

## **Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel: un défi pour une petite structure, mais passionnant**

**Entretien avec Géraldine Voirol Gerster, responsable Lecture publique, et Georges Manoussakas, Service des périodiques, BPUN**

*arbido: Votre bibliothèque a commencé à utiliser certains médias sociaux il y a un peu plus d'un an. Quelles ont été les réflexions à la base de votre projet d'implémentation? Avez-vous consulté des experts, lu des ouvrages spécialisés?*

BPUN: Nous avons commencé à petits pas, sur la base des expériences que quelques-uns d'entre nous ont faites chacun de leur côté. Nous étions en effet trois membres du staff à utiliser Facebook à titre privé. Pas d'experts consultés, donc, mais nous nous sommes tout de même plongés dans quelques ouvrages que possédait la BPU sur l'utilisation de ce média social. Tout est parti en fait d'un collègue particulièrement branché sur les nouvelles technologies, qui s'est attelé à la partie technique de la création de la page Facebook. Il s'est donc agi au départ plutôt d'une envie que d'un mandat spécifique. D'autant plus que l'expérience qu'en avait faite l'Université s'était avérée concluante.

Nous avons donc créé un groupe de travail composé de cinq personnes, dont le sous-directeur de l'époque qui en a été le moteur. Les cinq personnes représentaient les deux entités de la bibliothèque, à savoir la partie patrimoniale et universitaire, et la partie Lecture publique.

*Existe-t-il un document qui définit la place des médias sociaux parmi vos outils de communication? L'utilisation de ces médias est-elle stipulée dans votre concept de communication globale?*

Le projet a été lancé il y'a un an et demi sur une base pragmatique et à l'initiative de quelques personnes. Il ne s'inscrit donc pas dans le cadre d'une stratégie de communication a priori, ni ne fait l'objet d'un document spécifique. Il n'en a pas moins atteint désormais sa vitesse de croisière, puisque nous assurons au minimum deux publications par semaine. Ces dernières sont assurées par quatre personnes qui travaillent dans différents services et qui le font en sus de leurs tâches. L'expérience, globalement positive jusqu'ici, va néanmoins se poursuivre, et nous essayons maintenant de rendre notre page Facebook encore plus attractive. Mais il y a encore tout un travail de communication à accomplir.

*A part Facebook, quels types de médias sociaux privilégiez-vous?*

Nous utilisons également Twitter. Nous avons aussi fait un essai avec Foursquare, mais vu le peu de succès rencontré, nous avons abandonné cette plateforme pour l'instant. N'étant pas des utilisateurs assidus, les membres du groupe n'ont pas insisté. Cela dit, nous n'avons pas totalement renoncé à ce système de géolocalisation, et il se pourrait que nous y revenions dans un proche avenir.

*Quelles difficultés, techniques ou en ressources humaines, avez-vous rencontrées à ce jour?*

Le fait que nous ne disposions pas de moyens supplémentaires en termes de personnel, faire vivre ne serait-ce que la page Facebook exige passablement de temps. Passé l'enthousiasme et la curiosité de départ, il ne faut pas éluder la difficulté qu'il y a parfois de se diversifier.

Nous avons donc rapidement compris qu'il fallait faire participer d'autres collègues pour trouver des sujets de billets. Difficile également de se mettre d'accord sur ce qu'on publie et ce qu'on ne publie pas. Nous nous étions évidemment mis d'accord au départ sur quelques principes ou règles de conduite, notamment de ne pas publier de choses choquantes, violentes, qui peuvent prêter à trop de polémique; privilégier l'actualité et les services de la BPU, les conseils de lecture aux lecteurs. Bref, le principe qui prévalait et qui prévaut toujours est de montrer que la BPU est une institution vivante, dynamique et moderne. L'interprétation libre qu'on peut en faire peut certes susciter des discussions, mais ces dernières ont toujours été constructives jusqu'ici.

Une autre difficulté qu'il convient de relever est le temps nécessaire pour approfondir l'interprétation des statistiques et connaître les usages des utilisateurs, en particulier la fréquence de consultation, la manière de consulter (smartphone, PC ...).

Enfin, le peu de réactions du public pourra peut-être décourager dans un premier temps, mais il faut bien se dire que la fidélisation des usagers nécessite, comme pour n'importe quel média d'ailleurs, des informations régulières et intéressantes.

*Procédez-vous à un monitoring? Et si oui, quels types d'indicateurs utilisez-vous (feedbacks des usagers, statistiques, etc.)?*

Nous tenons des séances régulières avec les membres du groupe, où nous échangeons nos expériences. Lors d'une dernière rencontre, nous avons pris connaissance des statistiques et les avons commentées. Mais l'exercice est assez limité car il n'y a pas de feedback en direct sur la page Facebook, nous pouvons seulement prendre note des commentaires qui y sont laissés ou encore relever les like.

*Quels conseils pourriez-vous donner aux bibliothèques qui projettent de se lancer dans l'implémentation systématique de médias sociaux?*

Notre expérience nous a appris qu'un projet d'implémentation quelconque, Facebook en ce qui nous concerne, ne peut reposer sur une seule personne. Il faut en effet s'assurer la collaboration de plusieurs collègues motivés qui soient eux aussi prêts à écrire des billets. Il s'agit donc d'expliquer dès le début au personnel de la bibliothèque l'intérêt du projet afin qu'il soit relayé et alimenté. Diversifier les types de billets est également un impératif si l'on veut voir ce qui marche le mieux (coups de cœur, événements, expositions, sondages, pub pour les services de la bibliothèque, vidéos, etc.). A noter ici que, d'une manière générale, les informations «légères» ou sur la vie de la bibliothèque marchent mieux que les informations «trop sérieuses». Il est également important de bien communiquer au public l'utilité de la page, montrer qu'elle n'est pas seulement un effet de mode, mais qu'elle est utile pour connaître les nouveautés à la BPUN; il faut faire savoir qu'il n'est pas nécessaire d'être soi-même inscrit sur Facebook pour consulter la page de la BPUN. Il convient également de «dédramatiser» cette plateforme qui a mauvaise presse auprès d'une partie de la population. On utilisera à cette fin divers outils relativement faciles à mettre en œuvre, comme des cartes, des signets, une signature électronique ainsi que le site web. Il est également toujours utile d'aller visiter les pages Facebook des autres bibliothèques, où l'on pourra peut-être trouver de nouvelles idées pour faire vivre la plateforme.

Un message, enfin, que nous aimerions faire passer à l'attention des plus petites bibliothèques: même en étant une petite infrastructure, il est possible de faire quelque chose de valable, ne serait-ce que pour promouvoir la visibilité de son établissement.

*Entretien mené par Stéphane Gillioz, arbedo*

*Lien de la page Facebook de la BPUN: <http://ow.ly/eMYyr>*

**Contacts: [geraldine.voirol@unine.ch](mailto:geraldine.voirol@unine.ch), [georges.manoussakas@unine.ch](mailto:georges.manoussakas@unine.ch)**

### ***La BPUN en bref***

Sous l'appellation de «Bibliothèque publique et universitaire», l'institution devient, en 1983, une fondation de droit privé financée à la fois par la ville et l'Etat. Sa tâche est alors triple: sauvegarder le patrimoine culturel régional, servir de bibliothèque d'étude à l'Université et aux écoles secondaires supérieures, et répondre aux besoins du public en information et en culture générale. Elle entretient par ailleurs des relations privilégiées avec les sociétés savantes neuchâteloises, auxquelles elle fournit de nombreuses prestations. En 1989, elle s'équipe d'un système informatisé de gestion de bibliothèque intégré pour ses services locaux (prêts, acquisitions, périodiques) et se rattache au réseau suisse romand RERO de catalogage partagé. Elle est à l'origine de la création, en 1996, du «Réseau des bibliothèques neuchâteloises et jurassiennes» (RBNJ), un partenariat entre la Bibliothèque de la ville de La Chaux-de-Fonds, les bibliothèques de l'Université, la Bibliothèque publique et universitaire de Neuchâtel et les principales bibliothèques jurassiennes, qui permet la gestion centralisée des fonctions locales de prêt et de consultation, ainsi que la mise en réseau des CD-ROM. Ces outils informatiques lui donnent accès à un énorme espace documentaire en lui offrant la possibilité de se relier à de multiples bases de données suisses et étrangères. Ils en font une bibliothèque moderne et performante, résolument ouverte sur le futur et les technologies de pointe en matière d'information.

## **Résumé**

**Deutsch**

***Stadt- und Universitätsbibliothek Neuenburg (BPUN): Auch kleine Institutionen können soziale Medien gewinnbringend und sinnvoll nutzen***

**Wir haben klein begonnen. Drei von uns nutzten Facebook privat. Ein «computeraffiner» Kollege kümmerte sich dann um den Aufbau der Facebook-Seite. Anschliessend wurde eine Arbeitsgruppe gebildet, die sich des Themas annahm. Die sozialen Medien bilden (noch) keinen integrativen Bestandteil der übergeordneten Kommunikationsstrategie. Die Personen, die Facebook regelmässig «füttern», tun dies zusätzlich zu ihren eigentlichen Aufgaben. Zurzeit sind wir daran, die Seite attraktiver zu gestalten.**

**Wir nutzen auch Twitter. Mit Foursquare wurde ein Versuch unternommen, das Echo war allerdings gering. Der Unterhalt der sozialen Medien braucht Zeit. Um thematisch diversifizieren zu können, wurden weitere Kollegen an Bord geholt. Im Vordergrund steht die Information (Aktuelles, Dienstleistungen, Leseempfehlungen).**

**Nach unserer Erfahrung sollte der Auf- und Ausbau sozialer Medien unbedingt auf mehrere Schultern verteilt werden. Eine thematisch breite Fächerung ist ein weiteres Muss. Wichtig ist auch eine sinnvolle Information der Nutzerinnen und Nutzer: Worum geht es, was bieten wir, was kann man machen (auch im Sinne einer «Ent-Dramatisierung» der sozialen Medien, die mancherorts über eine schlechte Presse verfügen)? Und selbstverständlich machen wir auch Benchmarking und schauen, wie andere Bibliotheken damit umgehen. Unser Fazit: Auch eine kleine Institution kann soziale Medien sinnvoll nutzen und damit die Sichtbarkeit der Institution erweitern.**