

PROJET CDI 2008 -2009

OBJECTIFS

- Faire du CDI du collège un centre de ressources documentaires en lien avec l'activité pédagogique de l'établissement.
- Assurer l'initiation et la formation des élèves à la recherche documentaire.
- Participer activement à l'ouverture culturelle du collège.

HORAIRES

Lundi : 8h30 - 12h30 /12h45 - 18H00.

Mardi : CDI ouvert en fonction des possibilités de Mme (Assistante d'Education).

Mercredi : 8h30 - 12h30.

Jeudi : 8h30 - 12h30/ 13h15 - 17h30

Vendredi : 8h30-17h30.

LE PERSONNEL

M. (professeur documentaliste).

Mme (Assistante d'Education).

LE FONDS DOCUMENTAIRE

Livres (fiction et documentaires) : environ 4700 documents.

Périodiques : environ 12300.

- Néanmoins, le dernier inventaire datant de 2006, cette estimation ne reflète que partiellement la réalité du fonds.
- Malgré le travail effectué les années précédentes, une partie des documents du CDI n'est pas enregistrée, ce qui fausse en partie ces chiffres.
- Un important travail de mise à jour du fonds documentaire, d'uniformisation de la saisie des documents afin de faciliter les recherches documentaires des élèves au CDI est nécessaire cette année. Un inventaire sera réalisé en fin d'année afin d'évaluer efficacement le fonds du CDI.
- Le fonds du CDI étant en reconstruction depuis deux ans environ, une politique d'acquisition ambitieuse et concertée doit être envisagée afin de répondre aux besoins documentaires des élèves (manques importants de documents constatés lors de séances au CDI), ainsi que des enseignants.

L'INFORMATIQUE

1 poste documentaliste.

6 postes élèves.

Un poste fonctionne avec le système Windows Vista, quatre avec XP, un avec Windows 98. Certains postes fonctionnent moyennement. Une uniformisation des systèmes d'exploitation des postes serait à envisager. En raison notamment d'incompatibilités des postes élèves avec le « Vista » du documentaliste, l'impression à partir d'un poste élève est impossible.

1. Accueil des utilisateurs (élèves, enseignants) :

- L'objectif d'assurer une ouverture maximale du CDI sur l'ensemble de la semaine, en privilégiant des créneaux importants tels que le midi-deux est possible cette année.
 - La présence de Mme E le lundi matin, le mardi, le vendredi en fin d'après-midi ainsi que lors du « midi-deux » les jeudi et vendredi permet d'assurer une ouverture maximale du CDI dans la semaine et favorise la venue des élèves sur leur temps libre.
- Néanmoins, la formation T1 du documentaliste nécessite la fermeture du CDI le mardi, à compter de la rentrée des vacances de Toussaint jusqu'à la mi-mai.

Liaison CDI - Vie Scolaire :

- Partenariat avec la vie scolaire sur la gestion des flux d'élèves et sur les créneaux d'accueil à privilégier.
- Partenariat documentaire avec la vie scolaire : mise à disposition des élèves de manuels scolaires en permanence durant l'année. Réflexion en cours avec le CPE sur l'approfondissement de ce partenariat (la mise à disposition des élèves des documents du CDI en salle de permanence est à l'étude).
- Partenariat dans la gestion des manuels scolaires : aide de la vie scolaire pour la distribution et le retour des manuels au CDI.
- Présence ponctuelle d'une assistante d'éducation au CDI.

2. Réorganiser et développer le fonds documentaire

Le fonds documentaire du CDI étant à reconstituer, il est nécessaire d'aboutir à une politique d'achat concertée de manière à enrichir le fonds en fonction des réels besoins pédagogiques et documentaires des élèves et de l'établissement.

- Mettre en place une concertation avec les enseignants de manière à analyser les besoins de chaque secteur, et réfléchir à la politique d'achat des ressources (papier, multimédia et électroniques). Cette concertation pourrait être mise en place lors du conseil pédagogique.
- Enrichissement du fonds par des acquisitions en liaison avec les programmes, les activités et projets (IDD, DP3), les classes de SEGPA et UPI du collège. Les actions ponctuelles (semaine de la presse, semaine du goût,...). L'orientation des élèves.
- Mise à jour de la base documentaire BCDI :
 - Indexation de tous les documents présents au CDI.
 - Uniformisation de la saisie de tous les documents.
 - Inventaire précis du fonds en fin d'année.
 - Désherbage.
- Réorganisation du fonds documentaire :
 - Réorganisation de l'espace du CDI, de la signalétique (en partenariat avec les enseignants de technologie), afin de rendre plus lisible le classement des documents et

favoriser l'accès aux ressources (amélioration de la gestion du prêt), et éviter la sous-exploitation des documents.

Réorganiser les archives du CDI.

3. La pédagogie au CDI

- Formation à la recherche documentaire pour les classes de 6^{ème} sur la base de 10 heures par élève.
 - Formation sur l'année pour les élèves de 6^{ème} SEGPA et de l'UPI.
 - Partenariat avec les enseignants de technologie pour les classes de 3^{ème} : réalisation d'un dossier à partir d'une recherche documentaire. Ce travail devant permettre la validation d'items du B2I spécifiques à la recherche documentaire et la mise en forme d'informations.
 - Partenariat ponctuel avec les enseignants d'histoire-géographie en 5^{ème} et 3^{ème}.
 - Accueil des classes au CDI lors des expositions.
 - Accueil des classes pour les IDD.
 - Participation à l'aide aux devoirs le lundi.
 - Participation à la liaison CM2-6^{ème}. Partenariat avec le réseau d'éducation prioritaire
-
- Participation à la semaine de la presse.
 - Projet de participation au prix littéraire de « L'îlot livres » pour les plus de 12 ans (classes de 4^{ème} et 3^{ème}).

4. Animation / Ouverture/Information

- Accueil d'expositions tout au long de l'année au CDI (partenariat avec l'office national des anciens combattants, les archives départementales, la bibliothèque)
- Accueil du Muséobus
- Participation à la semaine de la presse
- Réflexion sur l'élaboration de pages CDI sur le site internet du collège.
- Distribution en début d'année à chaque élève d'un « guide pratique du CDI ».

5. Evaluation

- Edition de statistiques en fin d'année à partir du logiciel BCDI (nombre de documents indexés, gestion des abonnements, inventaire, prêts) afin d'évaluer le développement du fonds documentaire et son utilisation.
- Bilan qualitatif des actions proposées par le CDI (sondage).
- Bilan quantitatif et qualitatif du partenariat professeurs/documentaliste (nombre d'actions effectuées, qualité des actions, prolongements envisagés et améliorations possibles).



Les Idea Stores :

→ UNE NOUVELLE APPROCHE DE LA BIBLIOTHÈQUE ET DE L'ACCÈS À LA CONNAISSANCE

SERGIO DOGLIANI

Idea Stores

London Borough of Tower Hamlets
sergio.dogliani@towerhamlets.gov.uk

Sergio Dogliani a quitté l'Italie pour la Grande-Bretagne en 1984, à un moment où le manque de perspectives et les mauvais résultats de son pays en football lui ont donné l'envie d'aller voir ailleurs. Son expérience de formateur pour adultes et de responsable de programmes de formation en langues, en TIC et en sciences humaines dans diverses institutions londoniennes ainsi que son amour des livres et des bibliothèques l'ont conduit à être nommé responsable du premier Idea Store en 2002, puis directeur général des Idea Stores.

Les Idea Stores¹ sont un concept mêlant services de bibliothèque, d'étude et d'information, proposés à travers un réseau de lieux répartis dans l'arrondissement londonien de Tower Hamlets². Situé à l'est de la ville, Tower Hamlets compte 215 000 habitants³, dont 49 % de « non-blancs », pour un tiers originaires du Bangladesh, le reste se répartissant entre Somaliens, Chinois, Vietnamiens, Africains ou Caribéens.

L'arrondissement est caractérisé par une riche diversité et par la coexistence de deux extrêmes : d'un côté, la quatrième zone la plus défavorisée du Royaume-Uni, avec un très fort taux de chômage et d'illettrisme, de l'autre le quartier d'affaires de Canary Wharf, qui abrite les sièges de nombreuses multinationales et attire chaque jour 100 000 travailleurs, pour la plupart très bien payés.

Le concept des Idea Stores a démarré en 1999. À cette époque, les bibliothèques de Tower Hamlets n'étaient fréquentées que par 20 % de la population, contre 50 % dans d'autres régions du pays. Nous savions qu'il fallait faire quelque chose, faute de quoi il n'y aurait plus de bibliothèques dans l'avenir, et nous nous sommes donc lancés dans ce qui fut alors la plus vaste opération marketing d'un service public au Royaume-Uni.

Les résultats ont été une révélation : si les gens réclamaient bien ce à quoi nous nous attendions (de nouveaux locaux, une technologie

de pointe, des collections actualisées et enrichies), le plus important pour beaucoup était de pouvoir accéder aux services de la bibliothèque plus facilement. D'où, pour nous, la nécessité de localiser nos bâtiments dans les rues principales et de les ouvrir plus longtemps (nous sommes passés de 46 heures hebdomadaires à 71, sept jours par semaine et 357 jours par an, comme les supermarchés), pour que le public puisse faire de la visite à la bibliothèque une activité quotidienne, n'exigeant ni programmation ni résolution.

Une stratégie de reconquête

Nous eûmes ainsi immédiatement la colonne vertébrale de notre stratégie. Elle nous a conduits à une recherche frénétique (et couronnée de succès) des meilleurs emplacements, suivie par un investissement significatif en livres, DVD et CD (92 % de plus en trois ans), mais aussi en bâtiments adaptés, en ordinateurs pour le public et en personnel supplémentaire. Simultanément, nous avons constaté que le service « Formation tout au long de la vie » (Lifelong Learning Service), qui proposait une offre de formations professionnelles ou non scolaires pour les adultes et les familles était lui aussi en phase terminale. Nous avons donc décidé d'unir nos forces et d'appliquer une stratégie d'implantations communes. Très tôt, nous nous sommes aperçus que travailler ensemble pouvait être une des forces décisives des Idea Stores, grâce aux synergies potentielles entre la lecture et la formation, et qu'il fallait nous rapprocher encore plus.

1. Qu'on pourrait traduire littéralement par « magasins d'idées ».

2. Londres est administrativement divisée en 33 « boroughs » ou « arrondissements » autonomes.

3. Soit la population du 15^e arrondissement parisien, ou de villes comme Rennes et Bordeaux (sans leurs agglomérations).



Et c'est ainsi que nous en sommes arrivés à réintroduire en bibliothèque des cours d'alphabétisation, plus de cent ans après que les premières bibliothèques publiques du secteur eurent été utilisées pour aider ceux qui ne pouvaient pas s'offrir une éducation académique à s'instruire et à se former. Ce n'était donc pas vraiment une idée neuve, plutôt la reprise d'une ancienne (toujours d'actualité cependant, dans un secteur aussi défavorisé que Tower Hamlets), mais proposée d'une manière toute nouvelle. Élargir notre participation a ainsi constitué un guide pour notre stratégie, depuis le commencement de notre action.

Des bâtiments chics et des règles revisitées

Nous avons ensuite programmé la construction de bâtiments excitants, et engagé les meilleurs architectes pour qu'ils les conçoivent, en respectant notre cahier des charges : constructions de haute qualité, stimulantes, colorées, avec de la lumière naturelle et beaucoup d'ouvertures vitrées, une ambiance de magasin de détail et surtout *fun*, à l'opposé des institutions académiques officielles.

Pendant que les constructions sortaient de terre, nous réfléchissions déjà au type de service que nous voulions fournir, parce que se contenter de transférer les bibliothèques en bloc dans les nouveaux locaux sans essayer d'améliorer les services aurait été vraiment dommage.

Nous avons donc fait quelques recherches supplémentaires au Royaume-Uni et à l'étranger, et compris qu'en tant qu'organisation, à moins de redéfinir les objectifs essentiels – dans notre cas, une réelle attention portée au client, afin d'élargir le public –, l'expérience vécue ne serait pas jugée meilleure par le client. Aussi avons-nous commencé de remettre en cause les règles qui semblaient régir la plupart des bibliothèques et des institutions éducatives, et à nous poser des questions.

Par exemple : pourquoi afficher partout « Défense de manger », « Défense de boire », alors que justement



Entrée de l'Idea Store de Canary Wharf. Photo Bob Stuart © Idea Stores

vous venez d'aménager un très joli café dans l'enceinte du bâtiment ? Est-ce que cela signifie que nous faisons confiance aux gens quand ils emportent les livres chez eux pour trois semaines (où personne ne peut contrôler ce qu'ils font avec), mais que nous ne leur faisons plus confiance quand ils manipulent les mêmes livres pendant la demi-heure qu'ils passent à la bibliothèque ? Nous ne sommes pas la British Library, avec ses manuscrits originaux irremplaçables et ses éditions princeps : nos livres sont majoritairement des livres brochés ou des livres de poche et si quelqu'un reverse accidentellement un cappuccino ou un café au lait sur l'un d'eux, ce n'est pas la fin du monde. Même chose pour les ordinateurs : il est extrêmement rare que quelqu'un endommage un ordinateur avec une boisson ; quand cela arrive, c'est en général la souris ou le clavier qui est arrosé, et l'un comme l'autre peuvent être nettoyés et remis en état sans frais.

Et les téléphones portables ? D'accord, les sonneries au volume maximum, c'est non. Mais répondre à l'appel d'un ami avec lequel on a rendez-vous au café et qui est en retard, ou appeler à la maison pour demander s'ils n'ont pas envie du dernier Zadie Smith, tout juste arrivé, pourquoi pas ?

Idem avec le bruit : est-ce que les gens normaux ont vraiment envie d'un endroit toujours mortellement silencieux ? Est-ce que les enfants (qui sont aussi des clients !) ne peuvent pas se laisser un peu aller, après des heures de discipline à l'école, s'amuser avec des activités éducatives ou récréatives ou simplement avec des copains ? De toute façon, aux heures des repas, ils sont à la maison. Cela veut dire qu'il n'y a guère que deux à trois heures par jour où les décibels montent d'un cran (oui, d'accord : de deux crans), dans une semaine de 71 heures où on peut choisir aisément ses plages de tranquillité...

“Est-ce que les gens normaux ont vraiment envie d'un endroit toujours mortellement silencieux ?”

Accueillir toutes les communautés

Nous avons pris quelques risques calculés en choisissant cette approche plus décontractée, et le résultat, ce sont des endroits où des gens de tous horizons se sentent à l'aise et comme chez eux, quel que soit leur milieu.

Nous devons aussi prendre en compte les besoins des communautés nouvelles. Tower Hamlets abrite une très importante communauté musulmane, et nous devons donc créer un lieu où les nouveaux utilisateurs se sentent en sécurité, un lieu neutre et en même temps stimulant pour tous, une sorte de plate-forme communautaire. La cohésion sociale est aujourd'hui une réalité dans les Idea Stores, il vous suffira de passer quelques minutes dans un de nos cafés pour le constater.

Faire évoluer les équipes fut l'étape suivante, pour laquelle nous avons pris des idées dans le commerce de détail aussi bien que dans les services de formation ou les bibliothèques : d'où la mise en place de postes de « chefs de rayons » et le port d'un uniforme par tous, pour que les clients puissent trouver plus facilement les professionnels en mesure de les aider quand ils en ont besoin.

Un nom nouveau pour une idée nouvelle

Tout ceci a abouti à un service nouveau, lancé en 2002 avec l'Idea Store Bow, ouvert sept jours par semaine, et offrant un ensemble homogène de services, où les clients pouvaient poser au personnel des questions de toute sorte, en sachant qu'ils seraient servis par celui ou celle qu'ils auraient abordé, et ne seraient pas renvoyés ailleurs. Ainsi, quelqu'un venant pour un cours d'espagnol pouvait être attiré par une bonne section de guides de voyages, de la bonne littérature hispanophone, un film d'Almodovar en DVD ou un CD de salsa. Ou bien, à un lecteur empruntant *J'apprends l'espagnol*, le personnel pouvait suggérer de s'inscrire au cours donné par Luis (de Saragosse).



Idea Store de Canary Wharf. Photo Bob Stuart © Idea Stores

Pour lancer un service si différent, porté par une philosophie nouvelle, nous avons pensé qu'il fallait proposer un nom nouveau : l'appeler simplement « bibliothèque moderne » ou « plate-forme de formation » ne lui aurait pas rendu justice, et de toute façon, les mots bibliothèque et formation charrient leurs propres connotations, et beaucoup de non-usagers, en particulier ceux qui viennent de communautés défavorisées, pensent que de tels établissements ne sont pas pour eux et se sentent exclus d'emblée. Aussi avons-nous choisi le terme d'Idea Store, parce qu'il véhiculait une image d'ouverture et de nouveauté. Nous avons aussi délibérément mis au second plan le fait que nous étions un service public, au début tout au moins : que cela nous plaise ou non, beaucoup de gens assimilent le secteur public à un service de mauvaise qualité (bien que ce soit loin d'être toujours le cas).

Il fallait donc un nouveau départ, et ces décisions ont contribué à convaincre de nouveaux publics de franchir nos portes, et une fois à l'intérieur, à constater que public peut être synonyme de qualité. Les taux de satisfaction ont augmenté, et les élus locaux ont été heureux de voir que notre stratégie était payante.

Même s'il est intrigant, un nom nouveau ne suffit pas en lui-même à redynamiser un service. Nous avons donc développé une nouvelle marque de fabrique pour l'accompagner, fondée sur des valeurs fondamentales : engagement, renforcement, enrichissement. Ces valeurs sont désormais implantées solidement en chacun de nous, et s'appliquent à la fois aux clients et aux personnels.

Premiers bilans, premières leçons

À peine avions-nous ouvert le premier store, nous nous sommes rendus compte que quelque chose d'exceptionnel se passait : fréquentation multipliée par trois, prêts en hausse de 35 % et doublement des inscriptions aux cours. Les fruits de la créativité se mirent à pousser et un large éventail d'activités vint enrichir notre offre : aromathérapie ou DJ mixing ? Photoshop ou yoga pour enfants ? Mode « Bollywood » ou club de lecture ? Danse urbaine jazz ou histoire de l'art ? Sans compter les légendaires Nuits familiales et même, récemment, le *speed dating*... Les



Le café de l'Idea Store Bow. Photo Bob Stuart © Idea Stores

participants sont toujours encouragés à emprunter des livres adaptés au sujet. Même si la conquête de nouveaux publics a toujours été notre première priorité, nous avons eu également à cœur de ne pas perdre nos anciens usagers, habitués à une conception plus traditionnelle de la bibliothèque. Pour relever ce défi, nous avons cherché à mieux satisfaire leurs besoins, par exemple en développant les comités de lecture (dans tous les genres et tous les niveaux de littérature), en nous inscrivant dans les initiatives locales ou nationales en faveur de la lecture, ou en invitant des auteurs.

Nous avons à l'heure actuelle quatre implantations, et une cinquième est programmée. Nous travaillons aussi à exporter le concept dans le reste du Royaume-Uni et à l'étranger. L'Idea Store de Whitechapel est la « bibliothèque » la plus fréquentée du centre de Londres (700 000 visites annuelles). Les quatre réunions ont contribué à faire passer la fréquentation annuelle de 1,1 million à 2 millions en quatre ans. Mais nous ne nous endormons pas sur nos lauriers, car nous savons que si le premier défi est de faire franchir nos portes au public, le second est de les faire revenir,

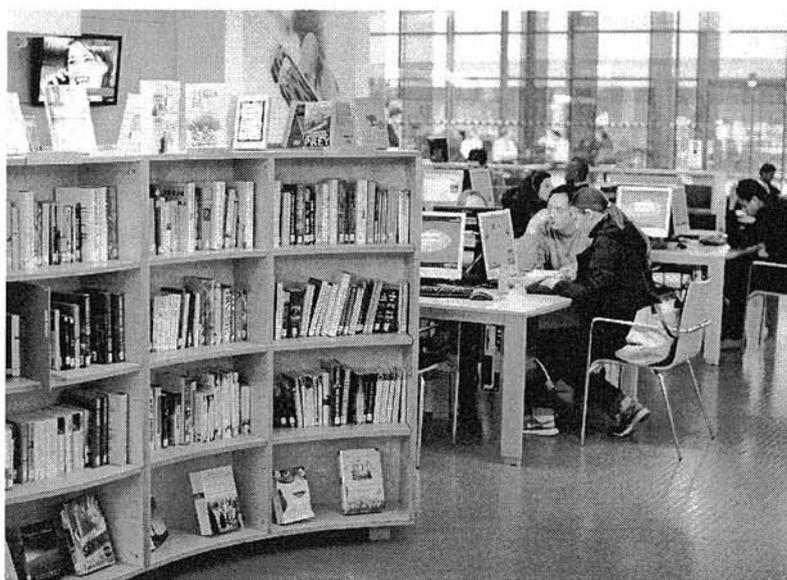
encore et encore. Nous avons réussi beaucoup de choses en très peu de temps, mais il nous reste beaucoup à faire : par exemple, améliorer nos services d'information, en utilisant les dernières avancées technologiques disponibles, ou les départements consacrés aux archives et aux études locales, pour les intégrer au cœur de l'offre et ne pas les laisser en marge.

Nous avons connu un succès tout particulier dans notre conquête de publics plus jeunes, tant attendus. On le doit au moins en partie à la présence dans les équipes de personnes jeunes et reflétant bien la diversité des communautés. Mais ce succès s'est parfois réalisé au détriment des utilisateurs plus âgés, qui voient quelquefois les Idea Stores comme « un endroit pour les jeunes ». Ce n'était pas notre intention et il faut donc que nous trouvions le moyen de corriger cette image.

En fin de compte, nous avons besoin aussi d'entretenir dans toutes nos équipes la culture de l'écrit et la passion de la lecture, pour qu'elles rejouissent sur nos clients.

Un bilan ? Nous continuons de nous amuser – et d'apprendre, tous ensemble. ●

Novembre 2007



Idea Store de Canary Wharf. Photo Bob Stuart © Idea Stores

Le site web :
www.ideastores.co.uk

Traduit de l'anglais par Yves Alix.

L'interface de recherche d'information du Visual-Catalog :

un outil innovant à « double détente »

Fabrice Papy et Corinne Leblond

Documentaliste - Sciences de l'information, vol.44, n°4-5, pp.288-298

4 Impacts de la mise en œuvre du Visual...Catalog sur l'activité du SCD de l'Université d'Artois

Le personnel du SCD, qui a la charge tant de la politique documentaire que du traitement intellectuel des documents, manque de retours réels sur l'usage des fonds documentaires constitués. Il exprime parfois de réelles incertitudes quant à l'indexation matières et la mise en œuvre des critères d'acquisition. La gestion de la collection s'effectue dans le cadre d'une segmentation par catégories de support, de publics et de contenus commune à toutes les bibliothèques du réseau. Conscients du caractère de plus en plus sélectif de leur activité d'acquisition – en raison, notamment, de l'augmentation exponentielle de la production des savoirs et de l'information, mais aussi des tarifs des périodiques sur support papier ou électronique –, les acquéreurs s'interrogent de plus en plus sur les orientations ou priorités de service et de publics (enseignement/recherche, segmentation entre domaines). Leur objectif concret est de déterminer plus finement leurs choix d'acquisition et de développement de la collection.

Dans ce contexte, le Visual...Catalog participe à cette réflexion en favorisant une démarche de développement documentaire cohérente et raisonnée qui repose sur un certain nombre d'éléments.

Une mise en perspective de la politique documentaire

Le Visual...Catalog contribue en effet à la formalisation de l'activité des acquéreurs en permettant :

- une démarche critique du fonds tel qu'il a été constitué, de l'évolution de la représentation des différents domaines au sein des collections, de l'équilibre de la répartition des documents proposés entre les différents sites, en prenant en compte l'environnement et les besoins et attentes des publics cibles (à travers les retours sur les consultations) ;

- un retour distancié par rapport aux représentations que les bibliothécaires peuvent avoir de ces besoins : mise en évidence de la réelle segmentation du fonds par domaines et par sujets permettant une véritable réflexion sur les orientations à fixer et à faire évoluer.

Cet outil permet une appréhension globale du fonds documentaire en tant que système : il propose une mise en perspective des choix documentaires effectués, une mise en relation des fonds par secteurs disciplinaires, par pôles géographiques et par thématiques précises. Il permet aux acquéreurs

de confronter, dans le cadre d'une interaction constante, leur démarche théorique ou conceptuelle et la réalité du fonds tel qu'il a été constitué dans le temps et dans l'espace.

Cette analyse critique vise également le système de classification adopté par le SCD, aboutissant à une mise à plat de l'indexation et l'élaboration, domaine par domaine, d'une nomenclature raisonnée sous forme de listes de cotes validées sur l'ensemble des sites. À travers la projection proposée des pratiques liées à l'indexation Dewey, le Visual...Catalog a ainsi fait apparaître clairement les évolutions à mener.

Une articulation des plans de développement des collections

Le Visual...Catalog participe aussi à la démarche de définition de la programmation annuelle des acquisitions en fonction des objectifs fixés pour chaque domaine d'enseignement et de recherche. La répartition budgétaire et les orientations déterminées (notamment en fonction des lacunes observées) fondent le développement différencié des collections et contribuent à la définition des priorités en termes de supports, niveaux et volumes d'acquisitions. Ces options ont vocation à être modifiées en cours d'exercice en fonction des usages constatés des différents types de collections. Le Visual...Catalog procède de cette démarche en tant qu'il favorise la comparaison entre ce qui a été réalisé auparavant et les options définies annuellement et pluriannuellement.

Une représentation cartographique des collections...

Les observations de la représentation du fonds par sites, par domaines et par thématiques permettent de visualiser les orientations d'acquisition dans la perspective de leur validation. Le Visual...Catalog favorise en effet la vision que l'acquéreur peut avoir de son travail de sélection et d'achat. Cette délimitation des frontières du fonds actuel peut être mise en relation avec le paysage éditorial et avec l'analyse de l'environnement universitaire pour faire émerger des axes prioritaires de création, renforcement ou rationalisation des collections.

... en vue de leur évaluation

Ce dispositif met donc en place les conditions d'une véritable dynamique d'évaluation, à travers le constat objectif des écarts significatifs entre les objectifs fixés pour le développement des collections et le résultat observé de la composition segmentée du fonds.

Une mutualisation des pratiques, gage de continuité

Force est de constater que les collections des différentes bibliothèques du réseau ne sont que l'addition, manquant souvent de cohérence, des

acquisitions effectuées au fil des ans par les bibliothécaires qui ont successivement occupé le poste d'acquéreur. Lorsque l'on analyse chaque domaine documentaire, cette évolution aléatoire des collections revêt une acuité encore plus importante, chaque bibliothécaire ayant marqué de son passage un univers documentaire parfois morcelé. C'est ce constat qui permet d'effectuer concrètement le Visual...Catalog : grâce à lui, il est possible d'impulser une réflexion globale sur la définition mutualisée d'orientations structurantes et leur mise en œuvre. Une fois validées, celles-ci constituent des lignes de force et des guides indispensables pour assurer, quel que soit le taux de rotation des responsabilités documentaires, un développement linéaire des collections s'adaptant de façon permanente à l'évolution des profils et des besoins des différentes catégories d'utilisateurs.

Une transformation des représentations des usagers ?

Pour préparer l'implantation du Visual...Catalog, les équipes de traitement documentaire se sont mobilisées pendant plusieurs mois afin de rédiger une liste complète des indices Dewey utilisés pour les collections du SCD. Chaque indice a reçu un libellé plus explicite pour l'utilisateur. Ce travail réellement collaboratif a permis aux personnels concernés d'effectuer un état des lieux des pratiques d'indexation Dewey, de mettre en évidence les différences de traitement et les incohérences d'indexation pouvant exister entre les sites et d'isoler l'ensemble des cotes erronées (évolution de la classification Dewey, erreurs, particularismes locaux). Cette démarche a amené progressivement une harmonisation des pratiques d'indexation Dewey entre les différents sites du réseau documentaire, la rédaction d'un mode d'emploi synthétique pour la formation des nouveaux collègues et la mise en œuvre de réunions régulières de concertation pour le traitement des domaines transversaux.

En mettant à jour la structuration du fonds à travers les indices Dewey retenus ainsi que les incongruités liées à l'histoire et à la multiplicité des traitements, le Visual...Catalog a ainsi permis l'impulsion d'un travail de fond en vue de la rationalisation des pratiques et d'une meilleure visibilité, pour les utilisateurs, de la répartition des collections par domaines.

Depuis la rentrée universitaire 2006, la présentation du Visual...Catalog est systématiquement associée à celle du portail documentaire et est perçue très

positivement par les utilisateurs. Le recours à cet outil est envisagé avec enthousiasme tant par les étudiants de premier cycle, pour une exploration générale du fonds, que par les étudiants en master, dans le cadre de recherches plus pointues et parfois transversales à plusieurs domaines. La présentation médiée du dispositif est ainsi très appréciée et permet ensuite à chacun de développer sa stratégie personnelle de recherche documentaire et d'éviter le traditionnel « *on ne trouve jamais rien dans cette bibliothèque !* », ainsi que la confrontation au bruit, souvent désespérante.

Par ailleurs les sessions d'interrogation longues (entre quarante-cinq minutes et quatre heures, en local ou en distant), constatées grâce aux croisements de données des fichiers-journaux du serveur web et des requêtes des utilisateurs, représentent selon nous un indicateur pertinent d'une transformation du comportement de recherche d'information. On peut simplement regretter la difficulté à rapprocher ces données de celles de l'OPAC propriétaire, les données d'enregistrement fournies par le SIGB étant beaucoup moins fines. Assurément, le seul constat de ces sessions de consultations longues ne permet pas de confirmer l'hypothèse d'une amélioration des performances de l'utilisateur en recherche d'information dans la bibliothèque ; il ne les infirme pas pour autant.

Pour l'année 2007-2008, l'expérimentation se poursuit. Le dispositif offre depuis septembre 2007 une interface fonctionnelle complétée par la localisation virtuelle des ouvrages dans les salles de la bibliothèque d'Arras. Au-delà du simple « gadget » interactif, ce mécanisme vient signifier aux utilisateurs que la bibliothèque demeure un « objet de sens¹⁶ » qui « *naît au moment où l'accumulation et la conservation des livres s'articulent et font sens* ». Dans sa forme finale, le Visual...Catalog conçu comme un dispositif de médiation sociale instrumentée participe-t-il à la transformation positive des représentations des utilisateurs pour une (re)découverte de la richesse des collections ? Le travail de recherche actuellement mené en ce sens par le laboratoire Document numérique & usages nous l'apprendra.

OCTOBRE 2007

16 Selon la formule de Pierre Riboulet, l'architecte qui a construit la bibliothèque de l'Université Paris-8 : « *Ces bibliothèques, elles, sont de vrais objets de sens.* » In : Pierre Riboulet, « Le caractère du bâtiment », *Bulletin des bibliothèques de France*, 1996, t. 41, n° 5, p. 72-79, <http://bbf.enssib.fr>.

2. Donner du sens à l'accueil

Nous pouvons essayer d'approcher les facettes multiples de cet accueil dans les bibliothèques. Plutôt qu'une définition brute, ces regards successifs peuvent aider à cerner le concept à travers activités, fonctions, niveaux et modalités.

- Les *activités d'accueil* se retrouvent à trois étapes dans toute bibliothèque :

- L'accueil hors les murs de la bibliothèque tente de rencontrer les gens où ils sont, où ils vivent. En allant écouter les individus ou les groupes, l'accueil veut non seulement séduire, mais comprendre les envies des personnes, et s'adapter à leurs besoins. En ce sens, on peut dire qu'**accueillir, c'est cueillir**. Cette conception n'est compréhensible qu'à la condition de considérer l'ensemble du territoire de la bibliothèque comme la bibliothèque elle-même, et de ressentir l'ardente obligation d'écouter les gens où ils se trouvent car c'est là que l'accueil le plus efficace peut s'exercer.

- L'accueil dans les locaux de la bibliothèque possède également un niveau d'activité identifiée : le poste d'accueil, ou bureau d'accueil, assure un « sas » entre les activités indifférenciées de la cité et l'activité spécifiquement bibliothéconomique de la bibliothèque. À ce titre, il n'est indifférent ni aux unes ni à l'autre : cet accueil-là doit savoir informer sur le quartier le visiteur égaré, expliquer les services de la bibliothèque au nouvel arrivant, contrôler le flux parfois excessif des usagers, répondre aux interrogations parfois incongrues des personnes entrant dans un lieu public, assister les individus en dehors de leur stricte quête d'information (au sens large).

- L'accueil se poursuit dans tous les secteurs de la bibliothèque : un sourire n'est jamais superflu, l'attention personnelle devient plus grande devant les questions de l'usager, la demande de facilités matérielles n'est pas abolie par la nature « documentaire » de la démarche des visiteurs (au contraire !). Accueillir une personne dans la bibliothèque, c'est être attentif à son bien-être et à ses demandes, c'est l'écouter.

Banalités que tout cela ? Voire... Les personnes que nous pourrions nommer usagers de la bibliothèque ont aussi leur mot à dire : comment souhaitent-ils être considérés et traités ? Hors les murs de la bibliothèque, ils veulent être *concitoyens*, à l'entrée de la bibliothèque ils deviennent *visiteurs*, dans la bibliothèque ils souhaitent être traités comme de précieux *clients*. Dans tous les cas, la volonté d'accueillir fait d'eux des partenaires : sans ces partenaires, point d'accueil ni de service.

- L'accueil remplit des *fonctions différenciées* et complémentaires dans les missions de la bibliothèque :

- La fonction essentielle est celle de *l'écoute*, en dehors de toute considération informative et documentaire. Plus que « que souhaitez-vous savoir ou avoir ? », la question est ici « qui souhaitez-vous trouver ? ».

- Dans la continuité de cette écoute, l'accueil doit *séduire*, attirer, donner le sentiment que la bibliothèque est exactement l'outil utile et nécessaire au besoin d'information de chacun.

- L'accueil garantit également à tout visiteur la *sécurité* attendue d'un service public. Un accueil efficace se traduit par la confiance des usagers, les personnes âgées par exemple.

- L'accueil est également synonyme de *bien-être*. Le plaisir trouvé à la bibliothèque ne réside pas seulement dans la découverte intellectuelle, mais très simplement aussi dans le confort du lieu, dans les facilités qu'il offre pour la vie quotidienne.

- L'accueil enfin a organiquement une fonction de *gestion des flux*. Cette dernière ne saurait être disjointe des fonctions précédentes ; gérer des flux, c'est veiller à ce que les visiteurs aboutissent bien au service dont ils ont besoin : service ou espace propre à la bibliothèque, bureau d'inscription, annexe de proximité ou service de référence par exemple, mais aussi « information » extérieure à l'établissement, comme l'adresse de la caisse de la Sécurité sociale, les horaires de bus.

• Cet accueil s'exprime à trois *niveaux* distincts de la bibliothèque considérée comme un système :

— L'accueil recouvre toutes les situations concrètes dans lesquelles un contact (de l'institution ou d'un agent) est établi avec le public : le prêt, la réponse à une demande d'orientation, la remise d'un document d'information, la rencontre avec une personne hésitant sur le chemin à suivre, etc. relèvent de la fonction d'accueil.

— L'accueil peut être également prédiction de l'évolution des usages et des besoins des usagers, afin de prévoir les réponses adaptées : à ce titre, des modalités particulières seront prévues pour faciliter écoute et accompagnement soit de groupes particuliers (handicapés, étudiants, etc.), soit des publics d'un service spécifique (service d'information sur les métiers, service de prêt à domicile, etc.).

— Enfin, l'accueil est stratégie d'organisation de la bibliothèque, impliquant une démarche d'ensemble qui fédère le personnel et recueille l'adhésion des publics. Une politique ambitieuse de formation des personnels est une des traductions concrètes de cette forme d'accueil.

• L'accueil enfin trouve différentes *modalités* d'expression dans la bibliothèque, indépendamment des services qui y sont proposés :

— *l'accueil implicite* tient à des éléments d'environnement exclusivement pensés pour l'accueil et très importants pour le public : la visibilité extérieure des bâtiments, la tenue du personnel, les horaires d'ouverture des services, les coloris et la matière des rayonnages, sont des exemples de cet accueil implicite ;

— *l'accueil technique* recouvre tous les outils spécifiquement mis en œuvre en vue d'accueillir les publics : la présence d'une cafétéria, l'édition d'un livret d'accueil, la signalisation extérieure, l'implantation des toilettes ou de la photocopieuse relèvent de l'accueil technique ;

— *l'accueil humain* désigne la volonté d'écoute et de service des personnels, qu'ils soient ou non affectés à un service d'accueil. La secrétaire qui répond au téléphone, la bibliothécaire qui fournit des renseignements bibliographiques, le vacataire qui assure les opérations de prêt sont autant d'agents qui pratiquent l'accueil.

Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques.
Bertrand Calenge. Editions du Cercle de la Librairie, 1996. (Collection Bibliothèques). P. 78-80