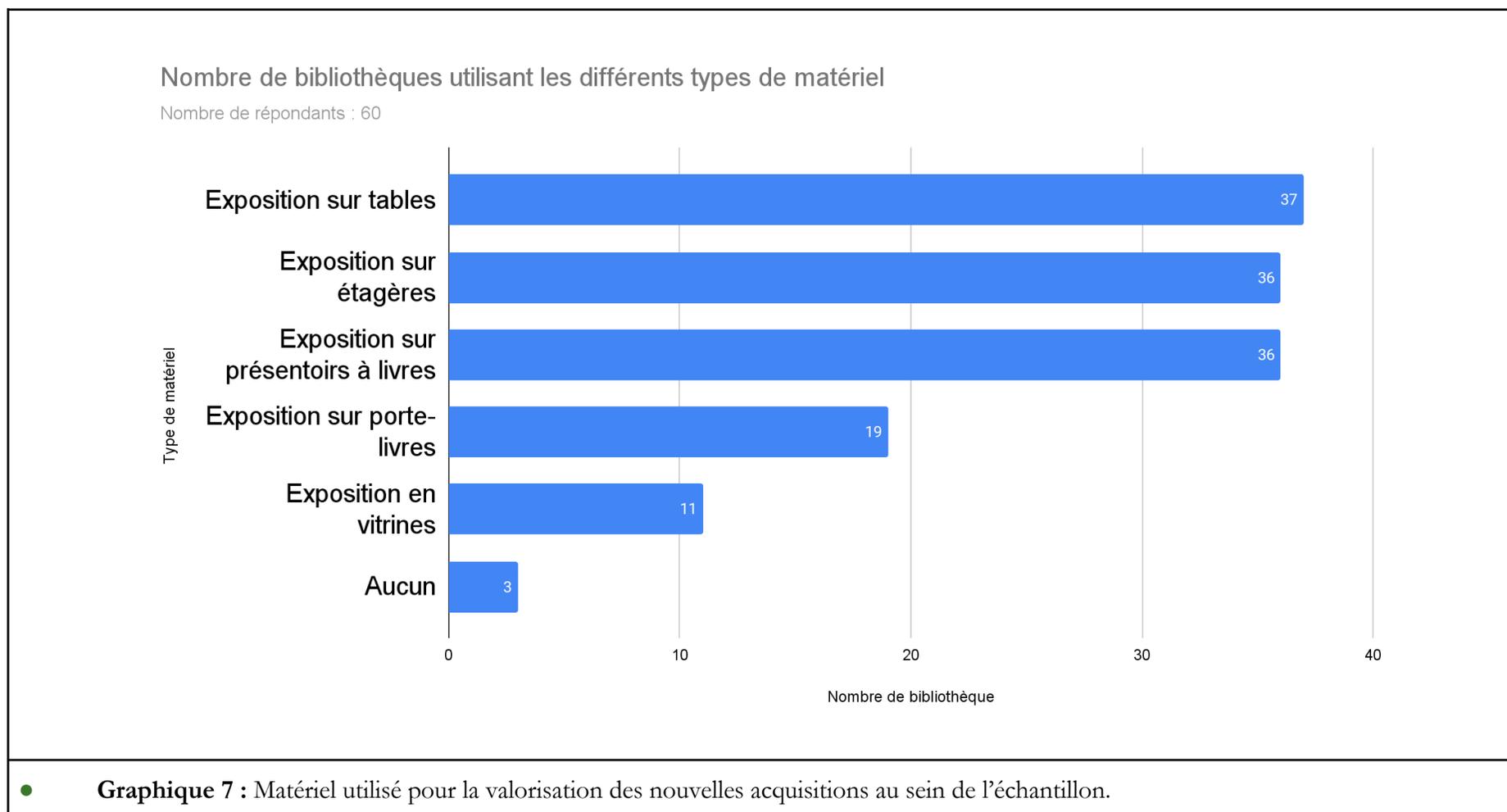
La pratique la plus courante dans ces zones d'exposition des nouvelles acquisitions est la sélection (48 répondants). De plus, différentes formes de sélection sont proposées aux lecteurs :



Parmi celles-ci, il est observable que seule une minorité des bibliothèques de l'échantillon réalisent des sélections exclusivement centrées sur les nouvelles acquisitions. Des sélections thématiques et/ou suivant l'actualité et l'agenda national/de l'institution sont préférées. En effet, celles-ci permettent de réaliser une double valorisation : une première des nouveautés reçues et une seconde des ressources déjà possédées par la bibliothèque.

Les répondants estiment, en général, que la mise en place de sélections est une pratique pour la valorisation des nouvelles acquisitions qui s'avère efficace. En effet, $\frac{3}{4}$ des réponses sont comprises entre le 6 et le 10 de l'échelle (1 : Insuffisant ; 10 : Très efficace), avec un pic de réponses à 8.

Finalement, différentes pratiques concernant le matériel utilisé pour la création de ces zones sont observées. Sur le Graphique 7, la répartition, au sein de l'échantillon, de ces différentes pratiques est présentée. Trois pratiques se distinguent des autres : exposition sur table, sur étagère et sur présentoir.



2.2 Signalétique

Dans le cadre de la valorisation des nouvelles acquisitions, il est observé, au sein de l'échantillon, que la mise en place d'une signalétique n'est pas une pratique largement diffuse. En effet, un peu moins de la moitié des bibliothèques de l'échantillon réalisent cette signalétique (27 répondants sur 60).

Différentes pratiques de signalétique sont observables :

- le signalement de zone : mise en place d'affiches, de panneaux, mention « Nouveauté » sur des meubles spécifiques...
- le signalement des ressources : bandeau ou étiquetage « Nouveauté » sur la couverture, utilisation de marque-pages signalant la nouveauté, fantômes avec QR Codes pour les ressources électroniques...

Concernant l'estimation de l'impact de la signalétique sur la valorisation des nouvelles acquisitions, les répondants l'estiment modérément efficace. En effet, il est possible d'observer qu'une majeure partie des réponses sont comprises entre le 6 et le 7 de l'échelle (20 réponses sur 38).

2.3. Ateliers

La mise en place d'ateliers de médiation autour des nouvelles acquisitions n'est pas une pratique courante en bibliothèque. Sur l'échantillon de 60 bibliothèques, seules 4 bibliothèques ont déclaré en faire. Voici les propositions d'atelier réalisées par ces bibliothèques :

- « Quoi de neuf? »: 1h-1h30 de présentation des nouvelles acquisitions patrimoniales. 1fois/an
- Conférences avec auteur
- En lien avec les expositions proposées (type « sciences et manga » pour la Fête de la Science).
- Club de lecture
- Atelier autour des « jeux sérieux »

2.4. Réseaux sociaux

Concernant les réseaux sociaux, la grande majorité des bibliothèques de l'échantillon possèdent et utilisent des réseaux sociaux. (Graphique 8) 9 des bibliothèques de l'échantillon n'ont pas de réseaux sociaux et 40 en possèdent au moins deux réseaux sociaux.

Il est observé une certaine préférence pour Facebook, qui reste le réseau social le plus utilisé parmi les bibliothèques enquêtées (44 répondants utilisent Facebook). La plateforme la moins utilisée est LinkedIn, avec seulement 4 répondants déclarant posséder un compte.

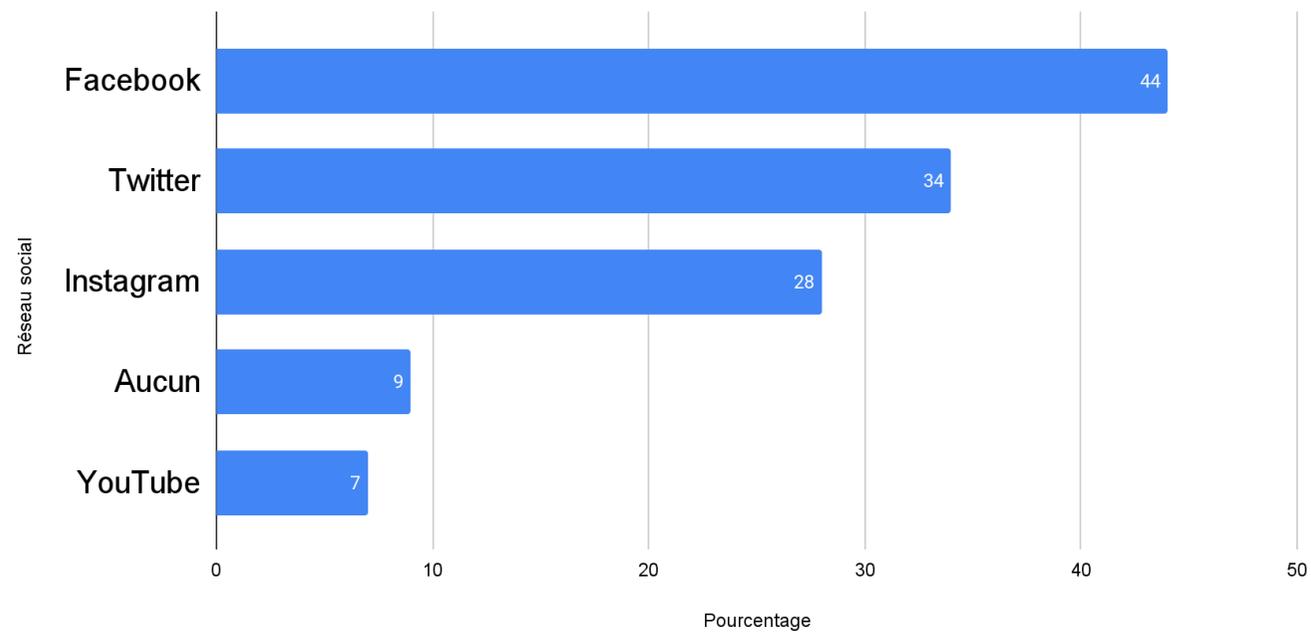
Bien que les bibliothèques soient, en général, très actives sur les réseaux sociaux, il semblerait qu'elles ne les utilisent guère pour valoriser leurs nouvelles acquisitions. En effet, sur le Graphique 9, parmi les bibliothèques répondantes, un peu plus de la moitié réalisent ce genre d'actions (32 répondants). C'est une proportion de l'échantillon qui reste faible, notamment au regard des possibilités afférentes à ces outils.

Les réseaux sociaux sont des outils permettant facilement de diffuser et de valoriser les collections (et en particulier les nouvelles acquisitions). Pour ce faire, un ensemble d'actions peuvent être mises en place : suggestions, critiques, sélections thématiques, présentation des ressources patrimoniales et/ou graphiques... Ces actions peuvent être réalisées grâce à différents supports : photographie, vidéo, enregistrement audio, texte...

Il semble que les réseaux sociaux offrent la possibilité d'étendre en dehors des murs de la bibliothèque le travail du bibliothécaire. Cela permet de retrouver et de renforcer le lien entre les lecteurs et les collections. En ce sens, leur utilisation semble être primordiale. C'est une évolution naturelle du métier de bibliothécaire, répondant aux enjeux d'une bibliothèque du XVI^e siècle.

Réseaux sociaux utilisés par les bibliothèques de l'échantillon

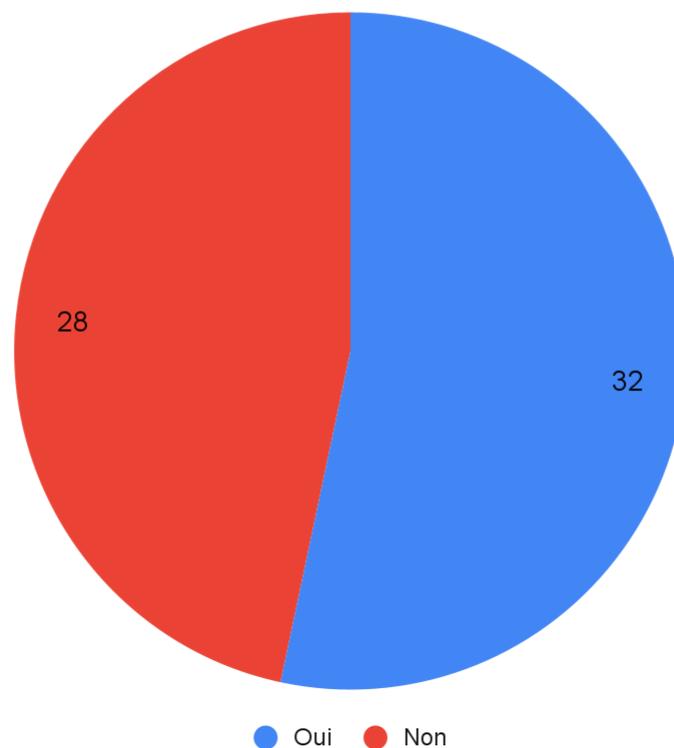
Nombre de répondants : 60



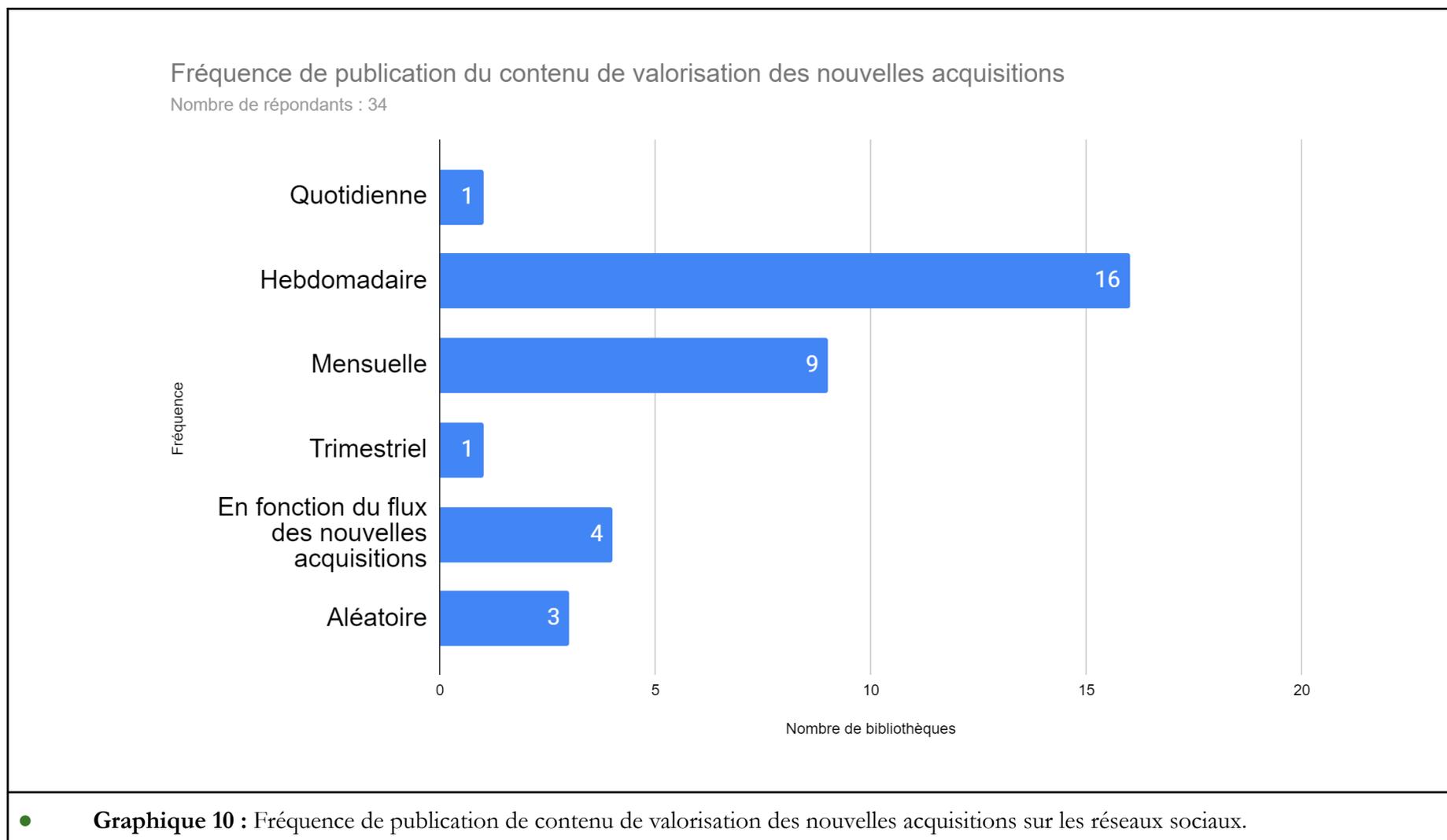
● **Graphique 8 :** Réseaux sociaux utilisés par les bibliothèques de l'échantillon.

Proposez-vous du contenu valorisant les nouvelles acquisitions de la bibliothèque sur l'un de ces réseaux sociaux ?

Nombre de répondants : 60



● **Graphique 9 :** Pourcentage de bibliothèques publiant des contenus valorisant les nouvelles acquisitions sur les réseaux sociaux.



Concernant la fréquence de publication de contenus de valorisation des nouvelles acquisitions sur les réseaux sociaux (Graphique 10), les bibliothèques de l'échantillon ont des pratiques variées, allant de la publication quotidienne à mensuelle. Pourtant, deux fréquences se démarquent particulièrement : la publication hebdomadaire (16 répondants) et la publication mensuelle (9 répondants).

Différents types de contenus sont publiés par les bibliothèques afin de valoriser les nouvelles acquisitions. Principalement aux travers de publications sur Facebook, Instagram ou Twitter, la valorisation des nouveautés se fait, au sein de l'échantillon, grâce à des publications « Focus » ou « Coups de cœur ». Les focus vont regrouper principalement des publications sur des thématiques précises, avec la mise en avant de nouvelles acquisitions ou des publications sur une ressource en particulier pour mettre en lumière son aspect singulier et pertinent. Les « Coups de cœur » sont des sélections d'ouvrages parmi les nouveautés selon l'appréciation des bibliothécaires.

Au travers des réponses, la publication de contenus utilisant le mot-dièse #VendrediLecture est observée régulièrement. Ces publications hebdomadaires permettent la valorisation, tous les vendredis, d'une ressource en particulier. L'intérêt de ce format est qu'il s'inscrit dans un mot-dièse populaire : chaque semaine et sur l'ensemble des publications utilisant le hashtag, environ 1 million de personnes sont atteintes et un peu plus de 12 mille mentions « J'aime », 13 mille interactions et 250 partages sont dénombrés.¹

D'autres pratiques plus minoritaires sont également observables : fiches de lectures, publication des listes de nouveautés, *booktubing*² ...

En termes d'estimation de l'impact de ces pratiques, les répondants perçoivent une certaine efficacité de ces actions. En effet, une majorité des réponses se trouvent comprises entre le 6 et le 8 de l'échelle (19 réponses sur 35). Toutefois, il est possible d'observer une certaine tendance de réponses entre le 5 et 3 de l'échelle (14 sur 35).

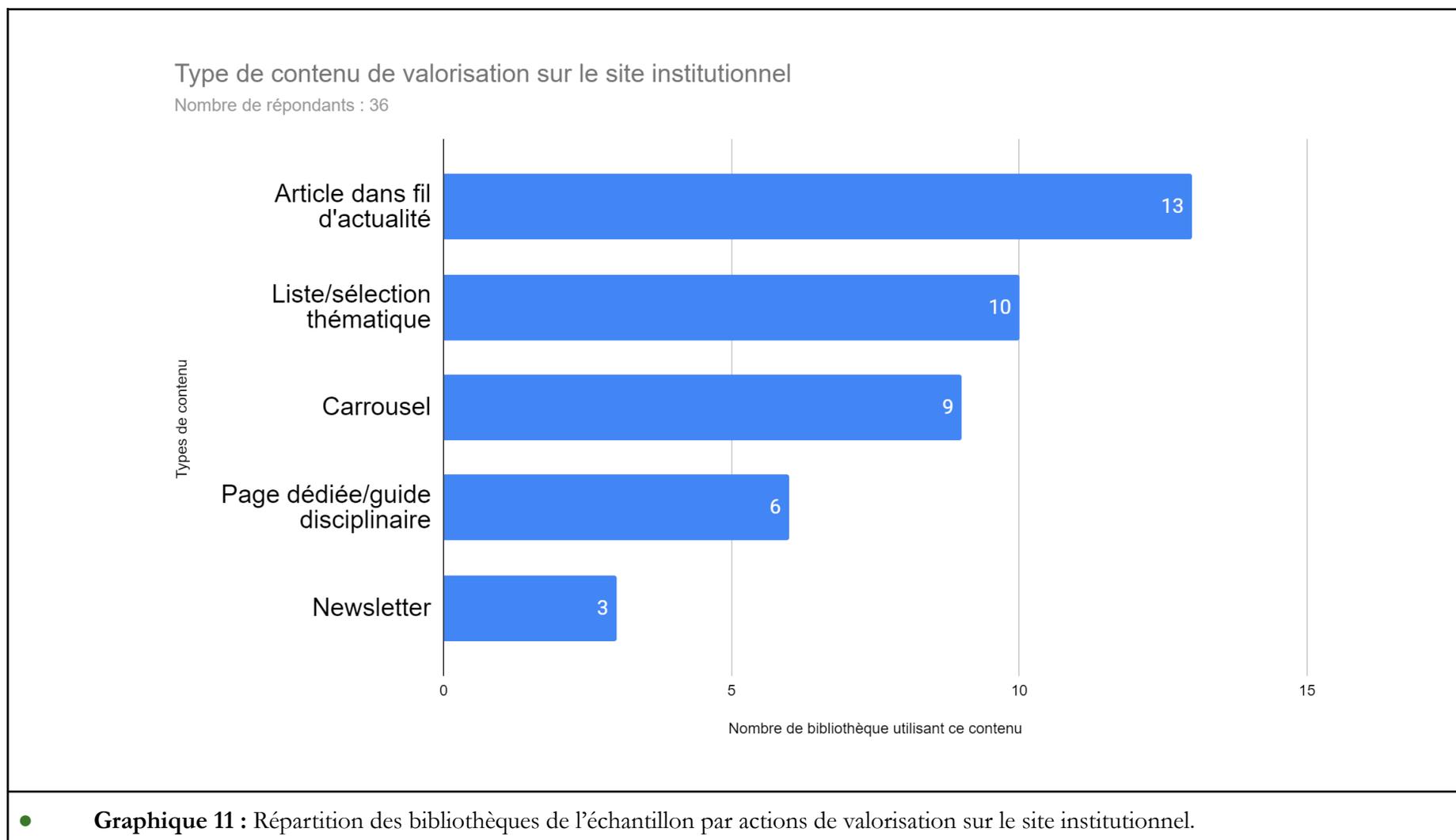
¹ Selon le site BrandMentions, analyse des publications Twitter utilisant le mot-dièse sur la période du 26/04/2022 au 03/05/2022.

² Publication sur YouTube de vidéos montrant les nouvelles acquisitions et leurs intérêts.

2.5. Site institutionnel et catalogue

Concernant le site institutionnel des bibliothèques de l'échantillon, seuls 33 répondants déclarent y mettre en place des actions de valorisation des nouvelles acquisitions.

Ces actions de valorisation des nouvelles acquisitions peuvent être réparties en 5 catégories : publication d'articles dans un fil d'actualité, newsletter, page dédiée/guide disciplinaire, carrousel et liste/sélection thématique. Dans le Graphique 11, la répartition des bibliothèques de l'échantillon en fonction de ces 4 catégories est présentée.



Les répondants estiment un impact moyennement efficace des actions menées sur le site institutionnel pour la valorisation des nouvelles acquisitions. En effet, on observe une majeure partie des réponses comprises entre le 5 et le 7 de l'échelle (24 sur 35), avec un pic de réponse au 5 (10).

Concernant la valorisation des nouvelles acquisitions sur le catalogue, une majorité de bibliothèques de l'échantillon ne proposent aucune action de valorisation sur ce médium (36 répondants).

Parmi les bibliothèques utilisant le catalogue dans cette optique, des pratiques semblables à celles propres aux sites institutionnels sont mises en place, comme par exemple les carrousels des nouveautés, les listes et/ou sélections thématiques/disciplinaires. La mise en place d'onglets spécifiques aux nouvelles acquisitions est observée (cela notamment pour les bibliothèques utilisant le catalogue Primo).

Tout comme pour le site institutionnel, l'impact estimé par les répondants sur la valorisation des nouvelles acquisitions des actions mises en place sur le catalogue semble plutôt modéré. Elles sont majoritairement comprises entre le 5 et le 7 de l'échelle (19 réponses).