



Merchandising et réaménagement de sa bibliothèque

Développer l'attractivité, mettre en valeur, aller vers

Objectifs :

- Définir les techniques de merchandising et leur adaptation en bibliothèque
- Identifier les attentes et besoins du public
- Acquérir des techniques de communication
- Valoriser les fonds et les services de la bibliothèque

Contenu prévisionnel :

1. Identifier les besoins du public

- Les nouveaux désirs des publics : recherche d'adéquation entre le besoin usager et l'offre de services
- La vision sociale de la bibliothèque : la culture autrement, autonomie des publics...
- Une bibliothèque inclusive et participative : amplitude horaires, accessibilité, services gratuits, échanges sur sujet de société, implication des citoyens ...
- Des médiathèques aux tiers-lieux : des lieux de flânerie, d'exploration et de découvertes

2. Une posture professionnelle orientée vers les publics

- Comprendre la posture de bibliothécaire / facilitateur : Rôles, posture et comportements attendus pour laisser la place aux usagers / « un pas de côté »
- Focus sur deux outils pour récolter la parole des usagers : l'entretien et l'observation
- Focus sur les parties prenantes : partenaires et communautés d'intérêt
- Illustrations par des démarches existantes

3. Se mettre à la place des publics

- Connaître le public auquel on s'adresse et s'adapter « Changer les choses plutôt que changer les gens »

4. Analyser l'accessibilité de la bibliothèque

- Les 8 commandements de l'expérience utilisateur en bibliothèque
- Chercher à favoriser la rencontre entre les publics et l'offre culturelle : valorisation, aménagement...
- Réaliser un diagnostic sur les critères : l'entrée de la bibliothèque, les points de médiation, l'ambiance et l'aménagement intérieur, la signalétique et la communication, les rayonnages, les collections, la valorisation des collections
- Illustrations : des retours d'expériences ici et ailleurs (Bibliothèque la Parenthèse en Savoie)

5. Identifier les partenaires

- Identifier les attentes / préoccupations / exigences des parties prenantes
- Analyse de leur influence sur le projet

6. Elaborer une stratégie de communication

- Identifier la nécessité de la communication pour une bibliothèque
- Préciser ses composantes, ses objectifs, ses enjeux et ses cibles
- Identifier et mettre en œuvre les principes d'une communication de qualité en 7 points clés
- Focus sur la communication numérique

7. Points de blocage et leviers

- S'appuyer sur le collectif pour lever des points de blocage
- Explorer de nouvelles façons de penser, d'agir

FAB'DESIGN