

Trois cartes et un atout,

la bonne donne numérique en bibliothèque publique

Les trois cartes sont :

- *Une infrastructure technique de qualité qui autorise une vie numérique continue au sein de l'établissement*
- *Un personnel formé, soutenu et motivant*
- *Une communication active auprès du public*

Le jeu fonctionne mieux si un atout le complète, c'est-à-dire un projet qui insère cette activité dans un processus global et innovant.

Les enjeux pour les bibliothèques en termes d'offre numérique sont en premier lieu d'offrir des postes informatiques nombreux, faciles d'accès, avec une possibilité de navigation libre, des logiciels de travail et de création dans un environnement technique complet permettant la récupération des données. Le numérique et l'usage privé qui en est fait oblige la bibliothèque à se repositionner d'une offre de contenus à une offre de services : sa tâche principale est donc de développer ses services en ligne et d'exister dans l'univers 2.0.

Le développement d'ateliers de formation diversifiés ou de ressources d'autoformation renforce l'attractivité de ces espaces.

L'offre de ressources en ligne, gratuites et payantes, fait partie de l'offre propre à une bibliothèque et a besoin d'être médiatisée. La formation des personnels à la culture numérique, une meilleure communication, l'élaboration de services autour de la recherche documentaire est indispensable à la valorisation de cette offre méconnue du public.

Le soutien à la création littéraire et artistique demeure un axe traditionnel des activités des bibliothèques et il est aujourd'hui renouvelé par l'abonnement à des sites comme *Publie.net* et par la mise en œuvre d'ateliers d'écriture en ligne, d'invitations d'artistes ou d'échanges autour des lectures. Carel a enquêté dans plusieurs villes et a identifié 8 formes de développement des offres numériques. Avec 60 entretiens, d'autres parcours auraient surgi, c'est un bon signe de la vitalité des équipes et des établissements !

- Puteaux : des espaces conviviaux pour un Palais moderne
- Rennes : la culture numérique au cœur de la médiathèque
- Le Havre : développer l'offre numérique en assurant son appropriation par les équipes
- Vincennes : les services, le fer de lance du numérique
- Bagnolet : un projet numérique reposant sur une communication originale.
- Montpellier : une expérience partagée avec toutes les médiathèques du réseau.
- Médiathèque Départementale du Cantal : répondre à une priorité politique départementale.
- Bibliothèque Départementale de la Dordogne : accompagner les bibliothèques du réseau dans la gestion de l'offre numérique.

L'article commence par la synthèse des huit entretiens, les présentations des villes sont à la suite.

Le Contexte de l'enquête

CAREL (le consortium pour l'acquisition des ressources électroniques en ligne) a été créé en 2003 dans le but de faciliter l'introduction des ressources numériques dans les bibliothèques de lecture publique. Pour se faire, il négocie avec les éditeurs des prix et des licences adaptées au fonctionnement des bibliothèques de lecture publique (BLP). Il propose ensuite un

catalogue des ressources négociées avec les éditeurs auxquelles les bibliothèques peuvent se référer.

CAREL a donc un double rôle : faire connaître aux éditeurs les besoins particuliers des bibliothèques et les amener à développer des offres qui leur soient appropriées et d'autre part, faire connaître cette offre de Ressources En Ligne payantes (REL) aux bibliothèques et les aider à la développer.

Afin d'ajuster au mieux ses activités, des enquêtes sont régulièrement menées par CAREL afin de faire un état des lieux de l'offre numérique des BLP et des modalités de gestion de cette offre. En 2007, une enquête quantitative¹ par questionnaire avait été réalisée. Elle avait permis de mettre à jour l'intégration progressive de l'offre numérique au sein des autres activités de la bibliothèque mais de façon très différente d'une bibliothèque à l'autre.

L'enquête actuelle vise à évaluer les changements qui ont pu avoir lieu à ce sujet en l'espace de deux années. Elle reprend donc les questionnements de l'enquête de 2007. Elle est cependant volontairement qualitative et non quantitative, afin de mettre en lumière comment chaque bibliothèque se positionne par rapport à son offre numérique et quelles solutions originales sont parfois trouvées pour valoriser cette offre auprès des publics.

Les bibliothèques qui ont répondu à l'enquête lancée par CAREL sont de dimension, d'implantation géographique et de nature variée (médiathèque municipale, médiathèque de communauté d'agglomération, médiathèque départementale etc.), elles affichent toutes un intérêt particulier pour la problématique du numérique et c'est à ce titre qu'elles ont décidé de participer à l'enquête. La représentativité de cet échantillon par rapport à l'ensemble des BLP françaises n'est pas avérée, il faut donc considérer leurs réponses comme autant de retours d'expériences sur les difficultés et les succès de la mise en place d'une offre numérique dans une bibliothèque de lecture publique.

Huit bibliothèques ont été enquêtées, dont 2 bibliothèques départementales, 4 bibliothèques municipales centrales et 2 bibliothèques intercommunales centrales. Ces dernières ont toutes été récemment construites ou rénovées et ont bénéficié à cette occasion d'un équipement informatique de qualité et de créations d'espaces multimédias. De ce fait, un écart important est observé en matière d'équipement informatique et d'offre numérique entre les médiathèques centrales et les annexes.

Quel numérique en bibliothèque ?

L'expression « offre numérique » recouvre une grande variété de ressources et de services dont chaque bibliothèque peut donner une liste qui lui est propre. C'est pourquoi, il importe d'explicitier comment ce terme a été défini dans le cadre de l'enquête.

C'est l'acception large du terme numérique qui a été retenue, comme désignant tout contenu et tout service uniquement accessible par le biais d'un poste informatique. Les ressources et les services accessibles par le biais d'Internet, dits 'en ligne' constituent une partie de l'offre numérique.

A l'instar de l'enquête de 2007, l'enquête a porté à la fois :

¹ http://www.bpi.fr/fr/professionnels/carel/en_savoir_plus.html

- sur les aspects matériels de l'offre numérique (nombre de postes publics, types d'accès pour les publics, implantation dans la bibliothèque),
- sur les ressources mises à disposition (Cd-Rom, logiciels de bureautique et autres logiciels, messagerie, chat, ressources en ligne gratuites balis es, ressources en ligne payantes, patrimoine numérisé, dossiers documentaires, bibliographies),
- sur les services proposés par la bibliothèque (formations, services en ligne),
- sur l'inscription de la bibliothèque dans l'univers 2.0 (participation à un réseau social, folksonomie, blog, conférences)
- sur la valorisation des différents aspects de cette offre numérique
- sur l'inscription de cette offre dans l'organisation fonctionnelle de la bibliothèque et dans son vécu quotidien.

La présence incontestable d'une offre numérique avec à minima, un accès Internet et quelques ressources

Toutes les bibliothèques enquêtées proposent un accès à Internet sur des postes publics. Les débuts d'Internet en bibliothèque avaient été accompagnés d'une très forte restriction de son usage : le public ne pouvait aller sur Internet que dans un but documentaire. A présent, le principe est la navigation libre, messagerie et chat compris dans la plupart des bibliothèques de l'échantillon. Cet accès est le noyau dur de l'offre numérique à partir duquel sont développés d'autres types de ressources : logiciels, sitoth ques, REL payantes. Il est aussi ce qui fonde l'attractivité des espaces multim dias² ainsi que leur bon taux d'occupation dans toutes les bibliothèques visitées.

Le nombre de postes mis à la disposition du public reste cependant encore assez faible (20 postes en moyenne) mais surtout l'accès demeure encore restreint de diverses manières : accès sur identification donc obligation d'être inscrit à la bibliothèque, accès sur réservation 1 h par jour maximum ou 1 h par semaine...

Le nombre d'abonnements payants souscrits par les huit bibliothèques enquêtées varie entre 0 et 20, une majorité d'entre elles en ayant une douzaine. La moyenne générale est plutôt de 4 à 5 abonnements par bibliothèque, d'après les déclarations faites auprès de Carel fin 2008. Actuellement, le dynamisme numérique se mesure avant tout par la complétude et la diversité de l'offre de contenus et de services proposés par la bibliothèque.

De l'échantillon étudié, il se dégage deux types de bibliothèques :

- Celles qui ont une offre numérique minimale ou moyenne, mais qui ne l'ont pas inscrit dans un projet numérique global. Cette offre s'articule autour d'un accès à Internet, de quelques ressources numériques payantes, de quelques signets, de Cd-Rom en prêt. Elle est présente dans la bibliothèque parce « qu'aujourd'hui il est inconcevable qu'elle n'y soit pas », mais elle n'est pas véritablement construite, développée, mise en valeur.
- Celles qui élaborent une offre numérique la plus complète possible.

² Dans la plupart des cas, les postes sont regroupés, soit dans la salle d'étude soit au sein de chaque département dans un espace dédié, soit dans un espace multimédia désigné comme tel.

Une diversité des offres et services

Selon leurs moyens, les aléas de l'attribution des budgets et des marchés publics, plusieurs bibliothèques ont une offre numérique encore restreinte mais qu'elles tendent à rendre la plus complète possible. Ainsi, à partir de la prise de conscience de la nécessité de proposer plus dans les espaces multimédias afin de garder les publics et de répondre à leurs différents besoins, c'est le plus souvent la formation et l'autoformation qui ont été les vecteurs de développement de l'offre numérique. Des logiciels de bureautiques ont été installés sur les ordinateurs devenus de vrais postes de travail, des ressources en ligne gratuites et payantes d'autoformation ont été portées à l'attention des publics. Les ateliers allant de la sensibilisation à l'usage de l'ordinateur et d'Internet à la création en ligne d'œuvres cinématographiques, musicales ou littéraires, en passant par l'apprentissage des outils du web 2.0 se sont multipliés. Il est à noter que cette offre de formation au multimédia ou de ressources d'autoformation en langues notamment participe de l'attractivité de la bibliothèque et de l'augmentation du nombre d'inscriptions : certaines inscriptions ne sont prises que pour avoir accès à l'espace multimédia et/ou ses ateliers.

Des abonnements à la presse en ligne et des abonnements pour la jeunesse viennent souvent compléter cette offre.

Dans la totalité des bibliothèques questionnées, l'offre de vidéos à la demande est perçue comme une offre à développer absolument malgré le peu de réactivité du public et les contraintes techniques y afférant. Cependant, il semble essentiel aux professionnels de se positionner sur ce type d'offre, de même que sur les livres électroniques et la musique en ligne, par rapport à ce qu'ils perçoivent de l'avenir des supports physiques ou par rapport aux téléchargements illégaux. Cette offre tout particulièrement doit être portée à l'attention du public qui ne pense pas la trouver en bibliothèque.

D'autres initiatives sont prises comme celle de développer le plus de services en ligne possibles (prêt, renouvellement, réservation, envoi de mail ou de sms en guise de lettre de retard), celle d'inscrire la médiathèque sur Facebook, d'ouvrir toutes sortes de blogs, celles de proposer des nuages de tags pour la recherche dans le catalogue, celle de participer à des journées de réflexion sur le numérique ou de proposer des ateliers d'écriture en ligne, celle de numériser des collections patrimoniales ou de proposer des sélections de sites, celle de faire un site Internet ressemblant à celui d'un magazine d'information culturelle et non donnant les conditions de fréquentation d'une institution culturelle, parfois celle de la mise en ligne d'archives sonores ou audiovisuelles de conférences.

Ainsi, si aucune bibliothèque du panel ne présente une offre numérique complète (une telle n'a pas encore de site Internet propre, une telle n'a pas de ressources en ligne payantes), la plupart d'entre elles ont développé ce type d'initiatives, marquant de cette manière leur objectif de s'inscrire dans la culture numérique et de participer à sa diffusion.

De même, en fonction du comportement des élus, qui s'il ne fait jamais obstacle au développement de l'offre numérique, ne le soutient pas toujours, la formalisation d'un projet numérique global n'est pas toujours aboutie. On en est encore pour l'instant à un développement intuitif de cette offre, une succession de tentatives en fonction des opportunités qui se présentent. Néanmoins, ces actions permettent de faire connaître cette culture numérique, que ce soit auprès des équipes ou auprès des publics et donc d'en prendre l'habitude.

3.2) Une appropriation lente par les professionnels et les publics

3.2.1) Le numérique reste en marge du reste des collections et des activités des bibliothèques

Dans toutes les bibliothèques interrogées, le constat est le même : l'offre numérique reste en marge du reste de l'offre de la bibliothèque dans l'esprit des professionnels et l'utilisation des ressources électroniques reste très faible au regard du nombre d'inscrits dans chaque bibliothèque. Par contre, l'usage libre d'Internet est très apprécié.

Les premières personnes à convaincre sont donc les membres de l'équipe elle-même. En effet, pour toutes les bibliothèques de l'enquête, il existe une personne qui est responsable du développement de l'offre numérique, conçue comme une mission transversale au sein de la médiathèque ou du réseau. Ces postes ont souvent été créés récemment, signe du fait que cette activité apparaît comme de plus en plus intégrée à l'ensemble des missions des bibliothèques. Ce responsable attribué de l'offre numérique s'appuie la plupart du temps sur d'autres membres du personnel de la bibliothèque : le service informatique pour la mise en œuvre technique de l'offre, les responsables d'acquisitions pour s'assurer de la cohérence des abonnements par rapport aux orientations des collections imprimées, les personnes en contact fréquent avec les publics pour les sensibiliser à la nécessaire médiation de l'offre numérique auprès des publics.

Un nombre croissant de personnels seraient donc concernés par l'offre numérique de la bibliothèque, cependant si des formations en interne sont régulièrement menées pour présenter les nouveaux abonnements, les professionnels qui ne sont pas directement en contact avec le développement de cette offre, ont tendance à l'omettre facilement dans leurs pratiques de recherche et de renseignements et rares sont ceux qui se tiennent informés, qui font de la veille sur les sites Internet ou des suggestions d'acquisitions de REL. Par contre, quand site Internet il y a, les équipes s'approprient assez vite la création de contenus numériques autrefois proposés sur support papier : listes de coup de cœur, de nouveautés, bibliographies, résumé de titres littéraires, critiques de titres musicaux etc. A l'opposé, nombreux sont ceux qui se sentent dépassés par les outils du web 2.0 et qui perçoivent mal l'intérêt pour la bibliothèque de se positionner dans cet univers.

L'enjeu est donc la formation interne, tant à la bureautique qu'à l'usage d'Internet, et l'actualisation régulière des connaissances et par rapport à l'offre de REL de la bibliothèque et par rapport aux évolutions rapides des technologies et de leur usage.

En ce qui concerne les usages par le public : les statistiques montre un usage encore très limité mais croissant, un besoin commence à poindre et l'utilité de cette offre numérique et des REL devient de plus en plus certaine. Il est possible qu'à terme l'offre structurée de ressources en ligne gratuite et payante soit un facteur d'attractivité des bibliothèques, à condition que les accès aux postes publics et à Internet soient plus faciles ou que ces ressources soient disponibles à distance pour l'usager.

La valorisation des REL repose donc sur deux préalables :

- l'appropriation de ces contenus par les personnels pour une exploitation au cours des recherches documentaires. Cet aspect passe par la mise en avant de cette fonction de documentation et d'information au sein des bibliothèques

- la diffusion à distance des contenus est à poursuivre dans le cadre d'un site Internet abondant en contenus, informations et services.

La conjonction de ces deux facteurs contribue à l'attractivité de ces offres spécifiques.

3.2.2) Intégrer les ressources en ligne et les valoriser

Parmi les facteurs permettant d'expliquer cet usage timide, on peut insister sur le fait que l'offre éditoriale est encore très réduite, que les éditeurs hésitent encore à développer ce type de ressources pour la lecture publique et que donc l'existence même de cette offre en dehors des bibliothèques est totalement ignorée du public.

Pour les bibliothèques, la complexité des modèles économiques rend fastidieuse les acquisitions. La multiplicité des critères utilisés par les différents éditeurs pour concevoir leur offre dessert la diffusion. Chaque éditeur construit sa grille tarifaire en fonction de spécificités techniques, intellectuelles, organisationnelles qui lui sont propres. Mais quand ces grilles sont juxtaposées avec d'autres, la démarche devient généralement obscure pour le client. Par ailleurs, en ce qui concerne l'offre existante : les contraintes techniques et commerciales sont nombreuses et empêchent fréquemment l'accès à distance. De même, les conditions tarifaires obligent les bibliothèques à dédier des postes à telle ou telle ressource et dans un seul établissement du réseau. Si la protection des données est un souci légitime des éditeurs, la sécurisation devient parfois contre-productive. L'accès sur tous les postes permettrait une augmentation certaine de d'usages, dès lors facilités, de ces ressources.

Par ailleurs, il faut insister sur l'influence de l'environnement technique sur la faiblesse d'utilisation des ressources numériques : plus l'accès est compliqué (postes dédiés, postes debout), plus la récupération des données est malaisée (absence d'imprimante reliée, interdiction de clé USB) moins les ressources sont consultées. Enfin, des problèmes de sécurité empêchent dans la plupart des cas de récupérer des documents sur clé USB. Pour pallier ce manque, quelques bibliothèques proposent un espace de stockage personnalisé accessible à distance. L'envoi par mail est une option à encourager.

En outre, la visibilité des contenus numérique reste faible : à la fois à cause de l'absence de publicité sur ces produits par les éditeurs, à la fois à cause des difficultés pour les bibliothèques à les cataloguer. Leur richesse reste ignorée puisqu'elles ne sont peu indexées et très rarement accessible à partir d'une recherche fédérée. Elles demeurent donc à côté du reste des collections de la bibliothèque, dans l'esprit des professionnels comme des publics. En effet, après une recherche infructueuse dans le catalogue, certains penseront à rechercher dans les ressources en ligne, mais pas tous. De plus, cette recherche base de données par base de données peut être rapidement décourageante. Pour les bibliothécaires interrogés, le seul moyen d'intégrer véritablement l'offre numérique à l'ensemble de l'offre de la bibliothèque est la création d'un moteur de recherche fédéré type méta-moteur.

Les publics ne connaissent donc pas les ressources en ligne payantes et n'en sont donc pas demandeurs, par contre ils connaissent la navigation libre, l'usage d'Internet pour la vie pratique ou la recherche d'information, pour certains ils participent à l'univers web 2.0. Il semble donc que si leur usage reste faible en ce qui concerne les REL en bibliothèque, c'est aussi parce que leur présence en bibliothèque n'est pas identifiée par les lecteurs. L'affichage d'une image de bibliothèque 2.0, la présence sur les réseaux sociaux, l'abandon des

restrictions d'accès aux postes informatiques et à Internet et la multiplication des postes publics permettrait d'attirer l'attention des publics sur cette offre et d'en rendre l'accès facile.

Il ressort de l'enquête que le mot d'ordre concernant l'offre numérique est à présent de communiquer. Dans la plupart des bibliothèques interrogées, le développement des ressources numériques payantes est assez récent (2008) et donc peu de communication a été faite dessus. La plupart y voit une explication du faible usage des ressources et considère donc urgent d'élaborer un plan de communication sur cette offre numérique, de pousser les équipes à les faire connaître aux publics, à les valoriser. Très clairement, l'augmentation de l'usage de ces ressources passe par une médiation orale renforcée et certainement par la création, à partir de ces contenus, de services documentaires innovants, personnalisés et spécialisés.

Puteaux : des espaces conviviaux pour un Palais moderne

Le Palais de la Médiathèque a ouvert ses portes en février 2008, en lieu et place d'une ancienne bibliothèque hébergée dans l'Hôtel de Ville. Cette construction a été l'occasion d'élaborer une médiathèque moderne, conviviale et accueillante en portant tout particulièrement l'attention sur les espaces multimédias, car en effet, une bibliothèque ne peut plus se concevoir aujourd'hui sans une large place faite au numérique. A chaque étage, des postes de travail sont à la disposition du public, dans des alvéoles confortables et respectant l'intimité de chacun ou sur des tables filantes dans un environnement calme.

Mais, l'offre numérique de cette médiathèque en phase avec les dernières évolutions de la société actuelle se décline aussi en terme de ressources et de services proposés uniformément sur les 26 postes de travail destinés au public. Ainsi, les puteoliens ont accès sur les ordinateurs de la médiathèque aux principaux logiciels de bureautique (Word, Excel, Powerpoint, Paint), ainsi qu'à Internet, aux messageries et à cinq abonnements à des ressources électroniques en ligne (autoformation, encyclopédie, presse, droit). Dans le secteur jeunesse, des Cd-Rom sont pré téléchargés sur les ordinateurs. Enfin, si la récupération des données sur clé USB est encore empêchée pour des raisons de sécurité, les usagers peuvent enregistrer leurs ressources sur leur espace numérique personnel, accessible à distance.

Après un an de fonctionnement, il apparaît que les espaces multimédias sont bien connus et utilisés par les usagers de la médiathèque. Si l'offre numérique reste en marge de l'offre imprimée, il apparaît néanmoins que ces ressources ont leur intérêt et leur utilité surtout quand il s'agit de compléter et d'actualiser les ressources imprimées.

Médiathèque de la ville de Puteaux

- 26 postes Internet
- Abonnée à 5 ressources (Encyclopédia universalis, Lexbase, Pressens)
- site Internet de la Médiathèque : <http://palaisdelamediatheque.puteaux.fr>

Rennes : la culture numérique au cœur de la **bibliothèque**

La **bibliothèque de Rennes Métropole (dans les Champs Libres)** a un projet numérique global, ayant pris toute son ampleur depuis 2008 avec la création d'un poste de **bibliothécaire** chargé du développement et de l'accessibilité des ressources et services numériques. Cette création témoigne d'une volonté forte des élus comme de la direction de développer la culture numérique des personnels et des publics. Le terme de « culture numérique » est ici entendu au sens large et inclut à la fois l'ensemble des ressources accessibles via Internet, gratuites ou payantes, mais aussi l'ensemble des outils et des documents accessible par le biais d'un poste informatique : logiciels de bureautique, didacticiels, cd-roms ainsi que la sensibilisation aux outils du web 2.0. Cette culture numérique inclut également les services proposés par la bibliothèque sur Internet : navigation libre, messagerie, chat ainsi que les services personnalisés et à distance : ~~espace personnel de travail, compte lecteur et réservation d'un document, questions/réponses~~, accès aux ressources électroniques à distance, avis de retards par e-mails.

L'offre numérique de la médiathèque est ainsi conçue dans un cadre plus large qui est la sensibilisation de la population au numérique par le biais cette offre diversifiée et reproduite dans différentes structures publiques mais également par la création d'expositions et de journées régulières d'information sur l'actualité du numérique.

Ce projet numérique s'articule autour de deux axes :

- la formation des équipes aux ressources en ligne par des sessions régulières de présentation et de manipulation des ressources. **A cet égard, en tant qu'équipement d'agglomération, la bibliothèque tente de sensibiliser également les bibliothécaires des communes de la Métropole, par des journées d'étude, mais aussi des propositions concrètes d'utilisation d'outils collaboratifs, tel qu'un wiki « Bibagglorennes ».**
- la médiation orale **et** écrite auprès des publics ~~sur~~ afin **de** les rendre familiers de ce type de ressources et peut-être attirer des non-usagers.

La réalisation de ce projet est passée par plusieurs étapes qui sont :

- L'élaboration d'une offre cohérente dans laquelle la quinzaine d'abonnements est présentée en bouquets : 'accéder aux œuvres en ligne', 'se former tout au long de la vie', 'lire et décrypter la presse'... ces bouquets incluent également des ressources en ligne gratuites.
- La valorisation différentielle de l'offre département par département : si l'ensemble des postes donnent accès à l'ensemble des ressources numériques de la médiathèque, certaines sont plus mises en valeur par l'un ou l'autre des départements Par exemple : le pôle art ~~communiqué énormément sur~~ « porte » Artevod, **le pôle Patrimoine** La Cinémathèque de Bretagne, et le pôle **Vie** du citoyen les ressources d'autoformation. Ceci permet à chaque équipe de ~~prendre connaissance~~ **se responsabiliser sur un nombre plus restreint** de ressources (4 ou 5), donc de mieux les maîtriser et ~~de~~ mieux les faire connaître aux publics.
- La formation et l'information du public par des séances organisées tous les mois pour présenter les nouvelles ressources. Ces séances **ne sont pas encore remplies parce qu'il faut du temps pour fidéliser sur ce rendez-vous atypique. C'est le premier dans le domaine de la formation des usagers.**

- La rematérialisation des ressources lors de leur mise en valeur : des vitrines sont réalisées avec des fantômes de DVD assortis d'une jaquette « ArteVod » afin que les usagers se représentent mieux ce qu'est cette offre de vidéos en ligne.
- La communication sur les réseaux sociaux : la médiathèque est présente sur twitter ce qui lui permet de faire évoluer son image de bibliothèque patrimoniale et de toucher des personnes relais investies dans le web 2.0 et le libre.

Ce projet articulé aux autres activités de la médiathèque, au cœur de la construction de son nouveau positionnement et de sa nouvelle image de modernité est un axe central des futurs développements de ses services et de ses collections.

Bibliothèque des Champs Libres

- 100 postes Internet
- Abonnée à 17 ressources pour le public (Médiaplus , Maxicours, Capturator, Toutapprendre, Kompass, Grove music online, Publie.net, Classical music library, Artevod, Edumedia, ~~Eleetre~~, Extranet cité de la musique, Europresse, Vocalepresse, Planetnemo, **Références Indexpresse**, Techniques de l'ingénieur, ~~Vocalepresse~~, La Cinémathèque de Bretagne...et prochainement les Dictionnaires Robert en ligne
- La bibliothèque sur Twitter : www.twitter.com/Bibrennesmetrop
- La signets en autoformation sur Delicious : www.delicious.com/AutoformationBibliothequeRennesmetropole
- Site Internet : http://www.bibliotheque-rennesmetropole.fr/24669219/0/fiche_pagelibre/

Le Havre, développer l'offre numérique par la formation des équipes

Le réseau des Médiathèques du Havre est abonné à une dizaine de ressources en ligne depuis 2007. Cette offre vient compléter un dispositif solide de création d'espaces multimédias dans les principales bibliothèques du réseau. C'est en effet à partir de l'espace multimédia que des nouvelles demandes ont vu le jour, comme celle de ressources d'autoformation, qu'un nouveau public a été attiré dans les médiathèques et fidélisé grâce à une programmation d'ateliers riche et régulière. Les thèmes de ces ateliers vont de l'apprentissage de l'utilisation d'un poste informatique à la création de vidéos en ligne. Lors des premiers abonnements à des ressources en ligne, des séances de présentation pour le public ont été programmées et ont été complètes alors qu'aucune médiation particulière n'avait été entreprise.

Le fait que les espaces multimédias soient gérés par des animateurs a permis une meilleure valorisation des ressources en ligne et une intégration plus rapide dans l'ensemble des collections et des services de la Médiathèque. En effet, pour le reste des équipes qui ne sont pas directement en contact avec l'informatique et le numérique, le temps d'appropriation de ces nouvelles ressources est assez long, d'autant plus que leur gestion vient s'ajouter aux tâches déjà existantes. Il semble qu'au-delà de 15 abonnements, les équipes ne parviennent ni à trouver le temps de connaître toutes les ressources ni à présenter l'offre dans son entier au public.

Pour faire face à ses difficultés, la Médiathèque du Havre a mis en place un vaste programme de formation interne avec des séances de remise à niveau en bureautique et en informatique puis d'apprentissage des possibilités d'Internet, des outils du web 2.0, de l'utilisation des ressources électroniques, gratuites et payantes. Ceci a permis de créer une culture numérique commune à l'intérieur de l'équipe et de dissoudre les dernières réticences par rapport aux nouvelles technologies. L'offre numérique est à présent valorisée dans toute sa diversité auprès des publics.

Le réseau des bibliothèques municipales de la Ville du Havre

- Dessert 8 bibliothèques + 3 nouvelles bibliothèques en 2009-2010
- 43 postes Internet sur le réseau.
- Abonnée à 8 ressources négociées par CAREL. (Toutapprendre.com, Balingua, Cyberlibris, Bibliomédias, Electre, Cd rap, Pressens, Arte vod^o)
- Site Internet http://www.ville-lehavre.fr/delia-CMS/guichet_virtuel/rubrique/article_id-/topic_id-254/bibliotheques.html

Vincennes : les services, le fer de lance du numérique

A Vincennes, la municipalité met l'accent sur l'e-administration et les services en ligne. Pour 2010, les efforts se concentrent sur la réalisation d'un portail citoyen qui remplacera l'actuel site Internet de la Ville. Sur ce portail, les Vincennois auront accès après identification à tous les services municipaux : bibliothèque, crèche etc.

Le projet numérique de la Médiathèque de Vincennes s'inscrit donc dans un projet municipal global, ce qui est un atout majeur en terme de soutien humain et financier.

La Médiathèque a donc poussé au maximum des capacités actuelles de son site Internet son offre de services en ligne :

- catalogue en ligne incluant les sites Internet des ressources en ligne gratuites et payantes sélectionnées par l'équipe de la Médiathèque
- compte lecteur avec réservation de documents, prolongation de prêts
- envoi de mail et projet de SMS pour prévenir des disponibilités après réservation et des retards
- fils RSS
- newsletter électronique
- dossiers documentaires, bibliographies
- ressources en ligne accessibles à distance

A l'horizon 2010, la bibliothèque qui use déjà de tous les moyens traditionnels de communication pour son offre numérique (tracts, affiches, site Internet, magazine d'information municipal) développera un portail web 2.0 qui lui permettra d'être présente sur les réseaux sociaux (twitter, facebook) et de proposer à ses usagers de participer à la vie de la Médiathèque en déposant des commentaires ou en taggant des notices.

Seul Espace de Formation Multimédia de la Ville, celui de la Médiathèque est considéré par la municipalité comme une vitrine à la fois de sa politique numérique et à la fois de l'information sur les dernières avancées dans le domaine. Une proposition diversifiée d'ateliers (de la bureautique à la création en ligne) draine à la médiathèque un nouveau public

d'inscrits. Espérons que l'offre de ressources en ligne renforcera d'autant plus cette attractivité !

Bibliothèques-Médiathèques de Vincennes

- Réseau de 4 bibliothèques.
- 43 postes Internet sur le réseau.
- Abonnée à 3 ressources négociées par CAREL (Electre, CD rap, Tout apprendre à distance avec 330 inscrits)
- Site Internet : <http://biblio.vincennes.fr/portail/>

Bagnolet : un site web culturel, lieu de paroles et de communication

La médiathèque de la ville de Bagnolet proposait à sa réouverture en 2002 un espace multimédia moderne : 12 postes d'accès à un Internet documentaire accessibles sur réservation à ses abonnés. Aujourd'hui, cette offre est en train d'évoluer pour s'adapter aux nouveaux usages de la population en matière de nouvelles technologies de l'information.

Le projet numérique s'articule donc autour de 4 axes de travail :

- Augmenter le nombre de postes de travail publics dans la médiathèque (+ 6) et renouveler le parc informatique. Rendre possible la connexion à Internet par le biais d'ordinateurs portables personnels (filaire ou wifi).
- Ouvrir l'accès à l'Internet libre (y compris à la messagerie) et installer des logiciels de bureautique et de création graphique sur les postes.
- Mettre en place des ateliers pour les publics de sensibilisation à Internet, de création à partir des outils du web 2.0 (blogs, sites), de création littéraire et artistique en ligne, de présentation des ressources numériques.
- Proposer une offre de ressources numériques gratuites et payantes correspondant aux grandes missions de la bibliothèque : autoformation, apprentissage des langues, presse, création littéraire et artistique, si possible accessible à distance aux inscrits de la médiathèque.
- Augmenter les actions de médiation sur l'offre numérique de la médiathèque, complètement intégrée à l'ensemble de ses collections multisupports

La réalisation de ce projet dépend de l'attribution du budget correspondant. Il n'est donc pour l'instant pas encore lancé. Cependant, la médiathèque montre son attachement à la culture numérique en développant un site Internet particulier.

L'objectif de ce site est de se positionner différemment par rapport aux sites Internet courant de bibliothèques. L'accent n'est pas mis sur la présentation de la bibliothèque, de son offre, des modalités d'inscription etc. Quoique présente sur le site, cette partie informative est volontairement réduite. Le site Internet est plutôt utilisé comme un lieu d'information sur les activités et les manifestations culturelles qui ont lieu à la médiathèque mais surtout dans la ville, le département et la région. De nombreux articles traitent également de l'actualité culturelle nationale et des débats d'idées sur le livre et la culture. Ce site est pensé comme un lieu de parole sur le métier mais aussi comme un lieu d'enrichissement des collections physiques de la bibliothèque. Les articles viennent compléter les collections, en proposant des

sélections de sites conçues comme autant de pistes thématiques sur différents sujets d'actualité. C'est par ailleurs un site dynamique, avec des coups de projecteurs sur certains articles qui changent en fonction de la navigation et des sélections d'articles qui traitent du même sujet en fonction de la recherche de l'internaute. Le site propose également l'accès à un blog '*jeune et je lis*' reprenant les sélections et les critiques du comité de lecture des ados. Enfin, la médiathèque a créé un profil sur Facebook.

La réflexion sur l'offre numérique a donc été l'occasion d'initier une nouvelle façon de communiquer avec les publics, moins institutionnelles, en s'adaptant aux pratiques des usagers de l'Internet.

Médiathèque de Bagnolet

- 12 postes Internet
- Pas d'abonnement à des ressources électroniques
- Site Internet : <http://mediatheque.ville-bagnolet.fr>

La Médiathèque de la communauté d'agglomération de Montpellier : un large choix de ressources en ligne dans toutes les médiathèques du réseau.

Le réseau des médiathèques de la communauté d'agglomération de Montpellier s'est très tôt positionné sur une offre numérique large. Les premiers abonnements ont été pris en 2002 et leur nombre est croissant d'années en années. On peut distinguer un noyau dur d'abonnements qui rencontre les besoins des publics : consultation de la presse en ligne, autoformation sur la bureautique et les langues étrangères. Dans ces domaines, les abonnements sont repris d'année en année et l'offre est étoffée et diversifiée au fur et à mesure. Pour les autres ressources, telles que les contenus littéraires, musicaux, cinématographiques dématérialisés, les offres commerciales ne sont pas encore stabilisées. Chaque année, des nouveautés sont testées mais aucune n'a donné encore pleine satisfaction, les supports CD et DVD continuent donc d'être acquis étant donné la non pérennité des abonnements pris en musique ou de vidéo en ligne. C'est pour l'instant encore **par tests réussis à tâtons** que la médiathèque essaie de développer ce type de ressources, qui pourraient répondre à une demande des publics par ailleurs habitués à écouter ou visionner en ligne. Par contre, en ce qui concerne la presse, les ressources numériques sont à présent pleinement intégrées dans la politique d'acquisition et peuvent se substituer pour certains titres aux acquisitions d'imprimés (pour la presse quotidienne étrangère notamment).

A partir de cette longue expérience d'offre de ressources en ligne payantes, il est possible d'avancer que si la demande du public est à l'origine inaudible sur ce type de ressources, c'est parce qu'elle n'est pas portée à sa connaissance en-dehors des bibliothèques ou des établissements scolaires. Les éditeurs sont assez frileux quand à l'élaboration de produits de ce type, le marché assez atone, la publicité inexistante. Par contre, lorsque l'attention des publics est attirée par les bibliothécaires sur l'existence de ces ressources en ligne, leur intérêt est immédiat, ce qui permet de s'assurer de l'utilité de ces ressources ainsi que de l'augmentation de leur utilisation dans un futur proche. La communication sur ces ressources est donc un point essentiel dans l'accroissement des usages.

Structuré autour de la Médiathèque centrale d'Agglomération, ~~composée de 2 équipements majeurs,~~ Emile Zola et la médiathèque Federico Fellini (dédiée au cinéma), le réseau comporte 10 établissements implantés dans les quartiers et les communes. La particularité de ce réseau est que toutes les médiathèques intègrent l'ensemble ces médias (livres, journaux et magazines, vidéocassettes, CD, DVD, accès internet, ressources en ligne). Ainsi, dans un souci de proximité, les abonnements aux ressources en ligne sont proposés dans toutes les médiathèques, la composition du bouquet étant établie par chacune en fonction des particularités de son équipement, de son public, des usages constatés.

Cet engagement fort de tout le réseau dans l'élaboration d'une offre numérique qui figure parmi les 15 points du plan de développement de la communauté d'agglomération dans le domaine de la lecture publique s'accompagne d'une intégration de cette offre aux autres activités des médiathèques et aux orientations qui sont prises pour être au plus près des besoins d'information, de formation, de culture et de loisirs du public.

Médiathèques de l'agglomération de Montpellier

- 138 postes Internet sur le réseau
- Abonnée à 22 ressources : Toutapprendre.com, Hachette multimédia, Tout l'univers, Larousse, Encyclopédie Universalis, ~~Grove music online~~, Dictionnaire interactif des sciences et techniques, Lexbase, Edumédia, Louvre.edu, PlanetNemo.fr, Texte.Image, Bibliomédias, Cyberlibris, Corpus de littérature narrative : Basile, Tempolia (musique en ligne montpelliérain), Electre, Pressens, Cd-rap, VocalePresse, PressDisplay, Artevod, ~~Bibliosés@me~~, Extranet de la Cité de la musique, lesocial.fr, (bientôt Universciné)
- Site Internet : <http://mediatheque.montpellier-agglo.com/>

La Médiathèque Départementale du Cantal : répondre à une priorité politique départementale.

Avec le lancement du Plan CyberCantal en 1998, le Conseil Général a choisi d'orienter le développement économique du département sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Dix ans plus tard, la population présente un taux d'équipement privé supérieur aux moyennes nationales. Elle a par ailleurs accès à des points Internet dans toutes les mairies du département. De ces postes, elle peut utiliser les services départementaux en ligne : CAF, transport etc.

Service du conseil général, la Médiathèque Départementale du Cantal participe à la réalisation de cette politique en soutenant l'informatisation des bibliothèques de son réseau, la mise en place d'espaces multimédias, la création d'un catalogue commun et d'un portail départemental de la lecture publique (Cédric), l'abonnement à des ressources électroniques en ligne.

Dans ce domaine, la Médiathèque Départementale du Cantal fait figure de pionnière, puisqu'elle met en œuvre ce service depuis 2006. Le nombre de bibliothèques du réseau participant à ce projet est passé de 4 à 13 et le nombre et la diversité des abonnements

souscrits sont croissants. Les plus utilisés sont ceux destinés à la jeunesse : *Planetnemo* et *Edumédia*, les bases de données de presse rencontrent également un certain public. Par contre, les abonnements d'autoformation ne fonctionnent pas très bien malgré une demande par ailleurs exprimée pour des documents imprimés, des Cd-Roms ou des sélections de sites gratuits d'autoformation.

L'objectif à terme est de proposer l'accès à des contenus dématérialisés ( uvres littéraires, musicales et cinématographiques), mais le public des bibliothèques du réseau ayant plus l'habitude de passer dans les bibliothèques que de s'y poser, cette offre ne sera vraiment utilisée que si elle est assortie d'accès à distance. Il en va de même pour l'autoformation.

De manière générale, il faut faire savoir au public par ailleurs habitué à la lecture, l'écoute et le visionnage en ligne à partir de sites gratuits, qu'il peut trouver ce type service et ce genre de contenus dans les bibliothèques, et qu'ils sont en plus de meilleure qualité.

Pour cela, une véritable médiation orale et écrite doit être menée par le personnel de la bibliothèque. Souvent seul, le responsable de la bibliothèque peine à trouver le temps de valoriser l'offre numérique comme il le faudrait et de fait, les usages restent faibles. On observe une meilleure connaissance de ces ressources parmi les publics des bibliothèques ayant un espace multimédia et donc un animateur qui le fait vivre et qui propose des ateliers. Ici, le rôle des médiathèques départementales est fondamental en termes d'accompagnement, de soutien et de formation des responsables des bibliothèques de leur réseau.

Médiathèque départementale du Cantal (Aurillac)

- Acquiert pour des ressources en ligne pour 13 bibliothèques
- 25 postes Internet sur ce réseau.

Abonnée à 16 ressources (Toutapprendre.com, Balingua, LeSocial.fr, SmartCanal, Tellmemore online, Larousse encyclopédie, Encyclopédie Hachette Multimédia, Dictionnaires Le Robert, Encyclopédia Universalis, Actuel-CIDJ. Info, Dictionnaire interactif des sciences et techniques, Edumédia, Louvre.edu, PlanetNemo, Bibliomédias, Cyberlibris, Pressens, Repère, Terra economica, Vocale presse)

- Site Internet : <http://bdp.cantal.fr/>
- <http://cedric.cantal.fr/> : portail de la lecture publique (en cours de construction.)

La Bibliothèque Départementale de la Dordogne : accompagner les bibliothèques du réseau dans la gestion de l'offre numérique.

C'est en 2008, que la Bibliothèque Départementale de Prêt de la Dordogne a décidé de développer l'offre de ressources en ligne dans les bibliothèques de son réseau. Depuis 2003, un plan départemental de la lecture publique avait déjà engagé une aide forte à des projets d'informatisation dont un catalogue général avec une carte unique pour tous les inscrits. Desservant plus 200 villes, l'équipe de la BDP a sélectionné dans 8 bibliothèques susceptibles de pouvoir mettre en œuvre cette offre numérique. Ces 8 bibliothèques ont été choisies sur les critères suivants :

- existence d'un espace multimédia (de 1 à 10 postes publics donnant accès à Internet)
- intérêt pour les ressources numériques et motivation pour ce projet d'abonnement

- engagement à les valoriser auprès des publics
- capacité à animer leur espace multimédia

Ce sont les bibliothèques municipales qui choisissent les abonnements dont elles souhaitent bénéficier, à partir du catalogue Carel, dans la limite de la répartition équitable du budget alloué à ce projet par la BDP. Ce sont en moyenne 4 à 5 abonnements qui sont pris par les bibliothèques panachant autoformation, jeunesse et presse.

La plupart de ces bibliothèques sont gérées par une seule personne, qui a donc besoin d'être très accompagnée dans la mise en place de ce service en terme de formation à la manipulation et à la valorisation de ce type de ressources mais aussi en terme de réalisation de certaines tâches qui sinon viendront s'ajouter aux trop nombreuses activités à accomplir pour maintenir une bibliothèque de qualité.

La BDP prend donc en charge la conception et la réalisation des documents de communication : tracts, affiches, blogs. Les bibliothèques se sont bien appropriées ces blogs et en ont fait un support de communication avec le public autour de la programmation culturelle, des nouveautés, des coups de cœurs et de l'offre multimédia de leur bibliothèque. D'autre part, la BDP propose de nombreuses formations aux personnels du réseau, leur permettant de se perfectionner dans la gestion d'espaces multimédias ou dans l'utilisation des possibilités du web lui-même, par exemple 'création d'un site, création d'un blog', 'ouvrir un espace multimédia', 'animer un espace multimédias : des ateliers pour ado, enfants, adultes'. Des formations spécifiques ont été conçues lors de la mise en place de ce service de ressources en ligne payantes.

Par ailleurs, la BDP a créé <http://bdp24.viabloga.com>, le blog des espaces multimédias des bibliothèques de Dordogne, qui permet de connaître les ressources numériques payantes disponibles dans chaque bibliothèque, d'être informé sur l'actualité des TIC, de suivre l'évolution du droit de l'internet. Cet espace est aussi un lieu de valorisation des événements culturels de chaque bibliothèque.

Le projet à présent, c'est de développer les accès à distance à partir du portail de la BDP surtout pour les abonnements qui sont pris par toutes les bibliothèques tels que *Planetnemo* et *Lekiosque*. Les publics pourront donc avoir accès à ces ressources de chez eux, ce qui est particulièrement important pour les œuvres en ligne qui nécessite d'avoir du temps et une installation confortable. Ce type d'accès devrait permettre de voir naître des usages qui sont encore assez timides mais en augmentation. Après cette année d'expérimentation, le point positif est la réelle prise de conscience des bibliothécaires de l'enjeu des ressources électroniques et une envie collective de communiquer autour et d'accompagner le public.

BDP de la Dordogne

- Acquiert des REL 8 bibliothèques + 3 nouvelles bibliothèques en 2009-2010
- Abonnée à 13 ressources (Toutapprendre.com : soutien scolaire et langues, LeSocial.fr, SmartCanal, Maxicours, Larousse encyclopédie, Edumédia, Louvre.edu,

BPI, CAREL, Isabelle Antonutti, Héloïse Marril, juin 2009

PlanetNemo.fr, Texte image, Cyberlibris, Terra economica, Lekiosque.fr, Vocale
presse)

- Site Internet : <http://www.bdp24.net/>