

Objectifs

- Faire connaître la bibliothèque et ses services, la rendre visible aux yeux des publics, mais aussi des élus.

La bibliothèque est un lieu de découverte.

- Faire savoir que la bibliothèque participe à la vie de la commune ou du territoire de la communauté de communes.

La bibliothèque est un lieu attractif et de lien social.

Démarche

- Définir les objectifs précis et le message à faire passer
- Déterminer le public ciblé afin d'adapter les outils de communication à mettre en place
- Prévoir un budget (impression, envois, publicité dans la presse parfois payante, etc.)
- Élaborer des outils de communication :

La communication permanente et régulière

Elle se fait au quotidien par l'attention portée au public, la qualité de l'information donnée et de l'accueil, et par l'utilisation de différents outils :

Outils imprimés : le dépliant de présentation de la bibliothèque, le guide du lecteur, le règlement intérieur, le cahier des suggestions, etc.

Outils en ligne : site internet, blog, réseaux sociaux

La communication événementielle

Pour inscrire encore plus la bibliothèque dans la vie de la commune, des événements particuliers peuvent être mis en place (stand de la bibliothèque au forum des associations, accueil d'un auteur, exposition, etc.).

Les outils de communication à utiliser :

Outils imprimés : affiches, flyers, cartons d'invitations, etc.

Outils en ligne : mailing, diffusion de l'information sur le site internet de la bibliothèque, de la commune ou de la communauté de communes, ou des sites internet partenaires (comme www.biblio.dordogne.fr)

Tous ces outils doivent être :

- validés par l'autorité de tutelle
- en cohérence les uns avec les autres, tant sur le fond que sur la forme (une charte graphique pourra être adoptée et utilisée systématiquement).
- en cas de reproduction de textes ou de photos, des demandes d'autorisation (droit à l'image, droit de reproduction, etc.) doivent être faites auprès de leurs auteurs.

Diffuser les outils de communication :

- Faire un rétro planning (quand diffuser les flyers, les affiches, envoyer les invitations, etc.). La BDP peut fournir un exemple de rétro planning.

- Déterminer les lieux de diffusion en fonction du public ciblé (exemple : maison des associations, collège, arrêts de bus, etc.).
- Penser aux acteurs locaux qui sont aussi de bons relais (RAM, école de musique, collège, maison de services publics, etc.).

Il est important de faire vivre la bibliothèque dans les médias locaux :

- Rédiger des communiqués de presse* et des dossiers de presse* pour les médias locaux dans le cadre d'événements particuliers (la BDP peut fournir des exemples).
- Inviter éventuellement les médias lors d'une inauguration, d'une animation; les contacter pour communiquer sur de nouveaux horaires, de nouveaux services, etc.

Assurer un suivi :

- Conserver les outils de communication réalisés ainsi que les articles de presse parus, qui pourront être rassemblés dans un press-book
- Réaliser un bilan qualitatif (les outils de communication mis en place ont-ils atteint leur objectif) et quantitatif (temps passé, bilan financier, etc.).

* Communiqué de presse : document synthétique conçu à l'intention des journalistes pour donner une information (voir FO relation presse).

* Dossier de presse : document plus complet que le communiqué et qui détaille toutes les informations utiles pour écrire un reportage (voir FO relation presse).