

Martine ANDREY ; Pascal HAUENSTEIN ; Maude WEINGART

VALORISATION DES RESSOURCES
DU CENTRE DE DOCUMENTATION (CEDOC)
DE L'ECOLE DE CULTURE GENERALE JEAN-PIAGET
AUPRES DE SES PUBLICS

Travail de diplôme présenté au
Département Information et Documentation
Haute Ecole de Gestion de Genève

Genève, 2003

Résumé

Ce travail de diplôme relate la mise en application d'une démarche marketing à un centre de documentation scolaire afin de détecter et répondre aux besoins et aux attentes de ses publics et de promouvoir ses ressources auprès d'eux.

L'élément déclencheur du mandat a été la réactualisation de la présentation vidéo du centre de documentation de l'Ecole de Culture Générale Jean-Piaget (Cedoc), destinée aux élèves de première année. Pour situer cette présentation dans une perspective globale de valorisation des ressources, nous avons opté pour une démarche marketing complète.

Le présent mémoire décrit en premier lieu le contexte dans lequel s'inscrit le Cedoc. Un état des lieux est ensuite dressé à l'aide d'outils marketing et une synthèse documentaire, basée sur la littérature professionnelle, est présentée de manière parallèle.

La stratégie choisie en fonction des éléments réunis auparavant est alors affirmée et ses axes de développement (formation des utilisateurs, communication et signalétique) sont justifiés. Chaque axe stratégique est ensuite développé (partiellement ou totalement) par un ou plusieurs projets. La démarche de chaque projet est tout d'abord exposée, puis les résultats sont annoncés de façon systématique, en regard des perspectives d'avenir.

Mots-clés : Bibliothèque scolaire – Démarche marketing – Formation des utilisateurs – Communication – Signalétique

Ce travail a été mandaté par Madame **Marie-France Emonet**, responsable du Centre de documentation (Cedoc) de l'Ecole de Culture Générale Jean-Piaget et supervisé par Madame **Hélène Madinier**, professeure à la Haute Ecole de Gestion, filière Information et Documentation.

Les propos émis dans ce travail n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

Remerciements

Un grand merci à :

Marie-France Emonet, Responsable du Cedoc, Ecole de Culture Générale Jean-Piaget, pour sa disponibilité et ses précieuses remarques.

Hélène Madinier, Professeure à la Haute Ecole de Gestion, département Information et Documentation, qui nous a orientés dans la bonne direction et qui a toujours répondu à nos questions.

Annette Stoudmann et Dominique Chevrier, Bibliothécaires au Cedoc, Ecole de Culture Générale Jean-Piaget, pour leurs commentaires éclairés, ainsi que toute l'équipe du Cedoc, pour son accueil.

Francine Novel, Directrice adjointe, Sabine Kaufmann, Doyenne de l'option Arts, ainsi que Gérard Scheller, Professeur à l'Ecole de Culture Générale Jean-Piaget, pour leurs conseils avisés.

Mayanne Benhamou, Alain Bagnoud, Bernhard Schaetti, Alain Hidber et Michel Jeanneret, Professeurs à l'Ecole de Culture Générale Jean-Piaget, ainsi que les élèves de 1^{ère} et 2^{ème} années pour leur collaboration.

Patrice Duret, Bibliothécaire à l'Ecole de Culture Générale Henry-Dunant ; Licia Bornand et Irina Jézéquel, Bibliothécaires au Centre de documentation au Collège et Ecole de Commerce André-Chavanne, Céline Papaux, responsable de la Cyberthèque, pour leur participation dans le même établissement.

Maryvonne Charmillot, Maître-assistante à la Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Education, Université de Genève et Professeure vacataire à la Haute Ecole de Gestion, département Information et Documentation, pour sa supervision scientifique.

Patrick Gay, Bibliothécaire à la Direction Générale de l'Enseignement Postobligatoire, Département de l'Instruction Public, pour son concours informatique.

Cyril Déchelette et Alexandre Bayat, Ingénieurs système à la Haute Ecole de Gestion, département Information et Documentation, pour leur assistance technique.

Marianne Matthey, Doyenne à la section Graphisme de l'Ecole d'Arts Appliqués, et Jean-Claude Blanc, Professeur dans la même section, pour leur disponibilité.

Geneviève Tschanun et Sara Petitpierre, Bibliothécaires à la Direction Générale du Cycle d'Orientation, ainsi que Marie-France Emonet, pour leur lecture attentive.

Table des matières

1. Introduction	p. 8
2. Méthodologie	p. 11
2.1. Etape 1 : le cahier des charges	p. 11
2.2. Etape 2 : la collecte d'informations	p. 12
2.3. Etape 3 : la méthode	p. 13
2.4. Etape 4 : le projet exploratoire	p. 14
2.5. Etape 5 : la réalisation et le mémoire	p. 15
3. Synthèse documentaire et analyse marketing	p. 17
3.1. Introduction théorique	p. 17
3.1.1. Pourquoi utiliser une démarche marketing pour un SID ?	p. 17
3.1.2. La démarche marketing appliquée au SID scolaire.....	p. 19
A. L'analyse marketing.....	p. 19
B. La stratégie marketing.....	p. 20
C. Les particularités du SID scolaire	p. 21
3.1.3. Promouvoir un SID scolaire par son offre de services et de produits	p. 23
3.2. Analyse marketing du Cedoc	p. 25
3.2.1. Analyse interne.....	p. 25
A. Les moyens	p. 25
B. Les activités.....	p. 31
C. La gestion	p. 35
3.2.2. Analyse des publics.....	p. 37
A. Pourquoi et comment analyser les publics d'une bibliothèque ?	p. 37
B. Les comptes-rendus des entretiens.....	p. 39
C. Les résultats de l'enquête	p. 43
3.2.3. Analyse externe.....	p. 45
A. Les tutelles	p. 46

B. Les partenaires	p. 48
C. Les fournisseurs	p. 50
D. L'environnement régulateur.....	p. 51
3.2.4. Nos suggestions.....	p. 52
3.2.5. Diagnostic	p. 55
A. La formation.....	p. 55
B. La communication.....	p. 55
C. La signalétique	p. 56
3.2.6. Stratégie	p. 56
A. Le positionnement.....	p. 56
B. Le ciblage	p. 56
C. Le scénario	p. 57
4. La formation (deux projets)	p. 58
4.1. Présentation du Cedoc aux nouveaux élèves	p. 58
4.1.1. Description du projet.....	p. 58
4.1.2. Elaboration du projet.....	p. 59
4.1.3. Difficultés et solutions	p. 61
4.1.4. Conclusion du projet	p. 61
4.2. Formation à la recherche sur Bibal et à l'utilisation des ouvrages de référence	p. 62
4.2.1. Description du projet.....	p. 63
4.2.2. Elaboration du projet.....	p. 65
4.2.3. Conclusion du projet	p. 65
5. La communication : six projets pour promouvoir le Cedoc.....	p. 67
5.1. Projet 1 : création et diffusion d'une plaquette de présentation du Cedoc	p. 69
5.2. Projet 2 : création d'un nouveau logo pour le Cedoc.....	p. 74
5.3. Projet 3 : organiser un apéritif et une présentation du Cedoc pour les nouveaux enseignants.....	p. 78
5.4. Projet 4 : par une lettre, convaincre les maîtres accompagnateurs d'appuyer la formation à la recherche sur le logiciel	

documentaire du Cedoc et dans les ouvrages de référence auprès des élèves de deuxième année préparant leurs travaux de diplôme	p. 80
5.5. Projet 5 : intensifier la fréquence des expositions en rapport avec des thèmes traités dans le cadre des cours et en partenariat avec des institutions culturelles.....	p. 83
5.6. Projet 6 : améliorer la diffusion des dossiers documentaires thématiques aux enseignants par un bulletin bibliographique mensuel	p. 86
6. La signalétique.....	p. 89
6.1. Elaboration du projet.....	p. 89
6.1.1. Typologie des informations	p. 89
6.1.2. Remarques générales.....	p. 94
6.1.3. Réalisation.....	p. 95
6.1.4. Budget	p. 95
6.1.5. Planification	p. 96
6.2. Conclusion du projet	p. 96
7. Conclusion.....	p. 98
8. Bibliographie	p. 100
9. Annexes	p. I
Annexe 1 : Plan du Cedoc et photographies.....	p. II
Annexe 2 : Guide du lecteur	p. XI
Annexe 3 : Questionnaire adressé aux élèves.....	p. XII
Annexe 4 : Fiche d'interview des professeurs.....	p. XV
Annexe 5 : Lettre (interview) adressée aux professeurs.....	p. XVI
Annexe 6 : Lettre (questionnaire) adressée aux professeurs	p. XVII
Annexe 7 : Résultats de l'enquête (questionnaire)	p. XVIII
Annexe 8 : Rapport annuel d'activités du Cedoc	p. XXIV
Annexe 9 : Structure de la présentation du Cedoc.....	p. XLI

Annexe 10 : Présentation PowerPoint du Cedoc	p. XLII
Annexe 11 : Lettre destinée aux maîtres accompagnateurs.....	p. LXX
Annexe 12 : Liste des ouvrages de référence	p. LXXI
Annexe 13 : Aide-mémoire	p. LXXVII
Annexe 14 : Structure du second projet de formation	p. LXXIX
Annexe 15 : Plaquette de présentation du Cedoc	p. LXXXI
Annexe 16 : Devis pour la plaquette de présentation du Cedoc	p. LXXXV
Annexe 17 : Logo du Cedoc	p. LXXXVII
Annexe 18 : Cahier des charges du nouveau logo.....	p. LXXXVIII
Annexe 19 : Lettre pour la création d'un logo.....	p. XCI

1. Introduction

La présence d'un centre de documentation dans une école est évidente et acceptée. Par contre, il représente encore trop souvent un simple lieu de travail pour ses usagers qui n'ont pas conscience de toutes les richesses et de toutes les possibilités qu'il leur offre. Il en résulte une sous-exploitation fréquente du centre de documentation scolaire et une perception limitée de celui-ci. Par conséquent, il incombe à ce dernier de mettre en avant ses atouts et d'opter pour une attitude proactive afin de satisfaire les besoins et les attentes de ses usagers, d'offrir une image dynamique, notamment en développant les occasions de partenariat avec les professeurs, les élèves ou d'autres institutions, et d'accentuer sa visibilité par la proposition de nouveaux services et produits.

L'Ecole de Culture Générale (ECG) Jean-Piaget a été créée en 1977 à Chêne-Bougeries. Fréquentée majoritairement par des élèves de 15 à 19 ans, elle est l'une des deux ECG de Genève. L'établissement prend également en charge une « classe d'accueil » et une « classe d'insertion », ainsi que des « classes complémentaires de formation ». L'école comporte aussi une section pour adultes dont les cours sont dispensés le soir. Après trois ans de formation, elle délivre un diplôme dans les options Santé, Socio-éducative, Communication & expression et Arts. Les options Santé et Socio-éducative, moyennant les stages requis, donnent accès à la HES-S2. Complété par un Certificat fédéral de capacité en relation avec le domaine particulier, le diplôme donne accès aux autres HES.

Selon les chiffres de l'année scolaire 2002-2003, l'ECG comprend environ 1100 élèves (802 élèves le jour et 290 adultes inscrits aux cours du soir), 175 professeurs et 22 membres du personnel administratif (dont font partie les bibliothécaires).

Le Centre de documentation (Cedoc) s'est ouvert en même temps que l'établissement en 1977. Son infrastructure et son mobilier sont tels qu'à leurs origines (en dehors des fauteuils du coin lecture qui ont été changés). Il est

informatisé depuis 1989. Le nombre de postes de bibliothécaires dévolus n'a pas évolué depuis son ouverture, il correspond à deux 100% que se partagent trois professionnels. Il est ouvert aux élèves, professeurs et personnel administratif de l'ECG Jean-Piaget un peu plus de 46 heures par semaine. Il accueille une moyenne annuelle d'environ 600 personnes chaque jour. Par conséquent, il draine un nombre suffisant d'utilisateurs (même s'il est peu utilisé par les adultes inscrits aux cours du soir qui n'ont qu'un accès limité au Cedoc pour des questions d'horaires. En effet, ce dernier ouvre seulement deux jours par semaine jusqu'à 18 heures), mais son utilisation n'est pas optimale. La démarche marketing pour laquelle nous optons permet de nous interroger, entre autre, sur les points suivants : la perception du Cedoc par ses usagers est-elle suffisamment bonne ? Ses ressources sont-elles mises suffisamment en avant auprès de ses différents publics ? Peut-il développer des partenariats à l'intérieur de l'ECG pour améliorer sa visibilité et sa mise en valeur ?

Notre mandat a consisté à valoriser le Cedoc auprès de ses publics afin de leur offrir la meilleure utilisation possible de ses ressources. En effet, étant donné la fréquentation assez élevée du Cedoc, la priorité n'était pas d'augmenter cette dernière, mais plutôt de permettre une optimisation de l'utilisation des produits et services mis à disposition. Originellement, notre mandante, Madame M.-F. Emonet (Bibliothécaire responsable du Cedoc), souhaitait disposer d'une nouvelle présentation du Cedoc destinée aux nouveaux élèves de l'ECG Jean-Piaget. Mais, afin de proposer une promotion efficace de celui-ci, le mandat a été élargi à la réalisation d'une analyse de l'existant du Cedoc et d'une étude des besoins et attentes de ses usagers, ainsi qu'à la proposition de nouveaux services et produits pour compléter ou valoriser l'offre déjà présente.

Par conséquent, pour mener à bien notre tâche, il était important d'avoir une vision globale de l'organisation et de l'activité du Cedoc, de son offre documentaire et de ses services, et enfin des relations avec ses publics et ses tutelles ou encore avec d'autres institutions. C'est pourquoi, nous avons opté pour **une démarche marketing** appliquée aux services d'information documentaire

(SID) afin de diagnostiquer ses atouts et manques, puis de proposer des développements adaptés aux besoins et aux attentes de ses publics ce qui, dans un deuxième temps, doit aboutir à une valorisation des ressources du Cedoc et du travail des bibliothécaires.

Ainsi, nous avons mis en évidence trois axes pour lesquels une action pouvait apporter un bénéfice en terme de produits et services ou en terme d'image. Tout d'abord, **la formation** a été développée avec la réalisation complète des deux projets suivants : la conception d'un module de présentation convivial du Cedoc destiné aux nouveaux élèves et la création d'un module de formation à la recherche documentaire destiné aux élèves de deuxième année préparant leur travail de diplôme. Ensuite, **la communication** au sens large est assurée avec la proposition de projets de communication et une réalisation complète ou partielle selon les projets (la création d'un logo et l'exécution d'une plaquette d'accueil destinée aux nouveaux usagers constituent les deux projets principaux de cet axe). Finalement, **la signalétique** existante a bénéficié de quelques propositions dans le but d'harmoniser les informations existantes et nécessaires à une bonne orientation des publics et une utilisation optimale des produits et services du Cedoc.

Après avoir exposé la méthodologie qui a présidé à notre travail de diplôme, nous présenterons l'analyse marketing du Cedoc précédée d'une introduction théorique. Ensuite, les trois axes de développement de sa promotion (cités ci-dessus) seront développés avec l'exposé des projets qui leur sont rattachés, ainsi que leur concrétisation. Une conclusion synthétisera les résultats obtenus pour nos différents projets, leurs perspectives d'avenir et le bilan que nous pourrons tirer de notre travail de diplôme.

2. Méthodologie

Lors de ce travail de diplôme, réparti sur l'ensemble de l'année 2003, nous avons suivi cinq grandes étapes, selon les instructions données par les professeurs de notre filière. Ces étapes ont constitué la structure de notre travail et elles nous ont offert la possibilité de l'évaluer au fur et à mesure de sa progression. Ces jalons nous ont également permis d'intégrer une véritable méthodologie que nous avons déjà vue dans des cours théoriques mais jamais expérimentée à cette échelle. Nous avons cependant adapté ces étapes aux nécessités de notre mandat. La durée des étapes est indiquée de manière systématique.

2.1. Etape 1 : le cahier des charges

Réalisée entre le 10 et le 25 mars à raison de deux jours par semaine (6 jours)

Cette première étape a consisté à mettre en place les bases du travail de diplôme. Nous devons tout d'abord redéfinir le cadre de notre mandat et établir des objectifs généraux. A travers des entretiens avec notre mandante, nous avons mieux ciblé les éléments déclencheurs à l'origine de la demande et engrangé de nombreuses informations sur le contexte de notre travail. C'est également durant cette première étape que nous avons choisi d'adopter une démarche marketing pour obtenir une vision globale du Cedoc. Il fallait en outre concilier les exigences de l'école et les souhaits de notre mandante. Dans un même temps, cette étape nous a permis de prendre contact avec le personnel du centre de documentation.

Nous avons aussi organisé notre travail de groupe en quatre points :

Premièrement, nous avons produit un carnet de bord qui permettait de regrouper les informations importantes relatives à notre travail et qui améliorerait une prise de décision rapide.

Deuxièmement, toujours dans le but de mieux partager les informations, nous avons créé un dossier informatique commun qui a servi de plate-forme interactive pour la documentation.

Troisièmement, les responsabilités ont été réparties en fonction des étapes de travail. Chacun(e) d'entre nous devait ainsi superviser une ou plusieurs étapes et en assurer le suivi logistique. Nous avons aussi décidé de prendre les décisions de façon collégiale et de nous répartir les tâches pratiques au fur et à mesure.

Quatrièmement, un premier échéancier a été mis en place pour planifier la suite du travail et quelques experts ont été identifiés, afin de pouvoir les contacter en fonction de nos besoins.

2.2. Etape 2 : la collecte d'informations

Réalisée entre le 31 mars et le 3 juin à raison de deux jours par semaine (18 jours)¹

L'étape de collecte d'informations a constitué un échelon essentiel dans la progression de notre travail. Nous avons tout d'abord récolté de nombreuses informations sur les thèmes du marketing, des centres de documentation scolaires et des techniques d'enquête. Pour ce faire, nous avons consulté divers catalogues de bibliothèques (principalement RERO), des bases de données et des sites spécialisés.

Nous avons sélectionné des articles et des monographies que nous avons ensuite lus, analysés et résumés de manière individuelle. A partir de ces informations, nous avons pu construire un important corpus de références.

Dans notre situation, il était primordial d'établir un état des lieux du centre de documentation avant d'entreprendre toute autre démarche. Dans une perspective

¹ En raison de l'ampleur du travail à effectuer, deux semaines de délai supplémentaire nous ont été accordées. Nous avons donc rendu les étapes 2 et 3 conjointement.

marketing, il fallait absolument faire une analyse de l'existant avant de choisir une orientation pour la suite du travail. Dans cette optique, nous avons réuni tous les documents susceptibles de nous donner des indications sur le Cedoc (rapports annuels, statistiques, missions, etc.) en les analysant pour en extraire une représentation la plus objective possible de la réalité.

Il était également primordial de s'intéresser aux utilisateurs. Nous avons effectué des interviews avec plusieurs professeurs dans différentes matières et nous avons élaboré un questionnaire destiné aux élèves de première et de deuxième années. Madame M. Charmillot nous a donné des conseils pour la construction de cette enquête. Des groupes d'élèves ont répondu à ce questionnaire dont nous avons ensuite traité et d'analysé les réponses. Les résultats des interviews ont été synthétisés au même moment.

L'aboutissement de cette étape a consisté à compiler toutes ces informations, puis à établir un diagnostic de la situation avant de proposer une stratégie pour la suite. Cette stratégie était constituée de trois axes de développement : la formation, la communication et la signalétique.

2.3. Etape 3 : la méthode

Réalisée entre le 26 mai et le 3 juin à raison de deux jours par semaine (4 jours)

Cette courte étape n'en était pas moins décisive. A partir des éléments recensés lors de l'étape précédente et en fonction des objectifs généraux de la première étape, nous devons définir des objectifs spécifiques et organiser les étapes ultérieures.

Concernant la formation, nous avons décidé de créer, d'une part, un module de présentation du Cedoc destiné aux élèves de première année et, d'autre part, de mettre en place une formation documentaire pour les élèves de deuxième année.

Pour l'axe de la communication, nous avons prévu de concevoir des projets de communication ciblant les élèves et les professeurs de l'ECG. Ces projets distincts oeuvreraient pour le même but : la promotion du Cedoc.

En ce qui concerne la signalétique, des propositions concrètes seraient faites pour offrir une première solution globale et cohérente au Cedoc.

Nous avons ensuite hiérarchisé ces objectifs en fonction des priorités du Cedoc. L'objectif de création d'un module de présentation du centre de documentation a été choisi pour être réalisé durant la quatrième étape, dans le but qu'il puisse être utilisé à la rentrée scolaire 2003-2004.

Nous avons également pensé aux aspects techniques dont il fallait tenir compte lors de l'étape suivante comme par exemple l'utilisation du logiciel PowerPoint que nous avons peu utilisé auparavant ou le maniement d'un appareil photographique numérique.

Enfin, l'échéancier a été modifié pour nous permettre de nous projeter jusqu'à la fin de notre travail de diplôme.

2.4. Etape 4 : le projet exploratoire

Réalisée entre le 10 juin et le 8 juillet à raison de deux jours par semaine (10 jours)

Pour la méthodologie du module de présentation du Cedoc aux élèves de première année, nous nous sommes inspirés d'un travail que nous avons effectué lors de la spécialisation de « services aux publics ».

Nous avons tout d'abord fixé des objectifs à atteindre en terme de formation. Puis nous avons rédigé un synopsis en adéquation avec ces objectifs qui a été approuvé par notre mandante. Une liste de photographies à prendre a également été établie pour gagner du temps dans la suite des opérations.

De nombreuses prises de vue ont ensuite été réalisées. En raison de notre manque de pratique en photographie numérique ou des conditions de travail (pas assez de lumière, manque d'élèves...), nous avons dû revenir à plusieurs reprises pour obtenir des résultats satisfaisants. Les photographies ont par la suite été traitées sur le logiciel Photoshop.

Le module de présentation a finalement été réalisé sur le logiciel PowerPoint. Il a été soumis aux remarques et critiques des bibliothécaires et modifié en conséquence.

Nous sommes également retournés au Cedoc Jean-Piaget à la fin du mois d'août pour effectuer des prises de vue complémentaires et faire une dernière vérification du module avant qu'il ne soit utilisé.

2.5. Etape 5 : la réalisation et le mémoire

Réalisée entre le 15 septembre et le 14 novembre à raison de cinq jours par semaine (45 jours)

Cette dernière étape nous a tout d'abord permis de réaliser la suite des objectifs définis lors de la troisième étape.

Les objectifs étant très différents les uns des autres, nous avons décidé de nous répartir les responsabilités de manière à progresser plus rapidement. Martine Andrey et Maude Weingart se sont attelées aux projets de communication, tandis que Pascal Hauenstein a développé le second module de formation des élèves et émis des propositions concernant la signalétique. Les démarches de ces projets seront décrites dans la suite du mémoire.

Nous avons cependant continué à tenir des réunions régulières pour échanger nos réflexions sur l'avancée de nos travaux respectifs ainsi que nos commentaires. Ces réunions tenaient une place importante dans notre travail, car elles nous permettaient à la fois de valider notre progression et, dans un même temps,

d'assurer une bonne cohésion de groupe. Nous continuions en outre à communiquer en fonction des besoins par courriel ou par contact téléphonique.

Nous devions ensuite réfléchir à la rédaction de notre mémoire. Pour ce faire, nous avons régulièrement rédigé, corrigé, relu et harmonisé nos contributions. Une première version du mémoire a été soumise à trois lectrices durant cette même période : Geneviève Tschanun et Sara Petitpierre et Marie-France Emonet.

Finalement, nous avons élaboré une présentation pour la soutenance qui clôturera notre travail de diplôme au mois de décembre 2003.

3. Synthèse documentaire et analyse marketing

3.1. Introduction théorique

La démarche marketing employée ici s'inscrit dans un cadre théorique nourri par différents auteurs. Cette introduction représente une synthèse documentaire de nos différentes lectures et débute par le rappel de la démarche marketing dans le cadre d'un service d'information documentaire (SID). Puis, les spécificités de cette démarche sont mises en relation avec les SID scolaires, et, finalement, nous affirmons la nécessité de promouvoir ceux-ci auprès de leurs publics.

3.1.1. Pourquoi utiliser une démarche marketing pour un SID ?

Selon Sutter (1997), l'activité documentaire est une activité de médiation et de service. Elle a pour but de satisfaire la demande d'une population donnée (délimitée ou ouverte, selon le contexte ou la mission confiée) et de faciliter l'accès à l'information par une médiation humaine ou par une médiation instrumentale (via des fichiers ou un dispositif électronique). Gupta et Jambhekar (2002) vont même plus loin et parlent de « culture de service à l'utilisateur » impliquant une organisation rigoureuse de l'activité des SID autour de l'utilisateur tant du point de vue de l'accès à l'information que de celui de la fonction de conseil.

Parler d'activité de service implique la satisfaction des besoins et des attentes des usagers. Philippe Kotler a été le premier à poser une base théorique à l'orientation marketing pour la gestion d'un SID et l'activité documentaire. Pour lui, il faut déterminer les besoins, les désirs et les perceptions des marchés cibles (les utilisateurs) et les satisfaire (Kotler, 1981). Cette optique doit non seulement influencer la performance du SID dans son ensemble, mais elle peut agir sur chacune des actions du personnel. En accord avec l'optique de Kotler, Sutter affirme que même si certains SID ne sont pas encore en situation de marché concurrentiel, cela ne saurait tarder en raison de la montée des comportements commerciaux dans le monde de l'information tels que la tarification, les modalités de diffusion, etc. (Sutter, 1996). Cependant, la vision marketing de Kotler et de

Sutter reste trop proche d'une vision économique concurrentielle, qui peut sembler trop radicale pour certains auteurs. Ainsi, Salaün est plus nuancé et affirme que « l'activité documentaire est plus à l'aise et efficace dans un environnement relationnel que concurrentiel. » Pour lui, la coopération est la tendance structurelle des métiers documentaires (Salaün, 1996). Les réseaux et partenaires décuplent de ce fait le pouvoir informatif du SID. Pourtant, une adaptation de l'approche et des techniques marketing est possible pour les services d'information. En effet, la plupart des SID ne sont pas en situation de marché, mais ils ont plutôt une mission de service public. Cela sous-entend que le SID doit souvent avoir une double stratégie, l'une dirigée vers la tutelle et l'autre vers les usagers. Salaün (1996) explique qu'il convient donc de modifier le principe fondamental du marketing en prenant en compte les missions de ces services et en définissant pour eux une stratégie appropriée.

Bien qu'ils réussissent à marier marketing et bibliothéconomie, les professionnels de l'information tendent à avoir une orientation marketing centrée sur l'organisation plutôt qu'une orientation marketing centrée sur l'utilisateur (Savard et Painchaud, 1996). Le marketing reste encore trop souvent lié à une technique de promotion pour améliorer son image ou à appliquer au niveau des relations publiques. En effet, l'étude de Savard et Painchaud montre que, dans la pratique, peu de SID effectuent des études de besoins et de satisfaction de leurs usagers (même si cela fait partie de leurs préoccupations) et peu évaluent leurs services en fonction des usagers. Or, le marketing implique beaucoup plus. C'est une « philosophie de gestion qui consiste à se mettre à l'écoute des besoins des clientèles, à ajuster l'organisme et ses produits aux besoins décelés afin de les satisfaire, à se faire connaître en communiquant avec ses clientèles, et à mesurer la satisfaction et apporter des correctifs si nécessaire. » (Savard et Painchaud, 1996). Pour Salaün (1996), la difficulté réside dans le fait que les professionnels ne reconnaissent pas toujours dans le marketing qu'on leur propose les outils conformes à leur situation et leurs besoins.

3.1.2. La démarche marketing appliquée au SID scolaire²

Dans le cas d'un SID scolaire, la relation avec les usagers est surdéterminée par les objectifs de l'établissement auquel il appartient (en définitive, par l'orientation du Département de l'Instruction Publique pour le Cedoc) et par les professeurs qui sont les prescripteurs de l'information utile aux élèves. L'élève, quant à lui, est un usager « contraint » (Salaün, 1996). Pour Apostolopoulos (2001), ainsi que pour Muet et Salaün (2001), cela implique, en milieu scolaire, que tout professionnel de la documentation doit créer un système d'information à dimension pédagogique, c'est-à-dire de qualité, toujours actualisé et à destination d'un public jeune dont les modalités d'acquisition de connaissances sont particulières.

De plus, le SID scolaire doit être particulièrement attentif à la motivation de son public d'élèves puisque, d'une part, ce dernier est contraint à l'utilisation du site et, d'autre part, dans notre cas, il est composé d'adolescents (or, c'est précisément un public très critique). La démarche marketing semble particulièrement adaptée puisqu'elle a pour but d'harmoniser au mieux les besoins et les attentes des usagers avec les missions du milieu scolaire. Elle comprend deux parties complémentaires. Tout d'abord, l'analyse marketing qui se déroule en trois étapes (l'analyse interne, l'analyse du public et l'analyse externe) et se termine par un diagnostic. La stratégie marketing clôt ensuite la démarche par le choix d'un scénario adéquat.

A. L'analyse marketing

Tout d'abord, l'analyse interne a pour but de découvrir les atouts et les points faibles du SID en fonction de ses moyens, de ses activités, de son offre de services et de sa gestion.

Puis vient l'analyse du public. Pour Sutter (1997), elle permet de cerner les besoins et les attentes des publics et de connaître leurs comportements, leurs

² Pour notre travail nous avons appliqué la démarche marketing que Muet et Salaün préconisent dans leur ouvrage *Stratégie marketing des services d'information : bibliothèques et centres de documentations*

cultures, leurs habitudes ou leurs réticences vis-à-vis des outils et des produits info-documentaires, leurs expériences positives ou négatives, etc. C'est grâce aux dimensions complémentaires que sont l'enquête auprès des élèves et l'interview des professeurs que l'analyse des publics identifie les caractéristiques explicatives des comportements des publics et de leurs pratiques documentaires. Ainsi, l'exploitation des résultats de l'enquête permet de cibler les produits et services en fonction des besoins exprimés, ce qui revient à placer les usagers non plus en aval de la production d'information ou de services d'information, « mais en amont d'une fourniture de services déterminés par la connaissance de leurs besoins. » (Ranjard, 1992). De même, pour Muet et Salaün (2001), la stratégie de promotion du SID et de son offre passe particulièrement par l'analyse des résultats des enquêtes et interviews des usagers. Il serait absurde de négliger les centres d'intérêt et les canaux de diffusion de l'information qu'eux-mêmes privilégient.

Enfin, l'analyse externe détermine comment le SID se situe dans son environnement fonctionnel (quels sont ses hiérarchies, ses concurrents, ses partenaires et son environnement régulateur).

L'analyse marketing se conclut par un diagnostic qui fait ressortir les atouts et les faiblesses du SID dans son environnement et les opportunités qui se présentent à lui afin de construire une stratégie de promotion de ses ressources et de ses activités élaborées pour ses publics. Le diagnostic est un outil crucial d'aide à la décision. En effet, il constitue le point de départ de la stratégie de promotion de l'offre documentaire (Muet et Salaün, 2001).

B. La stratégie marketing

La stratégie marketing est la seconde partie de la démarche marketing. « L'analyse marketing n'est donc pas une simple description. Elle est en effet entièrement orientée vers l'action, c'est-à-dire qu'elle doit déboucher sur des choix. » (Muet et Salaün, 2001). Les choix constituent la stratégie de développement du SID. C'est dans cette phase que seront déterminés notamment les missions, le ciblage, l'offre de service, le positionnement et le scénario de

création ou de développement du SID. Nous nous servirons des forces et des faiblesses, ainsi que des opportunités et des menaces dégagées par le diagnostic pour faire des choix quant à la valorisation des ressources du Cedoc tout en restant en adéquation avec ses missions.

C. Les particularités du SID scolaire

Dans le cadre d'un SID scolaire, les missions et le public sont clairement déterminés en amont par la direction. Le SID scolaire joue un rôle de médiateur de l'information. En offrant ses services et ses produits, il doit établir un dosage subtil entre l'accès direct de l'utilisateur aux ressources et outils documentaires et l'accompagnement individuel qu'il peut proposer aux élèves. Ainsi, les composantes d'accueil et d'aide aux usagers influent directement sur l'image du service. Muet et Salaün (2001) soulignent que l'accueil est souvent compris « comme un comportement individuel et forcément spontané de convivialité et d'empathie avec le public ». Cependant, « accueillir » signifie bien plus. En effet, le rôle du SID est d'encadrer et de définir au préalable les bases des échanges avec son public en général, et chaque usager en particulier. Le SID scolaire nécessite un effort important à apporter à la lisibilité et à l'ergonomie de ses ressources et des outils dont peuvent disposer ses publics.

En milieu scolaire, la polyvalence du personnel est souvent privilégiée et alliée à une forte compétence technique. De plus, la fonction pédagogique des bibliothécaires scolaires ne peut pas être niée. Une interaction importante avec le public doit exister et ses modalités doivent être déterminées de manière claire et pertinente (par exemple, faut-il fournir une formation individuelle ou collective ? Quelle place prend l'auto-formation ? Quelle est la nature et la fonction des supports d'information ?). Pour Muet et Salaün (2001), « la formation des utilisateurs doit impérativement aller de pair avec une recherche de lisibilité maximale des systèmes documentaires pour ces utilisateurs. »

De plus, le SID scolaire doit également se positionner par rapport à sa tutelle (donc ses missions), à ses publics et à son offre de services. Selon Gupta et

Jambhekar (2002), un haut niveau de services aux usagers crée une plus grande visibilité du SID. Ce plus grand rayonnement pourrait être utilisé pour améliorer l'image d'un SID scolaire, mais également pour amener certains professeurs à devenir des relais intéressants pour la promotion des services et des produits auprès des élèves.

« Le rapport d'un organisme aux documents évolue, surtout évidemment dans la période actuelle où de nombreux facteurs, et en premier lieu l'évolution des technologies électroniques, se conjuguent pour interdire toute stabilité. » (Salaün, 1996). Ainsi, le SID scolaire doit faire face à la concurrence des nouvelles technologies en information documentaire et se positionner par rapport à elles. Il serait bon qu'il développe une offre électronique couvrant l'ensemble des besoins de l'utilisateur (comme c'est le cas d'une cyberthèque) dans le but de s'assurer l'attachement d'élèves qui ont tendance à s'éloigner des structures documentaires classiques en se réfugiant sur Internet.

Dans la stratégie marketing, la phase de réflexion arrive à son terme avec la proposition d'un scénario qui représente l'orientation stratégique définitive du SID scolaire. Il est la combinaison de ses choix concernant le public visé, l'offre de services et son positionnement. Le choix d'un scénario suppose l'accord de sa hiérarchie. Ensuite, il restera la validation et le contrôle du travail réalisé « tels sont donc les derniers volets de la démarche marketing qui reprend l'importance du « feed-back » dans tout système de communication et la démarche évaluative qui consiste à mesurer sa politique. » (Ranjard, 1992). Pour cela, il faudra s'aider d'indicateurs, d'étude d'impact, d'étude de satisfaction...

Il faut souligner que la démarche qualité représente le complément opérationnel de la démarche marketing. En effet, l'objectif principal du marketing est l'adaptation des prestations aux besoins, aux comportements et aux attentes du public. La qualité se définit en référence à la satisfaction du client, c'est-à-dire que le produit ou le service proposé doit être conforme aux besoins et aux attentes annoncés ou implicites. La démarche qualité ajoute au marketing des méthodes et

des outils pour garantir la mise en oeuvre quant aux engagements de services, aux référentiels et aux standards qualité, ainsi qu'au plan d'amélioration de la qualité et aux indicateurs de satisfaction, etc. (Sutter, 1996 ; Muet et Salain, 2001). Par conséquent, elle contribue, tout comme la démarche marketing, à établir une relation de confiance avec l'utilisateur.

Finalement, des visites de SID similaires peuvent être source de réflexion comparative en vue d'améliorer la promotion d'un SID scolaire par « l'importation » de méthodes ou de procédés plus performants que les siens propres (Sutter, 1996).

3.1.3. Promouvoir un SID scolaire par son offre de services et de produits

Une démarche marketing aboutit à une promotion efficace du SID scolaire. Promouvoir ne signifie pas seulement mettre mieux en valeur dans une optique publicitaire, mais surtout engager une analyse et une réflexion de fond par rapport aux possibilités du SID (contraintes, hiérarchie et orientation, moyens, attitude et motivation des bibliothécaires) et, plus encore, aux besoins et attentes du public. En effet, une bonne stratégie promotionnelle des services ou des produits documentaires s'appuie sur la connaissance des utilisateurs qui en sont les destinataires, leurs comportements et leurs canaux d'information de prédilection.

Promouvoir efficacement des services documentaires nécessite un engagement dynamique des bibliothécaires. Dans la même logique anticipatrice de la diffusion de l'information évoquée par Sutter (1997), la promotion de l'information ne se limite pas à répondre à une simple requête de l'utilisateur. Il faut porter à la connaissance de l'utilisateur les nouveaux documents, les services offerts et les réponses à ses besoins précis. Ainsi, les possibilités d'exploitation de l'information sont mises en avant par un travail approprié qui peut ainsi décupler la valeur de l'information fournie et provoquer chez les usagers le réflexe de se diriger à nouveau vers le SID (Sutter, 1997). Evidemment, ce souci de l'appropriation de l'information par leurs destinataires requiert de la part des

bibliothécaires scolaires des compétences en communication et en animation tant du point de vue organisationnel, que technologique et pédagogique.

Pour le SID scolaire, la communication sur l'offre de produits ou de services implique de choisir des axes de communication pour que la cible se sente concernée et intéressée. Le SID peut ainsi transmettre ses engagements vis-à-vis de son public, par exemple, en affichant sa charte et en lui indiquant ce qu'il fait pour lui. La stratégie de communication doit être écrite, diffusée et connue de tous ceux qui sont directement concernés. Elle doit être conçue pour durer, les messages doivent être clairs, simples, forts et répondre aux besoins et aux attentes des usagers déterminés par l'analyse du public. Elle doit pouvoir être adaptée à différents supports et aux multiples formes de communication sans être modifiée dans son contenu et elle doit communiquer sur la réalité. Enfin, elle doit être acceptée par l'ensemble du personnel (Muet et Salaün, 2001). Il ne faut pas oublier les animations propres à promouvoir un SID scolaire et liées à la communication institutionnelle telles que les journées « portes ouvertes », les relations publiques ou la création d'événements.

Dans les activités de services, la communication indirecte est souvent la plus efficace. En conséquence, il est judicieux de viser les relais d'information ou les prescripteurs de l'information que sont les professeurs pour atteindre la cible finale, c'est-à-dire les élèves. Une communication à l'usage des relais ne peut être que personnalisée, argumentée et régulière. Les vecteurs de cette communication sont, par exemple, les rencontres directes ou la constitution de dossiers pouvant les intéresser.

3.2. Analyse marketing

3.2.1. Analyse interne

L'analyse interne intègre tous les éléments liés au fonctionnement et aux ressources d'un SID. Elle est subdivisée en trois grandes rubriques qui comprennent, d'une part, les moyens (matériels, humains et financiers), d'autre part, l'activité (c'est-à-dire l'offre de services, la base-arrière et la face-avant) et enfin la gestion au niveau de l'organisation et de la politique.

A. Les moyens

A ce stade, il est intéressant d'observer quelles sont la quantité, l'adaptation et les capacités d'évolution des moyens à disposition des utilisateurs. Pour savoir si un SID est adapté aux besoins de ses usagers, il est important de vérifier si le matériel est approprié et suffisant, tant au niveau du mobilier lui-même, des places de travail, des outils informatiques que des collections. Le mobilier doit offrir suffisamment de confort pour que les utilisateurs puissent travailler dans de bonnes conditions. La mise en espace est également importante, car elle détermine les différentes fonctions du SID. De même, une signalétique adéquate doit être employée pour faciliter l'orientation des usagers, à la fois dans le SID, mais aussi dans les rayons eux-mêmes.

Les postes informatiques, qu'il s'agisse du catalogue informatisé ou d'Internet, de l'utilisation de logiciels bureautiques ou autres, de la lecture de cd-roms..., doivent être en nombre suffisant et facilement accessibles.

Comme le rappellent les normes de la Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique (CLP), une bibliothèque scolaire oriente ses collections vers les domaines pédagogiques. L'ensemble des matières enseignées doit y figurer. Mais il est important que les bibliothécaires n'oublient pas d'inclure la littérature de loisirs, autant des ouvrages de fiction que des documentaires.

La bibliothèque doit proposer différents types de supports. Avec le temps, ceux-ci se transforment et la bibliothèque doit évoluer afin d'adapter son offre.

Enfin, la bibliothèque scolaire doit promouvoir la lecture.

Le Matériel

Les locaux et l'aménagement du Cedoc :

Le Cedoc est situé au fond du hall principal de l'ECG Jean-Piaget, non loin de la cafétéria. Comprenant 700 m² de surface, il est aménagé dans un large espace au rez-de-chaussée et délimité par de grandes vitres. La principale source de lumière est donc d'origine naturelle et traverse le Cedoc de part en part, créant ainsi une atmosphère agréable.

Le mobilier est adapté aux besoins des élèves. Les meubles sont solides, les chaises sont confortables et quelques fauteuils sont à disposition pour lire des BD ou des périodiques (certains fauteuils sont par contre en mauvais état). Cependant, certains rayonnages de livres sont placés trop haut, nécessitant l'usage d'un tabouret pour atteindre le dernier rayon. Il n'existe pas non plus de présentoir pour les livres dans les rayons mêmes.

Les usagers disposent de 160 places de travail, sans compter les 17 places disponibles pour la lecture de loisir. Les différents espaces sont répartis de la façon suivante (cf. annexe 1).

Le **local de travail des bibliothécaires** est situé à gauche de l'entrée du Cedoc. Cet espace est vitré et donc visible par les utilisateurs.

Le **bureau de prêt et de renseignements** (ou bureau d'accueil) placé à côté du local de travail est étroit, mais suffisamment visible des utilisateurs.

L'**espace des documents sonores et des postes Internet** (au nombre de cinq) est situé juste à côté du bureau de prêt, ce qui en facilite la gestion (surveillance,

aide...). Quatre postes de consultation du catalogue sur Bibal sont également situés à proximité.

La **salle de travail principale** est très vaste et bénéficie d'un très bon éclairage naturel. Les rayons contenant l'ensemble des ouvrages de référence délimitent également cet endroit.

Les **autres salles de travail** sont fermées et peuvent être utilisées pour des travaux de groupe ou pour visionner des supports audiovisuels. Seule une petite salle de travail non équipée et dénuée de tout éclairage naturel n'est pas vraiment agréable. On constate également un problème au niveau de l'insonorisation de ces salles. En effet, le bruit devient vite envahissant lorsque les élèves travaillent en groupe ou visionnent des vidéos lors de cours, ce qui peut empêcher leurs camarades de travailler dans de bonnes conditions.

L'**allée centrale** qui traverse le Cedoc est agrémentée de tables où sont exposées les nouvelles acquisitions.

Les **rayonnages** sont agencés de manière claire, parallèlement les uns aux autres.

Le **coin lecture** des quotidiens et des BD, situé à l'entrée du Cedoc, comprend des fauteuils et des petites tables basses.

L'espace qui abrite la **photocopieuse** est situé à droite de l'entrée. Ce local vitré comprend également un **espace d'information professionnelle** qui est régulièrement utilisé pour des rencontres entre les élèves et des conseillers d'orientation. Si ce lieu convient tout à fait pour faire des photocopies, il n'est en revanche pas très bien adapté pour lire tranquillement. Regrouper des fonctions si différentes dans un si petit endroit n'est pas forcément une bonne solution et peut occasionner certains désagréments. On constate en revanche que le panneau destiné à l'information professionnelle est bien fourni et tenu à jour.

D'une manière générale, on constate que si la signalétique est bien présente, elle n'est pas toujours suffisamment structurée. En effet, cette dernière souffre surtout d'un manque d'uniformisation. C'est notamment le cas lorsque des conseils d'utilisation sont placés de manière spontanée, sans souci d'harmonisation graphique. Les informations ne sont pas toujours mises à jour et elles apparaissent sans niveau hiérarchique évident. Le point faible de la signalétique actuelle est de ne pas être mise en place dans une réflexion globale. Certaines idées développées sont cependant bonnes (écriture noire sur fond jaune) et la plupart des supports d'information sont bien situés dans le Cedoc.

L'informatique :

Le catalogue du Cedoc fonctionne comme dans toutes les bibliothèques scolaires du canton de Genève sur le logiciel Bibal. Il permet d'accéder à toutes les ressources du centre de documentation. On peut également le consulter en ligne (Bibalweb) en tant que catalogue collectif de toutes les bibliothèques scolaires³.

Ce logiciel est à présent un peu dépassé (puisque'il date des années 80) et nécessite une formation de base, car il est plus difficile à utiliser qu'une interface Internet. Il devrait cependant être remplacé puisque'il fait partie d'un projet de réinformatisation commun à l'ensemble des bibliothèques scolaires, mais cette décision dépend de l'ensemble du DIP et non pas uniquement du Cedoc.

Les fonds documentaires :

Les ouvrages sont rangés selon la classification Dewey. Ils sont classés par support à différents endroits du Cedoc. Seuls les anciens numéros des périodiques sont rangés avec les monographies. Le nombre de documents est suffisant pour le Cedoc. Selon les normes de la CLP, un minimum de vingt livres et de quatre non-livres doit être à la disposition de chaque étudiant. Or, l'école accueille environ

³ <http://wwwedu.ge.ch/dip/biblioweb/catalogue.html>

800 élèves par année et le Cedoc dispose d'une moyenne de 18'000 livres. On obtient alors une moyenne de 22.5 livres par étudiant⁴.

Le nombre de non-livres (cassettes vidéo, abonnements de périodiques, cassettes audio, DVD, disques compacts, cd-roms, transparents, cartes géographiques, séries de diapositives) est évalué à environ 8268. On obtient donc 10.3 non-livres par étudiant.

Les documents sont en règle générale en bon état. Certains sont toutefois un peu vieux et jaunis et, parfois, obsolètes (cassettes vidéo de « Temps présent », format U-Matic et livres d'histoire). Les documents sont facilement accessibles, sauf s'ils sont rangés sur les rayons supérieurs.

La relation entre achat et élimination des documents est intéressante. Les bibliothécaires du Cedoc bénéficient d'une situation privilégiée par rapport à d'autres centres de documentation scolaires. En raison de la relation de confiance établie avec la direction, ils sont libres dans leurs choix d'acquisitions des collections. Certains professeurs ou présidents de groupe viennent désherber leur domaine à la demande des bibliothécaires. Ils proposent aussi parfois l'achat de nouveaux manuels.

On constate une très grande diversité des supports. En dehors des livres et des périodiques, on trouve des disques 33T., des disques compacts, des cd-roms, des diapositives, des cartes géographiques... et, depuis deux ans, des DVD. Ceux-ci sont encore peu présents, car le secteur DVD documentaires est trop peu développé pour étoffer ce fonds. Par ailleurs, le Cedoc fait appel au Centre de Ressources et de Documentation Pédagogique (CRDP) pour emprunter ce type de documents.

⁴ Chiffre calculé d'après le rapport de fonctionnement et statistiques de prêt 2001-2002. (cf. annexe 8) La moyenne ne tient pas compte des élèves inscrits en cours du soir, car très peu viennent au Cedoc.

Le Cedoc s'adapte aux demandes des usagers. Par exemple, l'achat de diapositives en 1996 répondait aux besoins du public à un moment précis. Depuis la demande a baissé, c'est pourquoi il n'y a plus eu de rachat.

Les disques 33T. sont empruntés diversement selon les périodes. Il y a environ deux ou trois ans, ils étaient encore demandés par certains élèves qui mixaient sur des platines.

Les collections du Cedoc recouvrent l'ensemble des domaines de la connaissance. Les disciplines enseignées sont bien représentées, notamment les domaines de la psychologie, la pédagogie et l'alimentation qui constituent des matières particulières enseignées dans les écoles de culture générale du canton de Genève.

Le personnel

Le personnel fixe est composé de trois bibliothécaires diplômés qui se partagent deux postes (25%, 85% et 90%). Ce nombre est inchangé depuis la création du Cedoc, alors que le nombre d'élèves a quasiment doublé depuis la création de l'ECG Jean-Piaget !

Pendant notre travail de diplôme, nous avons aussi rencontré une apprentie « Assistante en information documentaire » qui travaille à 60% au Cedoc et à 40% en formation à l'extérieur. Sont employées également une personne placée par le chômage comme aide bibliothécaire, une stagiaire en immersion professionnelle précédant son entrée à la HEG et une stagiaire de troisième année de notre filière. Le renouvellement continu de cette équipe constitue un apport non négligeable de nouvelles idées.

Les finances

Le budget de la bibliothèque s'élève pour l'année 2003 à Frs 27'850. Son montant ne varie généralement pas d'une année à l'autre. Il a toujours été stable. Il est utilisé pour l'acquisition des documents tous supports confondus. Le quart est réservé à la dépense des périodiques. Le reste est réparti entre les différents

supports selon les besoins. Par exemple, entre 800 Frs et 1'000 Frs sont consacrés à l'achat de disques compacts, ce qui représente entre 2,9 et 3,6 % du budget.

Grâce au programme Bibal, utilisé comme outil de gestion, les bibliothécaires savent à tout moment où en est le budget et le montant des sommes encore à disposition.

B. Les activités

Au niveau des activités, il est important de définir la largeur et la profondeur de l'offre, pour savoir si le SID recouvre et anticipe tous les besoins de ses utilisateurs en proposant des choix de produits et de services diversifiés.

Il est également nécessaire de connaître l'organisation mise en place pour aider l'utilisateur dans son parcours. Ici, se combinent les concepts de servuction (que nous examinerons plus loin) et de service interne (l'organisation établie par les bibliothécaires pour effectuer le travail de bibliothéconomie que les usagers ne voient pas).

Les produits et services proposés

Le **service de référence** donne la possibilité aux élèves de demander l'aide des bibliothécaires pour des recherches particulières. Les demandes doivent être déposées 24 heures à l'avance.

Le **service de prêt** permet aux utilisateurs d'emporter les documents dont ils ont besoin pour leurs divers travaux. Les modalités de prêt sont quasiment semblables aux autres bibliothèques scolaires. Un maximum de dix documents peut être emprunté simultanément selon des délais qui varient d'une à quatre semaines en fonction des supports. En cas de retard, une amende de un franc est perçue par rappel. Il n'y a pas de service formel de **prêt inter-bibliothèque**. Il arrive cependant, sur demande d'un professeur ou d'un élève, qu'un bibliothécaire contacte l'un de ses collègues exerçant dans une autre bibliothèque scolaire afin d'obtenir un ouvrage particulier qui ne fait pas partie du fonds du Cedoc. Si le

document en question entre dans une enveloppe, il sera transmis par la poste. Dans le cas contraire, le professeur ou l'élève devra se déplacer jusqu'au centre de documentation concerné.

Sept vitrines sont réparties à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du Cedoc pour les expositions, ce qui permet de mettre sur pied simultanément différents thèmes d'expositions. En règle générale, il est rare qu'un seul thème soit proposé. Selon l'idéal des bibliothécaires, les **expositions** devraient être renouvelées toutes les cinq semaines, mais ils ont souvent de la peine à suivre ce rythme. C'est pourquoi, elles durent plus longtemps.

Le Cedoc dispose d'un **site Internet** comprenant différentes rubriques (présentation, nouveautés, conditions de prêt...). Il est accessible à partir du site des bibliothèques scolaires de Genève⁵. Des raisons techniques et la configuration du réseau pédagogique (nettoyage des données toutes les nuits) ne permettent pas pour le moment d'afficher directement la page d'accueil du site sur les écrans des PC du Cedoc. Il faut espérer qu'au changement de logiciel très attendu par les bibliothécaires, cette situation évoluera. De plus, l'actualisation du site n'est pas optimale, par exemple, la liste des dernières nouveautés date de juin 2002 (consultation du 30 octobre 2003).

Les **nouvelles acquisitions** sont présentées sur des tables placées dans l'allée centrale.

Les bibliothécaires dépouillent quotidiennement de nombreux **périodiques**. Les articles sont ensuite indexés sur Bibal. Des dossiers documentaires thématiques ou biographiques sont également constitués autour de sujets proposés par des professeurs.

Pour accéder à **Internet**, les élèves doivent s'inscrire au bureau du prêt (ou bureau d'accueil) où ils laissent leur carte d'étudiant.

⁵ <http://www.edu.ge.ch/dip/biblioweb/piaget/index.html>

Un **guide du lecteur** (cf. annexe 2) est à la disposition des élèves et des professeurs au bureau de prêt. Il donne les coordonnées du Cedoc et des indications sur les heures d'ouverture, le contenu des collections, le classement des documents, les modalités et la durée du prêt, les amendes, et il fournit quelques recommandations sur l'utilisation et l'attitude que l'on attend des usagers dans le cadre du Cedoc. De plus, il signale des services particuliers comme le service de référence et les outils disponibles pour effectuer des recherches... Ce guide du lecteur est mis à jour chaque année et distribué lors de la présentation du Cedoc aux élèves de première année.

Les **visites** du Cedoc pour les nouveaux élèves ont lieu en début d'année. Jusqu'à présent, elles prenaient la forme d'une vidéo de présentation (conçue en 1993) accompagnée des commentaires et rectifications des bibliothécaires et, parfois, d'exercices pratiques conduits en collaboration avec les professeurs. Après avoir reçu une lettre dans leur casier, ceux-ci inscrivent obligatoirement leurs classes à la visite du Cedoc en début d'année.

La face-avant : la servuction

Il s'agit ici d'évaluer la participation active des élèves à la réalisation des différents services proposés par les bibliothécaires. La servuction est en quelque sorte l'adaptation du service aux usagers tout au long de leur parcours documentaire.

Lors de notre enquête, nous avons constaté que les actions « trouver la bibliothèque », « entrer dans la bibliothèque », « lire » et « rapporter le livre » ne posaient aucun problème particulier.

En revanche, par l'intermédiaire des questionnaires, les élèves ont fait part de leurs difficultés à s'orienter dans le Cedoc et dans les rayons. Ils ont évoqué parfois un manque de disponibilité de certains bibliothécaires au niveau de l'accueil. Cependant, peu d'élèves affirment leur demander de l'aide. Dans les cas

où ils sollicitent les bibliothécaires, les élèves sont pour la plupart satisfaits des réponses données.

Les postes consacrés au catalogue informatisé sont suffisants et facilement accessibles puisqu'ils sont à la fois proches de l'entrée et du bureau de prêt. Chaque poste dispose d'un mode d'emploi expliquant l'utilisation de Bibal. Mais une bonne moitié des élèves ne se sent pas à l'aise dans l'utilisation du catalogue.

Il n'existe pas dans le Cedoc de système de sécurité anti-vol. En effet, ces équipements coûteux ne sont pas une priorité, malgré le taux de disparition de livres assez élevé (276 documents pour l'année 2002 qui représentent 22% du budget d'acquisition).

Le bureau d'accueil est facilement accessible, mais il est étroit. Un panneau signalant sa présence est placé au-dessus de lui, mais il est peu visible, car fixé trop haut. Un bibliothécaire reste pendant deux heures au bureau du prêt, puis il est relayé par un de ses collègues. Durant cette période, il répond aux questions des élèves, leur fournit sur demande une aide à la recherche sur le catalogue ou sur Internet et leur vend des cartes de photocopies. Pendant ce temps, ses collègues effectuent d'autres tâches dans le bureau tout en restant disponibles.

En résumé, la plupart des services proposés sont satisfaisants. Cependant, il faudrait harmoniser la signalétique (qui répond à l'action « s'orienter dans la bibliothèque »), proposer une formation à la recherche dans le catalogue (pour l'action « trouver un titre de document ») et renforcer l'accueil (qui comprend l'action « emporter le livre »).

La base-arrière : le service interne

Un tournus des tâches est organisé pour que chacun puisse effectuer un peu de tout, c'est-à-dire : acquisition, équipement, indexation, catalogage, prêt aux usagers...

Au niveau des acquisitions, la majorité des ouvrages est commandée depuis le Cedoc. Peu de visites en librairie sont effectuées pour choisir des titres, ce que regrette la bibliothécaire chargée des commandes. Les raisons invoquées sont le peu de temps à disposition et le fait que parfois les ouvrages acquis en librairie figurent déjà dans les collections du Cedoc. Les rachats d'ouvrages perdus ou volés ne sont pas systématiques, car parmi les 200 à 250 documents disparus en moyenne chaque année, une bonne partie réapparaît l'année suivante. Il s'agit soit d'emprunts sauvages (les documents sont pris sans passer par le bureau de prêt et rendus quelques mois voire une année plus tard), soit d'ouvrages mal classés retrouvés des mois après.

C. La gestion

L'environnement de travail est aujourd'hui très changeant (évolutions technologiques, contraintes économiques...). Une institution qui ne veut pas être rapidement marginalisée doit donc se montrer attentive à deux points de repère. Le premier est l'organisation du service : existe-t-il un organigramme ou une organisation formalisée ? Existe-t-il un tableau de bord ou des indicateurs de gestion ? Chacun sait-il les tâches qu'il a à accomplir ? Le second est la politique mise en place en adéquation avec les missions du Cedoc : des objectifs ont-ils été fixés et annoncés ? Existe-t-il un plan de développement ? Chacun a-t-il conscience de travailler pour un même objectif ? L'analyse de la gestion permet donc de comprendre comment les moyens et les activités d'un centre de documentation sont réunis et efficaces au sein de l'institution.

L'organisation du travail au Cedoc

Chaque bibliothécaire doit pouvoir répondre au mieux à tous les besoins de ses utilisateurs, c'est pourquoi, il n'y a pas eu de répartition formelle des tâches. Cette polyvalence est également intéressante lorsqu'un bibliothécaire est en vacances ou en congé maladie. Cependant, certaines responsabilités ont été établies. Ainsi, une personne se charge plutôt de la gestion des périodiques, une autre des commandes et une dernière de la gestion du service et des relations avec la direction de l'école.

La politique mise en place

Des objectifs à moyen et à long terme ne sont pas fixés faute de temps. Il n'y a donc pas d'organisation formelle. Par contre, chacun sait ce qu'il a à faire et a conscience d'appartenir à une même structure.

Les principales missions du Cedoc ont été fixées par les bibliothécaires en fonction des tâches qu'ils accomplissent :

- Accueil et présentation du Cedoc aux nouveaux élèves
- Service du prêt
- Information et renseignements sur les diverses collections
- Information pratique sur des associations ou organismes, soit dans le cadre d'un travail de recherche, soit pour leur orientation professionnelle
- Assistance à la recherche (Fonds du Cedoc et Internet)
- Formation à la recherche plus ciblée (élèves de 2e année qui débute leur travail de diplôme)
- Collaboration ponctuelle avec certains professeurs
- Relations avec la direction de l'établissement
- Intégration du Cedoc à l'ECG Jean-Piaget par la participation aux événements et activités de l'établissement
- Promotion des nouveautés, d'activités particulières, d'expositions auprès des diverses catégories d'utilisateurs, selon les sujets
- Promotion de la lecture
- Gestion des collections (catalogage, acquisition...)

La priorité est souvent donnée à la gestion des périodiques afin qu'ils soient le plus rapidement possible à la disposition des élèves.

On peut signaler que d'une manière générale, les petites institutions comme le Cedoc ne sont pas autant structurées que d'autres beaucoup plus grandes qui nécessitent obligatoirement une organisation importante. Mais il y a également une spécificité de notre métier dont il faut tenir compte, à savoir que « les milieux documentaires ont une très forte culture professionnelle, faite de savoirs très

spécialisés et partagés et de connaissances mutuelles. Cette culture a tendance à occulter les nécessités de la gestion » (Salaün, 1997).

3.2.2. Analyse des publics

A. Pourquoi et comment analyser les publics d'une bibliothèque ?

Toute démarche marketing complète appliquée à un service documentaire ou à une bibliothèque se doit de placer l'utilisateur au centre de l'analyse. Connaître les besoins et la satisfaction des usagers de son centre de documentation ou de sa bibliothèque doit permettre aux professionnels de l'information d'adapter leur offre de service et leurs produits documentaires en fonction de publics bien différenciés (Sutter, 1994).

On constate encore trop souvent que les professionnels de l'information et de la documentation ne connaissent pas bien leur public (Savard et Painchaud, 1996), bien qu'un nombre croissant de bibliothèques effectuent des enquêtes auprès des usagers (Klempin, 1997). Un décalage se crée alors entre l'image que se font les bibliothécaires de leurs utilisateurs et la réalité passablement différente. A long terme, cette situation peut créer un déséquilibre entre l'offre et la demande en terme de documentation et engendrer des frustrations, tant au niveau des bibliothécaires qu'au niveau du public. Pour pallier une telle situation, il convient d'étudier les publics fréquentant le centre de documentation afin de « dimensionner » la demande (Sutter, 1997).

Plusieurs outils permettent d'étudier le profil des utilisateurs. Parmi ces outils, on trouve tout d'abord le questionnaire, puis l'interview et encore l'analyse comportementale in situ. Le questionnaire, tout comme l'interview, se constitue autour des besoins de l'utilisateur. Tout est passé en revue de l'orientation à l'accueil, en passant par la structure et le contenu des collections. Il s'agit non seulement de comprendre comment l'utilisateur fonctionne (ce qui ne filtre pas à travers des statistiques de prêt), mais également d'étudier ses besoins et son degré de satisfaction. C'est donc bien plus une démarche qualitative que quantitative.

En élaborant un questionnaire, il est fondamental de se mettre à la place de l'utilisateur afin d'utiliser un vocabulaire approprié en évitant à tout prix le jargon professionnel (Pinard et Savard, 1996). Chaque question doit être créée en pensant à son traitement ultérieur. Par exemple, pour notre questionnaire, nous avons préféré les questions fermées (choix multiples) aux questions ouvertes (texte libre). Le nombre de questions ne doit pas excéder la trentaine pour des raisons de concentration. Nous avons sollicité les conseils de Madame M. Charmillot qui nous avait donné un cours de techniques d'enquêtes durant notre première année de formation. Ses remarques nous ont permis d'améliorer grandement notre questionnaire (cf. annexe 3).

Pour l'interview, il faut plutôt noter des thèmes de discussion à aborder avec l'interviewé (Ranjard, 2001). Ceci constitue le fil conducteur de l'entretien. Il convient de s'adapter tant aux personnes bavardes qui sortent sans cesse du cadre qu'à d'autres qui ne disent pas grand chose. L'avantage de l'interview sur le questionnaire est qu'il offre une vision beaucoup plus fine des besoins et attentes du public. En revanche, ce mode de récolte d'informations nécessite beaucoup plus de temps, également pour le traitement.

Nous avons durant cette phase de travail procédé à quelques interviews à l'aide d'une fiche thématique (cf. annexe 4). Une lettre a été rédigée dans laquelle nous expliquions notre démarche (cf. annexe 5). Notre mandante l'a remise à quelques professeurs sélectionnés par ses soins. Nous avons procédé de cette manière, car, d'une part, elle connaît bien les professeurs susceptibles de nous accorder une interview, et, d'autre part, cela représentait pour nous un gain de temps appréciable. En effet, sans son aide, nous n'aurions pas pu effectuer ces interviews dans de bonnes conditions.

Nous avons conduit les entretiens de manière à connaître les attentes et les opinions des professeurs vis-à-vis du Cedoc. Au final, quatre professeurs ont répondu favorablement à notre demande d'interview. Il s'agit de professeurs de sciences humaines, psychologie, allemand, français, histoire, philosophie qui

enseignent à tous les degrés, ainsi qu'aux adultes en cours du soir et à des classes d'insertion. Deux des professeurs sont également présidents de groupe (responsables pour leur discipline au niveau de l'école), mais ils se sont exprimés en leur nom propre. Les entretiens se sont tous déroulés dans de bonnes conditions dans une des petites salles du Cedoc à des moments où ce dernier était peu fréquenté. Leur durée a varié de 25 à 45 minutes.

Pour des raisons évidentes de manque de temps, nous n'avons pas effectué d'analyse comportementale in situ.

B. Les comptes rendus des entretiens

L'utilisation du Cedoc

Concernant l'utilisation du Cedoc, nous constatons que l'ensemble des professeurs interviewés l'utilise régulièrement dans le cadre des cours et parfois également à titre personnel (consultation et/ou emprunt de BD, multimédia, magazines et romans). Toutefois, deux professeurs ont souligné le caractère insuffisamment pointu des collections pour leurs intérêts personnels.

La grande salle de travail et ses documents sont souvent exploités pour les travaux de recherche. De plus, pour un des professeurs, elle offre une ambiance plus décontractée et conviviale, ce qui permet aux élèves de se déplacer librement et de sortir du cadre strict d'une salle de classe. Les petites salles sont réservées soit pour le visionnement des vidéos, soit pour l'encadrement des élèves de certaines classes. La gestion de ces salles n'est selon certains professeurs pas optimale, quelques-unes étant parfois sur-occupées.

Les horaires conviennent à tous, même si deux professeurs donnant des cours du soir aux adultes regrettent que le Cedoc ne soit pas ouvert plus tard. En effet, la majorité des élèves participant à ces cours viennent directement de leur travail et n'ont pas accès au Cedoc qui ferme ses portes au plus tard à 18 heures.

L'utilisation des ressources

En ce qui concerne les cours, les professeurs se servent principalement des ouvrages de référence, des cassettes vidéos, des périodiques et des dossiers thématiques contenant des articles de revues. Le Cedoc a également un rôle de facilitateur pour l'obtention de documents. Par exemple, une collaboration avec l'assistant des moyens audiovisuels de l'ECG ou le CRDP permet d'obtenir l'enregistrement d'une émission sur support vidéo. La collection des cassettes vidéo nécessiterait d'être remise à jour. Un des professeurs pense que les collections ne sont pas adaptées aux besoins des élèves en raison du niveau trop élevé de difficulté des documents. Les dossiers sur les auteurs sont selon lui également inadaptés. En revanche, il apprécie le travail de dépouillement des articles effectué par les bibliothécaires et le partenariat avec le CRDP du point de vue du prêt des cassettes vidéos. Une proposition a été faite pour orienter les collections vers de petites encyclopédies du style de la collection « Découvertes Gallimard » afin d'éviter des livres conçus de manière trop scientifique (nous constatons ici que les professeurs n'ont pas une connaissance réelle des fonds du Cedoc, car les bibliothécaires ont déjà intégré cette collection dans leurs rayons). De plus, il paraîtrait judicieux d'éliminer dans le stock de documents, ceux qui sont dépassés, afin de mettre davantage en valeur les collections existantes.

Le catalogue Bibal ne semble pas poser de problème d'utilisation aux professeurs, bien que son interface ne soit pas assez conviviale pour deux d'entre eux. Elle devrait selon eux ressembler davantage à Internet pour en faciliter l'utilisation. De plus, selon un des interviewés, les élèves ignorent qu'il faut utiliser le thesaurus dans le cadre de certaines recherches. D'ailleurs, certains ne savent ni lire une fiche Bibal ni à quoi correspond une cote et où trouver le document dans les rayons. Des suggestions ont été émises pour classer les documents par centres d'intérêt, les élèves ayant du mal à utiliser la classification Dewey.

Un professeur a émis l'idée d'établir une connexion du catalogue du Cedoc à l'ensemble des bibliothèques suisses scolaires, municipales et universitaires, y compris la Bibliothèque publique et universitaire (BPU). Cela permettrait, selon

lui, un prêt inter-bibliothèques intéressant pour obtenir directement les documents, sans passer par d'autres institutions (cette idée, bien qu'excellente est totalement utopique). Il est à noter qu'aucun professeur interrogé ne connaît l'existence de BibalWeb (catalogue collectif des bibliothèques scolaires de Genève sur Internet), ce qui est aussi le cas des élèves.

Selon les professeurs, l'exploitation des recherches effectuées sur Internet leur pose des problèmes comme à beaucoup d'élèves. Ainsi, certains professeurs demandent l'aide des bibliothécaires. Même si Internet semble très familier aux élèves, ces derniers ont de réels problèmes de tri et de sélection de l'information qui est souvent trop abondante et mal ciblée. Les professeurs ont de plus souligné de manière récurrente le manque de postes Internet à disposition.

Concernant la promotion de la lecture, un professeur estime qu'il faudrait aller au-delà des présentoirs et des vitrines d'exposition en proposant différents événements autour du livre.

La collaboration

Les relations entre les professeurs et les bibliothécaires sont souvent décrites de manière très positive (« excellentes », « amicales », « bonne équipe »...). Les bibliothécaires sont généralement perçus comme disponibles. Leur aide est notamment sollicitée par les professeurs lors de travaux de recherche avec les élèves. Un des professeurs pense que le Cedoc représente un point central à l'ECG. En effet, il entretient des relations importantes avec les bibliothécaires alors qu'il ne connaît pas l'ensemble du corps professoral. A l'opposé, un autre professeur pense que le Cedoc « n'a pas sa place dans l'école ».

Un autre professeur se contente de réserver les salles du Cedoc auprès des bibliothécaires et n'éprouve pas le besoin de collaborer davantage avec eux. Quelques professeurs suggèrent de nouvelles acquisitions pour renouveler les collections. Le temps de mise à disposition des documents demandés semble par contre trop long pour certains.

La collaboration entre le Cedoc et les professeurs se décline sur différents modes. Par exemple, une exposition a été conçue en partenariat avec l'un d'eux sur le thème du 400^{ème} anniversaire de l'Escalade. Dans ce cadre, il a notamment fourni des documents personnels au Cedoc. Cette même personne participe aussi au désherbage de son domaine d'enseignement en fin d'année. Un autre signale régulièrement des articles intéressants en sciences humaines et en psychologie pour la constitution de dossiers que les bibliothécaires photocopient à double exemplaire pour les travaux de recherche.

La présentation du Cedoc aux élèves

Dans l'ensemble, les professeurs interviewés pensent que la présentation théorique faite aux nouveaux élèves jusqu'à présent est, de manière générale, trop longue et inadaptée pour les besoins des élèves qui découvrent le Cedoc. Celui-ci est perçu par eux avant tout comme un outil et la présentation devrait surtout expliquer comment s'en servir.

Deux des professeurs ont insisté sur la nécessité de clarté et de simplicité des messages de la présentation. Pour eux, il est inutile d'expliquer le système de cotation ou le règlement, mais il serait plus profitable pour les élèves de voir l'exécution d'une recherche. Ils pensent que les élèves sont « inattentifs » ou « qu'ils n'écoutent plus au bout de dix minutes ». Au choix, ils opteraient pour une présentation courte suivie d'exercices pratiques. Un professeur pense qu'il serait judicieux de faire ces exercices par petits groupes de deux à trois élèves au maximum. En fait, ils trouvent que la présentation du Cedoc devrait être une base « sur laquelle ils pourraient ensuite construire ».

En raison du renouvellement important des élèves au cours des trois années d'étude à l'ECG, beaucoup d'entre eux ne bénéficient pas de la présentation du Cedoc effectuée en première année. Par conséquent, beaucoup d'élèves leur disent ne pas savoir faire des recherches.

C. Les résultats de l'enquête

Il est important de signaler que le temps imparti pour la création du questionnaire était beaucoup trop court en raison des contraintes imposées par l'école. Bien que nous ayons obtenu un délai supplémentaire de deux semaines, il nous paraît évident qu'une telle analyse devrait être menée avec plus de temps.

Nous avons sollicité l'aide des enseignants pour effectuer notre enquête (cf. annexe 6). Le questionnaire que nous avons élaboré a été distribué à 4 classes. Nous avons récolté 50 questionnaires dont 29 proviennent d'élèves de première année et 21 d'élèves de deuxième année. Nous nous sommes volontairement limités aux deux premières années (nous avons dans un premier temps comme objectif de créer une présentation du Cedoc destinée uniquement aux groupes de première et de deuxième années), bien qu'il eut été intéressant de questionner également les élèves de troisième année, les classes d'insertion et celles du soir pour obtenir un panorama complet des opinions des utilisateurs du centre de documentation. Nous avons profité des débuts de cours pour présenter le questionnaire à la classe et le faire remplir. Notre mandante s'en est également chargée. Les résultats sont présentés en annexe (cf. annexe 7)

A propos de la fréquentation du Cedoc, nous constatons que les élèves s'y rendent de façon régulière. Les élèves de deuxième année vont un peu plus souvent au centre de documentation que ceux de première année. Ils se déplacent au Cedoc principalement dans le cadre d'un cours avec un professeur (surtout les premières années). Les horaires semblent satisfaire une majorité des usagers.

On remarque que les élèves donnent une appréciation moyenne concernant l'aspect de la bibliothèque. Les espaces les plus utilisés sont dans l'ordre : la grande salle de travail, le local de la photocopieuse, les petites salles de travail et enfin le coin lecture. Il ne semble pas manquer de places de travail, excepté pour l'utilisation d'Internet. Cette remarque est ressortie de manière récurrente des questionnaires, tout comme des interviews. Les conditions de travail sont évaluées par les utilisateurs entre moyennes et bonnes.

Nous avons demandé si les élèves trouvaient les bibliothécaires accueillants et disponibles. Les réponses ont été mitigées. Plus d'un tiers des élèves n'ont pas répondu de façon claire : soit "oui et non", soit aucune réponse. Les deuxièmes années trouvent les bibliothécaires un peu plus accueillants que les premières années qui répondent majoritairement de manière négative. Leur disponibilité est mieux jugée que l'accueil, de même que la satisfaction aux demandes précises. Nous pouvons tirer la conséquence suivante au niveau de l'élaboration du questionnaire : il faudrait que l'utilisateur puisse donner une appréciation plus modulée, par exemple en pourcentage. En effet, l'accueil dépend non seulement de diverses situations, mais également d'interactions entre des personnalités très différentes qu'il est difficile d'appréhender de façon catégorique. Il y aurait cependant quelque chose à faire par rapport à l'accueil en soi, mais également par rapport à l'image que les élèves se font des bibliothécaires.

Les ressources documentaires les plus fréquemment utilisées sont dans l'ordre : Internet, les livres documentaires, les ouvrages de référence, les dossiers documentaires, les journaux, puis les disques compacts. Il est intéressant de constater qu'Internet dépasse largement les ouvrages de référence. La majorité des utilisateurs consulte de préférence les documents sur place plutôt que de les emprunter (ce que nous ne pouvions pas évaluer à partir des statistiques de prêt). Les collections leur semblent majoritairement peu actuelles, mais intéressantes et utiles pour leurs besoins en matière de cours ou d'intérêts personnels.

En ce qui concerne l'utilisation du catalogue Bibal, on constate un très net décalage entre les premières et les deuxièmes années. Les élèves de deuxième année disent se débrouiller plutôt bien avec Bibal, tandis qu'une part importante d'élèves de première année ne sont pas du tout à l'aise avec l'utilisation du catalogue informatique, ce qui était déjà perçu par les professeurs dans les interviews. Une très grande majorité d'élèves (première et deuxième années) dit par contre utiliser Internet sans difficulté. Quand nous posons la question de l'opportunité de recevoir une formation pour Bibal ou Internet, la majorité des utilisateurs répond de manière négative.

L'orientation dans le centre de documentation lors de la recherche de documents semble difficile pour plus de la moitié des élèves. Là encore, les professeurs nous avaient déjà signalé ce fait. Les panneaux d'information situés à l'entrée du Cedoc et dans le local de la photocopieuse ne sont presque pas consultés, tout comme les nouveautés exposées. Une petite moitié des utilisateurs souhaiteraient plus d'animation (expositions...) dans la bibliothèque, mais presque aucun élève ne désirerait y participer activement en proposant par exemple des thèmes. Enfin, 80% des utilisateurs ont accès à Internet depuis chez eux, mais aucun ne consulte BibalWeb.

La dernière question (ouverte) permettait aux élèves d'exprimer librement leurs remarques et leurs suggestions concernant le Cedoc. Quarante trois élèves sur cinquante ont répondu. La préoccupation principale semble être le manque de postes Internet, ce qui avait déjà été souligné auparavant. La seconde est liée à l'accueil des bibliothécaires qui devrait être amélioré. La troisième récrimination concerne le classement des documents et la signalétique. D'autres réponses varient entre « tout changer », « rien changer », le confort, la décoration et le renouvellement des collections (disques compacts et DVD). On trouve également trois personnes qui souhaiteraient un espace fumeur.

3.2.3. Analyse externe

L'analyse du SID et de ses relations avec ses usagers, aussi importante soit-elle, ne suffit pas à déterminer une démarche marketing efficace. Il faut aussi examiner le SID dans son environnement, c'est-à-dire déterminer quels sont ses tutelles, ses partenaires et son environnement régulateur (normes, conjoncture...)⁶. Cette analyse externe a pour objectif « [...] de repérer l'ensemble des acteurs ayant une influence sur l'activité du service d'information, et d'analyser les positions respectives et les relations de ces acteurs avec le service d'information et entre

⁶ La concurrence est assez réduite pour un SID scolaire. C'est pourquoi nous ne développerons pas cet aspect de l'environnement externe. En effet, d'une part, son public est captif, d'autre part, le contexte des SID scolaires pousse plutôt ces derniers vers le partenariat. Par contre, nous signalons la concurrence indirecte que représente Internet. Ce dernier devrait faire évoluer les pratiques professionnelles, notamment dans la formation des utilisateurs à l'évaluation et la sélection de ce type de ressources utilisées dans la préparation des travaux scolaires.

eux. » (Muet et Salaün, 2001). Ainsi, elle peut mettre en lumière la complexité de l'organisation et des rapports à l'intérieur de l'environnement fonctionnel du SID.

Deux réseaux composent l'environnement fonctionnel du Cedoc : les tutelles (qui financent le Cedoc et avec lesquelles sont négociées les orientations du service), les partenaires et les fournisseurs (qui entretiennent des relations avec le Cedoc ou qui influencent son fonctionnement).

A. Les tutelles

Le Cedoc entretient un réseau complexe et imbriqué de dépendances avec ses tutelles. D'une manière générale, le contrôle et les orientations du Cedoc dépendent des orientations pédagogiques et des besoins d'information fixés par la Direction de l'ECG Jean-Piaget et, donc, par le Département de l'Instruction Publique.⁷ Selon les domaines, la responsabilité tutélaire varie. Soit la Direction de l'ECG Jean-Piaget, soit le DIP ou les deux conjointement détiennent un pouvoir de décision et de contrôle.

La Direction de l'ECG Jean-Piaget

Au niveau de la gestion, la Direction attribue au Cedoc son budget d'acquisition et valide la réquisition pour les périodiques. Néanmoins, la répartition de ce budget est du ressort du Cedoc lui-même, selon un accord tacite avec la Direction. Selon cette dernière, le Cedoc a un rôle important à jouer dans l'école, ce qui lui permet de bénéficier d'un budget conforme à ses besoins.

La gestion du personnel est du ressort de la Direction. C'est cependant la responsable du Cedoc qui mène les pré-évaluations et détermine le choix pour les engagements.

⁷ Il n'existe pas de texte officiel concernant le mandat et les missions des SID scolaires genevois. Ceux-ci se basent sur la loi sur l'instruction publique (art 4 et 44 al.2). Cependant, le Cedoc a décrit lui-même ses missions dans un document maison (cf. rubrique « la politique mise en place » de l'analyse interne, p. 37).

Pour évaluer le Cedoc et son activité, la Direction de l'école dispose du rapport annuel (cf. annexe 8). L'évaluation du personnel lui est également dévolue.

Comme nous l'avons vu précédemment, le choix des acquisitions est fait par le Cedoc. Il ne semble pas y avoir de dissension à ce sujet avec la Direction. Une collaboration entre la Direction, les professeurs et le Cedoc existe, par exemple dans les propositions d'achat de disques compacts, CD-ROM et DVD et dans le choix des abonnements en fonction de leur valeur pédagogique ou des intérêts de chacun. Certaines situations délicates sont également tranchées en coopération. Par exemple, la Direction et une professeure d'histoire ont été sollicitées dans un cas de suspicion de prosélytisme religieux concernant un don de livres. Après un examen attentif de ces ouvrages, ils ont été rendus au donateur.

Les relations avec la Direction sont bonnes. La communication est essentiellement orale et personnalisée (pas d'échange de notes de service). Des deux côtés coexiste un souci constant de garder contact. Par exemple, la Direction a demandé aux bibliothécaires de préparer une note sur l'utilisation du Cedoc destinée aux professeurs. Cependant, le Cedoc n'est pas toujours associé directement au plan de développement ou aux dossiers stratégiques de l'école. Cela ne l'empêche pas d'essayer de s'adapter aux particularités des filières de son établissement (par exemple, adapter ses collections à des publics particuliers comme les « classes d'insertion » en choisissant des livres d'accès assez facile).

Le Département de l'Instruction publique (DIP)

La structure du DIP est complexe. Les services suivants sont présentés en fonction de leurs relations avec le Cedoc. C'est pourquoi, ils sont exposés de manière exhaustive, notre but n'étant pas d'expliquer le fonctionnement complet du DIP.⁸

La Direction Générale de l'enseignement du Post-Obligatoire (DGPO)

La DGPO est la structure contrôlant les bibliothèques du Post-Obligatoire dont fait partie le Cedoc. Elle gère également le budget multimédia des bibliothèques dont le logiciel Bibal.

⁸ Pour plus d'informations, consultez l'organigramme du DIP à l'adresse suivante : <http://www.geneve.ch/dip/organigramme.html> (page consultée le 18 décembre 2003)

Tout comme la Direction de l'ECG Jean-Piaget, la DGPO dispose du rapport annuel pour évaluer le Cedoc et son activité.

La Division des ressources humaines du DIP

Cette division détermine le nombre de postes attribués en terme de personnel pour chaque bibliothèque. Après avoir transité par la DGPO, les contrats sont traités par la Division des ressources humaines du DIP. Par conséquent, établir le contrat d'un nouveau collaborateur représente un long cheminement fastidieux, caractéristique de grandes structures publiques très formalisées comme l'Etat de Genève, et demande de la patience.

Le service administratif et financier du DIP

Ce service est chargé du salaire des bibliothécaires qui est compris dans le budget « ressources humaines » de l'ECG Jean-Piaget.

B. Les partenaires

Selon Jean-Michel Salaün, un réseau de coopération augmente automatiquement la potentialité du service rendu à l'utilisateur (Salaün, 1996). Hormis sa collaboration avec le Groupe des bibliothécaires du post obligatoire, le Cedoc gagnerait à intensifier ses coopérations avec d'autres SID, mais également avec les professeurs de l'ECG Jean-Piaget dans le but d'inciter les élèves à mieux utiliser ses services et aussi d'optimiser son image.

L'ECG Jean-Piaget

Le Cedoc participe ponctuellement aux activités de l'Ecole et à ses manifestations (par exemple, la Fête de l'Escalade, les 25 ans de l'Ecole ou l'accompagnement d'un groupe d'élèves au Musée d'art moderne à Lausanne). Il collabore avec le groupe santé et psychologie de l'école dans l'élaboration d'expositions se tenant dans ses locaux.

Comme nous l'avons vu dans l'analyse interne, certains professeurs (présidents de groupe de droit, allemand et anglais) participent au désherbage et font

régulièrement des propositions d'achat pour renouveler les collections. Ils contribuent au choix des abonnements. Un dépouillement des articles par le Cedoc se fait en fonction des disciplines enseignées, mais aussi des centres d'intérêts des professeurs et des élèves. Les dossiers constitués de cette manière sont souvent appréciés pour leur valeur documentaire.

Le Cedoc collabore également avec certains professeurs sur des objectifs pédagogiques ou promotionnels précis (proposition d'articles en allemand, sélection de livres de fiction français et promotion de la lecture). De plus, les bibliothécaires s'associent avec ces derniers dans la préparation des travaux de diplôme des élèves de deuxième année. Le but est de former les élèves à une recherche plus ciblée. Le Cedoc devient ainsi un passage obligé pour les élèves. Cependant, certains professeurs n'utilisent jamais le Cedoc pour leurs cours ou leurs intérêts personnels. Il est probable qu'un certain nombre d'entre eux ne doit pas préconiser aux élèves l'utilisation de ce dernier, même comme appoint.

L'assistant des moyens audiovisuels de l'école

Cette personne s'occupe principalement du prêt et de l'entretien du matériel audiovisuel utilisé au Cedoc (rétroprojecteur, lecteur VHS, etc.).

Le Centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant

Ce centre de documentation collabore de manière informelle avec le Cedoc sur des problématiques communes (Nouveau diplôme ECG ou Commission Motdip).

Le Groupe des bibliothécaires du post-obligatoire

Ces bibliothèques limitent leur collaboration à l'échange sporadique d'expositions et, comme nous l'avons vu plus haut, à des rencontres régulières pour échanger des expériences sur les problèmes spécifiques aux bibliothèques de ce type : position du centre de documentation dans l'établissement, réévaluation de la fonction du bibliothécaire scolaire, remplacement du logiciel Bibal, formation des apprentis, formation continue, participation à des manifestations du type de la « Fureur de lire », etc.

Le Centre de ressources et de documentation pédagogiques (CRDP)

Ce centre prête des documents multimédias par l'intermédiaire du Cedoc pour les professeurs ou les élèves.

La Gestion informatisée des bibliothèques du post-obligatoire (GIBIPO)

La GIBIPO est le service responsable de la gestion et de la coordination des tâches informatiques communes aux bibliothèques de l'enseignement genevois post-obligatoire⁹. Elle met à jour les bases de données à un rythme bisannuel (Bibalweb), contribue au développement et aux projets informatiques tels que le changement prochain du logiciel Bibal, s'occupe de bouquet de liens et tient les statistiques de BibalWeb, gère les pannes informatiques, assure la formation des nouveaux bibliothécaires sur Bibal, etc. C'est à lui que s'adresse les bibliothécaires pour modifier le contenu de leur site. Tout comme les tutelles, il reçoit le rapport annuel du Cedoc.

C. Les fournisseurs

Les fournisseurs interviennent dans la fourniture de l'infrastructure du Cedoc et, conjointement avec les partenaires, dans la constitution des collections.

L'Economat cantonal

L'Economat cantonal est la centrale d'achat pour l'Etat de Genève. Il est en quelque sorte l'intermédiaire avec les distributeurs. Il traite toutes les commandes aux fournisseurs, par réquisition ou commandes normales : de périodiques, de livres, de moyens audio-visuels, ainsi que du mobilier.

Les commerces genevois

Le Cedoc, comme bon nombre de bibliothèques, s'est créé un réseau de librairies et de disquaires genevois chez qui il se fournit régulièrement. Il lui arrive aussi de faire appel ponctuellement à des librairies spécialisées (BD, etc.) pour enrichir ses collections.

⁹ Pour plus d'informations, consulter leur site : <http://wwwedu.ge.ch/dip/biblioweb/gibipo>

D. L'environnement régulateur

Le Cedoc évolue dans un environnement institutionnel stable où les échanges, même informels, sont bien réglés. Il dispose d'un public constant et captif. En outre, il évolue dans une conjoncture économique stabilisée puisque son budget ne subit pas de restriction.

Comme tout SID, le Cedoc doit faire face au développement du numérique. En effet, cette évolution n'est pas sans conséquence sur l'organisation du travail des bibliothécaires scolaires et sur leur offre de services. Avec l'utilisation récurrente de médias électroniques comme Internet par les élèves, le Cedoc a dû ménager des conditions d'utilisation particulières qui ne sont pas encore optimales (file d'attente devant les ordinateurs lors de cours, manque de pertinence des élèves dans la sélection et l'évaluation de sites ou de pages Web pour les travaux scolaires, etc). A ce propos, le Cedoc ajouterait une plus-value à ses services (et par conséquent, augmenterait sa visibilité et améliorerait indirectement son image) en proposant un choix de liens vers des outils documentaires utiles aux élèves pour leurs travaux.

Le Cedoc a dû également s'adapter à l'évolution de la loi sur les droits d'auteur (LDA). Ainsi, il s'est séparé de copies de documents audio, ce qui n'était plus autorisé par la nouvelle loi. Egalement, toute nouvelle copie définitive d'émission radiophonique ou télévisée doit être annoncée à la GIBIPO qui s'occupe de régler les droits d'auteurs (via le DIP et « Suissimage »). Les enregistrements effectués jusqu'au 1^{er} août 1995 bénéficient cependant d'une amnistie générale. Pour les documents achetés dans le commerce, les droits sont déjà payés au moment de l'achat.

Les normes utilisées sont celles destinées aux bibliothèques scolaires (CLP). Concrètement, la responsable ne consulte et n'utilise pas de normes particulières. Elle préfère collaborer de manière informelle via un réseau de collègues. Ainsi, lorsqu'un problème se pose, elle leur téléphone, car elle connaît les compétences spécifiques de chacun.

3.2.4. Nos suggestions

A partir de ce que nous avons vu jusqu'à présent, et avant d'entamer le diagnostic, puis de proposer une stratégie, nous constatons que quelques améliorations concernant l'analyse marketing pourraient être apportées au Cedoc et à son fonctionnement. Les différentes suggestions proposées ci-dessous sont inspirées des quelques exemples que nous retrouvons dans la littérature professionnelle, ainsi que des visites effectuées dans d'autres centres de documentation scolaires comme le Centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant, celui du Collège et Ecole de Commerce (CEC) André-Chavanne et de la Cyberthèque de ce même collège.

Selon Gerber (1995), « la bibliothèque ne doit donc pas uniquement représenter à leurs yeux [les élèves] un lieu calfeutré d'étude et de travail, mais aussi un lieu de détente, de jeu et de rencontre, souvent animé ». Sur ce point, des solutions pourraient être trouvées pour rendre le Cedoc davantage accueillant. Des couleurs plus attrayantes apporteraient une touche agréable à ce lieu, de même que des plantes vertes. De plus, le coin lecture pourrait être modifié en remplaçant, par exemple, les fauteuils par des canapés plus confortables. Les collections pourraient aussi être organisées différemment, en commençant par isoler les romans des documentaires ou en créant un classement par « centres d'intérêt ». Le classement actuel correspond cependant à un choix délibéré des bibliothécaires qui estiment que la séparation entre les romans et les autres matières se justifie plutôt dans le cadre d'une bibliothèque de niveau cycle d'orientation ou d'une bibliothèque municipale. Ils préfèrent pour leur part préparer leurs élèves à l'utilisation de bibliothèques de type HES.

Une **signalétique** cohérente doit permettre une orientation efficace. Celle du Cedoc pourrait être améliorée pour permettre aux élèves de mieux la comprendre. Par exemple, même s'ils ne sont pas pleinement satisfaits de leur signalétique, les bibliothécaires du centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant utilisent un système de couleurs afin de différencier chaque grande classe de la CDU.

La mise en valeur des **nouveautés** n'est pas assez prononcée. Par exemple, les ouvrages pourraient être rassemblés par thème et accompagnés de descriptifs, de résumés et de bandes de couleur pour attirer le regard des élèves.

Aucune **animation** n'est organisée au sein même du Cedoc. Les bibliothécaires pourraient envisager d'inviter des auteurs, des illustrateurs, des journalistes ou encore des conteurs. Cela se fait en effet de plus en plus souvent dans les bibliothèques scolaires. Par exemple, depuis deux ans, le Centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant invite à chaque Noël un conteur semi-professionnel. C'est aussi l'occasion de rencontrer les élèves autour d'un buffet après la lecture de contes. Cette activité a d'ailleurs été appréciée par l'ensemble des participants, selon le bibliothécaire interviewé. Les idées ne manquent pas dans l'équipe du Cedoc (une des bibliothécaires avait pensé inviter un auteur de bandes dessinées), mais elles ne sont malheureusement pas réalisées par manque de temps ou de priorités qu'on leur accorde.

En ce qui concerne les **expositions**, il serait judicieux d'intégrer des concepts interactifs qui font appel à la créativité des élèves. Par exemple, le Centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant a proposé à ses élèves de participer au thème « Qu'est-ce que le bonheur ? » par des dessins et des graffitis sur des panneaux placés à cet effet à l'entrée de leur centre de documentation.

Par rapport à **Internet**, nous constatons une lacune chez les élèves au niveau de la méthodologie de recherche. Les bibliothécaires pourraient donc leur fournir des pistes de recherche en créant des bouquets de liens Internet. De plus, cela augmenterait la visibilité et améliorerait l'image du Cedoc auprès de ses publics. Les élèves du CEC d'André-Chavanne bénéficient déjà de ces différents outils qui sont fournis par la Cyberthèque, ainsi que d'une aide à la constitution de bibliographies et de sujets documentaires. En raison de problèmes techniques (une seule et même configuration pour tous les postes de l'Ecole), le Cedoc ne peut pas démarrer sur sa page d'accueil. Il se trouve pour le moment il se trouve sur celle du DIP. Ce problème pourrait cependant être résolu en collaboration avec le

responsable informatique de l'ECG qui créerait une icône de démarrage pour le Cedoc.

Enfin, il est important que la **collaboration avec les professeurs** se développe davantage. Certains d'entre eux s'impliquent malheureusement encore peu dans les activités du Cedoc et n'encouragent pas assez leurs élèves à utiliser ses ressources. Une meilleure collaboration permettrait de faire connaître indirectement le travail des bibliothécaires et d'améliorer leur image, ainsi que celle du Cedoc. Par exemple, au centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant, une collaboration fructueuse a été menée avec les professeurs concernant l'élaboration d'un fascicule « Nos livres de chevet » (édité en 2001) contenant des résumés d'ouvrages que ces derniers avaient particulièrement aimés ou qu'ils trouvaient intéressants de faire partager aux autres usagers de leur école.

3.2.5. Diagnostic

Ce qui semble manquer le plus au niveau du matériel à disposition, ce sont des postes Internet. Malheureusement, la surface ne permet pas un accroissement du parc informatique. Il faudrait par contre que les bibliothécaires réfléchissent à une éventuelle collaboration avec des professeurs en utilisant les salles informatiques à disposition.

Après ces différentes analyses, nous pouvons cependant établir quelques constantes qui apparaissent de manière transversale.

A. La formation

Quand nous interrogeons les élèves, nous constatons une méconnaissance importante du catalogue Bibal qui est cependant la porte d'accès principale aux collections. La recherche sur Internet est beaucoup plus sollicitée, même si la méthodologie de sélection et de validation de l'information n'est pas forcément intégrée par les élèves. Nous pouvons redouter que les élèves se servent de l'outil Internet comme d'une échappatoire à une organisation qui leur semblerait trop complexe, ce qui les empêcherait de participer activement à la vie du Cedoc. Il paraît donc primordial de renforcer la formation des utilisateurs. A ce titre, nous constatons que la collaboration entre les professeurs et les bibliothécaires pourrait être améliorée, toujours dans le but de mieux former les élèves à l'utilisation des ressources à disposition.

B. La communication

S'il fallait définir le public du Cedoc, nous pourrions dire qu'il est actuellement un public relativement passif, plus proche d'un consommateur que d'un acteur au sein de la bibliothèque. Cela nécessite donc un grand dynamisme de la part des bibliothécaires qui doivent aller à sa rencontre par différents biais (animations, expositions, etc.).

L'accueil est également un besoin qui a été souligné par les élèves. La qualité de l'accueil n'est pas seulement liée à des conditions relationnelles, mais également à la décoration du lieu (plantes, affiches...) qui peut sensiblement améliorer l'image de la bibliothèque. Le travail des bibliothécaires devrait également être mieux mis en valeur auprès de ses publics et de la Direction.

C. La signalétique

Au niveau de l'organisation des collections, nous constatons que les élèves ont de la peine à s'orienter dans le classement actuel. La signalétique en place n'apparaît pas non plus comme un outil d'orientation suffisamment développé et les panneaux d'information ou les nouveautés ne sont pas beaucoup consultés. Il faudrait la repenser de façon globale, de manière à pouvoir mieux différencier les niveaux d'information.

3.2.6. Stratégie

Dans la réflexion stratégique qui clôt l'analyse marketing, le centre de documentation doit se situer par rapport à sa tutelle, ses partenaires et ses publics. En affirmant son identité, le centre de documentation décide également de se placer dans un créneau bien spécifique et de cibler sa « clientèle » parmi tous les utilisateurs potentiels.

A. Le positionnement

Dans la situation qui nous intéresse, le Cedoc n'a pas vraiment à se mettre en position de concurrence avec une autre institution poursuivant les mêmes buts. Si sa marge de manœuvre n'est pas très grande, son positionnement est cependant très clairement défini. Il doit s'appuyer sur les missions qui lui ont été assignées par sa direction. Il doit également satisfaire les besoins et les attentes des élèves.

B. Le ciblage

Les utilisateurs du Cedoc sont dits « captifs » (pas d'utilisateurs extérieurs et donc pas de possibilité d'élargir le public). En ce qui concerne les usagers, nous avons

pu constater que les élèves de première année sont moins à l'aise avec les recherches dans les collections que ceux de deuxième année. On peut cependant dire qu'une majorité des élèves (première et deuxième années) est relativement passive. En effet, ils ne souhaitent pas (sauf quelques exceptions) proposer des thèmes d'exposition, y participer ou encore suivre une formation alors qu'elle paraîtrait utile, si ce n'est indispensable. Le problème est que l'organisation actuelle des collections nécessite une attitude active de la part des usagers. « L'utilisateur passif est sensible à l'effort à faire (physique ou intellectuel) pour obtenir le service ; il évalue le risque de ne pas y arriver. Ceci signifie aussi qu'il convient de faire appel largement aux principes d'ergonomie en ce qui concerne le support physique du service. » (Sutter, 1994). Notre stratégie marketing vise principalement les élèves de première et de deuxième années, ainsi que les professeurs en tant que relais ou utilisateurs.

C. Le scénario

Vis-à-vis des élèves, il semble judicieux de développer un rôle de « conseiller et de méthodologue ». C'est la possibilité, d'une part, de se redéfinir par rapport à la mission pédagogique et, d'autre part, cela permettrait de mettre en valeur les compétences des bibliothécaires à travers une offre de services élargie. Il est important dans ce contexte de développer une formation spécifique pour accompagner les élèves dans la recherche et la sélection d'informations pertinentes.

Il faudrait intensifier la collaboration avec les professeurs, toujours dans le but d'aider les élèves à mieux utiliser les ressources du Cedoc. Diverses actions de communication pourraient être mises en place à cet effet.

Dans cette perspective, nous développerons les trois axes qui nous semblent les plus importants, à savoir : la formation, la communication et la signalétique.

4. La formation (deux projets)

4.1. Présentation du Cedoc aux nouveaux élèves

Le module de présentation du Cedoc aux nouveaux élèves a été conçu lors de l'étape 4 (cf. méthodologie : projet exploratoire) durant les mois de juin et juillet 2003, car il s'agissait pour les bibliothécaires d'une priorité. En effet, Il fallait remplacer la présentation vidéo existante, obsolète depuis longtemps pour la rentrée scolaire 2003-2004. Cette nécessité découle également du diagnostic de notre analyse marketing et se profile dans l'axe de développement de la formation donnée aux élèves.

Objectifs de la présentation

Au terme de la présentation, l'élève doit être capable de :

- comprendre le fonctionnement général du Cedoc et ses buts
- s'orienter dans le Cedoc
- connaître quelques ressources à disposition
- comprendre le fonctionnement de Bibal (auteur, titre, sujet)
- retrouver le document souhaité dans les rayons

4.1.1. Description du projet

Nous avons conçu un module de présentation du Cedoc d'une trentaine de minutes sous la forme d'un fichier PowerPoint composé de 28 diapositives (cf. annexe 10). Il comprend de nombreuses photographies, des tableaux et une carte qui illustrent, complètent et égayent la présentation. Les animations, l'ordre des diapositives et leurs contenus peuvent facilement être modifiés par le/la bibliothécaire qui fait la présentation en fonction de ses besoins. Nous avons évité de faire un simple « bloc-note », mais plutôt de créer une complémentarité entre visuel et parlé. En effet, trop de présentations PowerPoint ressemblent à des aide-mémoire utiles pour la personne qui effectue la présentation, mais ne sont en revanche pas adaptées au public. L'avantage du logiciel PowerPoint est sa plasticité qui permet la création de fichiers modifiables à volonté. Ainsi, une

présentation qui n'a pas de forme rigide représente un avantage important en cas de changement des conditions d'utilisation du Cedoc ou de son activité.

Nous avons divisé la présentation en différentes parties correspondant à des thèmes jugés pertinents et ordonnés selon notre synopsis (cf. annexe 9).

4.1.2. Elaboration du projet

Tout d'abord, nous avons réfléchi à la forme globale de la présentation du Cedoc. Dans l'idéal, nous aurions souhaité qu'elle se fasse par petits groupes d'élèves. Malheureusement, il n'était pas possible d'avoir de demi-classes pour des raisons logistiques (en séparant les classes en deux, le nombre de présentations passe de 23 à 46!). Notre souhait était de proposer une visite guidée des locaux, ainsi que des exercices pratiques pour concrétiser les notions vues dans la partie théorique de la présentation. Cependant, nous avons dû tenir compte des contraintes liées aux conditions de travail des bibliothécaires. Faute de personnel, par manque de temps et en raison du nombre important de classes de première année, les visites en groupe des locaux du Cedoc n'ont plus lieu depuis plusieurs années. Quant aux exercices pratiques, ils étaient, jusqu'à présent, organisés par les professeurs en fonction de leur disponibilité.

Ensuite, nous avons déterminé les éléments pratiques de la présentation, tels que sa durée, le nombre de ses participants, ses étapes et les objectifs à atteindre en terme de formation. Elle doit durer au maximum 45 minutes (la durée d'un cours), mais en la raccourcissant, les élèves peuvent parcourir individuellement le centre de documentation. Nous avons mené une réflexion sur l'explication de la classification Dewey donnée aux élèves. Nous avons cherché un autre exemple que le classique toucan (dont les parties du corps représentent les grandes classes). Nous avons pensé à une ville partagée en quartiers qui sont à leur tour divisés en rues numérotées. Dans le module, nous avons également réfléchi à la position de la démonstration de la recherche dans le catalogue du Cedoc. Nous trouvions plus adéquat de la situer après la théorie. Enfin, afin de rendre la présentation

attrayante sans la surcharger et ne pas rendre son utilisation lourde par le/la bibliothécaire, nous avons essayé de l'animer avec soin et simplicité.

Puis, nous avons rédigé un synopsis en fonction de nos objectifs et nous avons établi une liste de photographies à prendre. Ce synopsis a été approuvé par notre mandante. C'est alors que nous avons débuté les prises de vue, traité les photographies sur Photoshop et finalement créé le module de présentation du Cedoc sur PowerPoint. Le résultat a été à nouveau présenté aux bibliothécaires pour connaître leurs avis, désirs ou critiques. Des corrections ont donc été apportées par la suite.

Une réflexion a été menée pour savoir s'il était préférable ou non d'introduire la présentation par un plan. Après discussion avec notre mandante, nous avons décidé de ne pas retenir cette idée. En effet, il pourrait constituer un élément trop formel qui dissiperait rapidement l'attention des élèves.

Dans cette présentation, nous avons privilégié les informations mettant en avant les possibilités offertes par le Cedoc. En effet, toutes les informations liées au règlement apparaissent dans le guide du lecteur distribué en fin de présentation. Nous n'avons cité que les plus importantes pour alléger le contenu. L'avis donné par les professeurs interviewés nous a confortés dans notre choix (la partie théorique doit être limitée sinon les élèves ne suivent plus). Enfin, nous avons fait attention au vocabulaire utilisé afin qu'il soit compréhensible pour les élèves. Par exemple, nous avons employé le terme de « revue » au lieu de « périodique ».

Pour délimiter notre premier module, nous avons également tenu compte du deuxième module destiné aux élèves de deuxième année qui traite de la recherche sur Bibal et de l'utilisation des ouvrages de référence. Nous ne voulions pas que ces deux modules se chevauchent, mais qu'ils forment deux paliers successifs menant l'élève vers une autonomie documentaire.

4.1.3. Difficultés et solutions

A plusieurs reprises, nous avons emprunté un appareil photographique numérique au service informatique de la HEG. Son utilisation est à la base relativement simple. Cependant, nous avons rencontré diverses difficultés techniques : problèmes de batterie, utilisation incontrôlable du flash, problèmes de luminosité du Cedoc, conversion des images numériques, etc. Il faut ajouter à cela que nous n'avons pas à proprement parler de compétences artistiques. Comme nous manquions de pratique, les photographies étaient parfois floues et mal éclairées, notamment en raison de l'utilisation du flash. Cependant, nous avons pu bénéficier de divers conseils pratiques donnés par les informaticiens de l'école, qui nous ont toujours très bien reçus.

Pendant la période d'examens et de vacances scolaires, nous avons dû nous contenter d'un Cedoc vide. De même, l'installation de nouveaux ordinateurs ne nous a pas permis de photographier des postes Internet connectés. Par conséquent, plusieurs photographies de la présentation ont été refaites au début du mois de septembre pour bénéficier de la présence des élèves.

Il nous a également fallu du temps pour nous approprier le logiciel PowerPoint que nous n'avions utilisé que brièvement auparavant, (comme indiqué dans la partie méthodologie).

4.1.4. Conclusion du projet

La présentation aux nouveaux élèves du Cedoc a pu être faite à la rentrée 2003-2004. Elle a reçu de nombreux échos positifs de la part des professeurs et une attention particulière de la part des élèves. Comme il s'agit d'une sensibilisation aux ressources du Cedoc, nous trouvons qu'il est plus intéressant d'évaluer le module lors d'une évaluation générale, dans une perspective globale et non pas en tant que tel

4.2. Formation à la recherche sur Bibal et à l'utilisation des ouvrages de référence

La première formation des utilisateurs visait les élèves de première année. Elle devait principalement leur faire prendre conscience des ressources à disposition et leur permettre de les utiliser. Au terme de cette première présentation, les élèves devaient théoriquement être capables de s'orienter de façon autonome dans le centre de documentation et de comprendre le fonctionnement de Bibal. Cependant, aucun travail pratique n'a été effectué par les élèves. Ce second module vient donc consolider la première présentation en approfondissant certains objectifs. De plus, il fait l'objet de notre quatrième projet de communication (cf. point 5.4, page 81) dont l'objectif est de convaincre les enseignants des avantages pour les élèves de participer à cette formation.

La seconde formation vise les élèves de deuxième année qui doivent entamer une recherche d'informations pour leur travail de diplôme. En effet, cette année, les élèves de troisième année font partie de la première volée à effectuer un travail personnel qui couronne leurs trois années passées à l'ECG. Ce travail implique pour la plupart des étudiants la rédaction d'un texte documenté. Après quelques discussions avec des professeurs et en se basant sur les interviews effectuées dans l'étape deux, il ressort que les élèves auraient besoin d'une méthodologie concernant la recherche documentaire. En effet, de nombreux élèves ne savent visiblement pas sélectionner les informations de manière pertinente et/ou ne sont pas habitués à citer leurs sources. Les professeurs perdent ainsi un temps précieux pour comprendre la démarche de travail de l'élève. De plus, si les élèves paraissent maîtriser la recherche sur Internet, ceux de première année ne se débrouillent pas suffisamment bien avec le catalogue sur Bibal et s'orientent dans le Cedoc avec quelques difficultés.

Dans cette situation, nous sommes à la frontière entre la formation instrumentale qui vise à donner à l'élève des outils documentaires et la formation

méthodologique qui doit enseigner en quelque sorte une façon de travailler. Il y a donc deux aspects à cette problématique : d'une part, l'aspect de formation documentaire qui correspond au champ d'action des professionnels de la documentation et, d'autre part, l'aspect pédagogique pur qui relève plus de la compétence des professeurs. Il paraît donc essentiel d'établir un partenariat avec les professeurs afin de définir les responsabilités de chacun et d'assurer une certaine cohérence dans le parcours de formation de l'élève. Bien entendu, il ne s'agit pas pour les bibliothécaires de s'approprier le travail des professeurs, mais plutôt de susciter une collaboration constructive facilitant le travail de chacun, en évitant ainsi toute collision de sens pour les élèves.

Objectifs de la formation

Après la formation, l'élève doit pouvoir :

- maîtriser la base de la stratégie de recherche (du général au particulier, en commençant par les ouvrages de référence pour affiner ensuite la recherche sur Bibal)
- connaître la localisation et la structure des ouvrages de référence
- faire une recherche sur Bibal en utilisant aussi la recherche par type de supports
- retrouver dans le Cedoc les documents sélectionnés sur Bibal

4.2.1. Description du projet

Nombre d'élèves potentiellement concernés

Environ 220 élèves sont actuellement en deuxième année, soit 13 classes. La formation se déroulera par petits groupes de dix élèves au maximum et se fera sur inscription. Nous pensons qu'environ 20% des élèves s'inscriront (44 élèves), ce qui permettrait de constituer entre quatre et cinq groupes.

Durée de la formation

Nous avons pris comme référence une heure de cours (45 minutes).

Nombre d'heures de formation par année

En reprenant la projection de 20% des élèves de deuxième année, nous pouvons évaluer le nombre d'heures de formation par année à environ cinq heures de cours maximum (cinq groupes de dix élèves). Il ne faut pas oublier le temps de préparation de la formation et donc compter à peu près le double (dix heures).

Période

Juste avant les vacances de Noël, les élèves de deuxième année suivent un premier « module d'aide méthodologique » avec leur maître accompagnateur respectif. La formation documentaire du Cedoc s'effectuera donc un peu plus tard, au cours des mois de janvier et de février 2004.

Inscription

L'inscription se fera directement auprès des bibliothécaires. Une lettre envoyée aux maîtres accompagnateurs les incitera à proposer la formation à leurs élèves (cf. annexe 11). Une petite affiche signalant la formation pourra également être placée au bureau d'accueil.

Produits utilitaires

Deux produits ont été élaborés pour faciliter la formation. Une liste d'une trentaine d'ouvrages de référence a été construite pour permettre aux bibliothécaires de proposer des sujets de recherche aux participants (cf. annexe 12). Un aide-mémoire a de même été réalisé pour rappeler aux élèves les étapes d'une recherche et quelques éléments importants (cf. annexe 13). Cet aide-mémoire est facilement modifiable et pourra intégrer dans le futur le nouveau logo du Cedoc. Il sera imprimé par les bibliothécaires en fonction des besoins.

Structure de la formation

La structure de la formation se compose de quatre parties et développe les points suivants : les ouvrages de référence, la présentation du classement des documents, la recherche sur Bibal, le bilan avec les élèves (cf. annexe 14).

4.2.2. Elaboration du projet

Lors d'une rencontre avec Madame F. Novel (Directrice adjointe), nous avons appris que les professeurs s'occupent, au moyen d'une aide méthodologique, de tous les aspects de sélection critique et de présentation des informations. Chaque maître accompagnateur suit au maximum six élèves ou quatre sujets (en cas de travaux de groupes). La tâche des bibliothécaires doit donc se limiter à fournir une aide instrumentale à la recherche documentaire.

Dans un premier temps, cette formation aux outils du Cedoc devait présenter les ouvrages de référence, la recherche approfondie sur Bibal et la recherche sur Internet. En accord avec notre mandante, nous avons abandonné la formation à la recherche sur Internet pour plusieurs raisons.

Premièrement, l'enquête effectuée auprès des utilisateurs au début de notre travail a mis en évidence qu'environ 90% des élèves étaient « à l'aise » avec cet outil. Un entretien avec Monsieur G. Scheller (Professeur d'informatique responsable d'une permanence d'assistance à Internet) nous a confirmé qu'il n'y avait quasiment pas de demande pour une telle formation. Par ailleurs, il propose de créer un module d'auto-formation accessible en ligne via la page du Cedoc qui permettrait tout de même de donner quelques conseils aux élèves en difficulté.

Deuxièmement, les difficultés rencontrées par les professeurs par rapport à Internet sont uniquement liées à des problèmes méthodologiques (la sélection des sources et l'utilisation des résultats par les élèves) et non pas à des questions de formation documentaire pure. Enfin, étant donné le peu de temps prévu pour cette formation, il n'aurait pas été très judicieux d'en surcharger le contenu. Nous avons préféré mettre en avant les objectifs prioritaires.

4.2.3. Conclusion du projet

Cette nouvelle formation ne démarrera qu'au mois de janvier ou février 2004. A ce moment, nous aurons déjà clos notre travail de diplôme. Nous n'aurons donc

malheureusement pas la possibilité de vérifier si les objectifs fixés ont bien été atteints.

Pour évaluer l'impact de la formation, les bibliothécaires se baseront sur les informations récoltées durant la phase de bilan, afin d'effectuer les réajustements nécessaires. Il sera intéressant d'écouter les remarques des élèves pour voir également si le type de la formation leur a convenu et si le temps imparti était trop long ou au contraire trop court.

Dans l'hypothèse (que nous n'espérons pas) où presque aucun élève ne s'inscrirait, il faudrait impérativement tenir compte du public qui est relativement passif et ne pas en déduire automatiquement qu'il n'y a pas nécessité de formation. Il faudrait alors persévérer et trouver un nouveau moyen de les amener à venir se former.

Concernant Internet, il est clair que le Cedoc devrait au moins avoir la possibilité d'afficher sa propre page Web sur les cinq postes qu'il possède. Quand cette condition sera remplie, il sera possible soit de créer, comme il a été suggéré, une formation en ligne ou tout au moins d'afficher les messages que les bibliothécaires veulent faire passer. En collaboration avec la personne responsable du site Web de l'école, on peut également imaginer d'offrir un bouquet de liens de sites Internet, une revue de presse, etc. Une collaboration avec la Cyberthèque du Collège André-Chavanne (qui propose sa base de données en ligne) pourrait être envisagée pour étoffer les ressources du Cedoc.

5. La communication : six projets pour promouvoir le Cedoc

Une stratégie de communication appliquée au Cedoc vise à faire connaître et à faire prendre conscience à ses publics de l'existence des produits et services mis à leur disposition, à valoriser ces derniers pour susciter leur intérêt et les encourager à les exploiter. La stratégie présentée ici se base sur le diagnostic de notre analyse marketing du Cedoc et s'inscrit dans cette démarche. Afin qu'elle soit efficace, nous envisageons des projets variés offrant une certaine complémentarité tant du point de vue des cibles que des services et produits. Ce parti pris nous semble le plus adéquat pour augmenter la visibilité du Cedoc et mettre en avant son dynamisme.

Il existe deux types de communication. La première se fait sur l'offre de service (ou communication produit). La seconde se réalise sur l'image du SID. Pour promouvoir et valoriser le Cedoc auprès de ses publics, nous envisageons une communication à ces deux niveaux. Les quatre premiers projets (élaborer une plaquette de présentation du Cedoc ; créer un logo ; organiser un apéritif et une présentation du Cedoc pour les nouveaux professeurs ; convaincre les maîtres accompagnateurs de l'utilité d'une formation documentaire pour les élèves de deuxième année) sont des plans de communication proprement dit, puisqu'ils délivrent un message sur l'identité du Cedoc ou sur ses services et produits. Les deux derniers projets (intensifier la fréquence des expositions ; améliorer la diffusion des dossiers documentaires thématiques par un bulletin bibliographique) concernent des services et produits déjà existants, que nous souhaitons développer pour, qu'en retour, ils contribuent à la promotion du Cedoc par la qualité de ce qu'ils proposent.

La communication se construit par rapport à une cible et des relais. Avec ces derniers, il vaut mieux privilégier des contacts personnels et réguliers par des rencontres directes, des dossiers et l'explication des projets en cours. Ainsi, nous avons rencontré certains d'entre eux pour faire avancer nos projets de création de

logo ou de plaquette de présentation du Cedoc. De plus, pour que la stratégie de communication choisie pour le Cedoc donne des résultats, il faudra que les bibliothécaires l'approuvent et qu'ils soient convaincus de son utilité pour faire avancer la réalisation des projets.

En résumé, au moyen de nos six projets, nous avons pour but de travailler sur l'image du Cedoc et sur sa fonction d'accueil, de communiquer sur la nécessité d'une formation documentaire élémentaire pour les élèves de deuxième année, de développer l'animation et l'offre de produits documentaires aux professeurs. Les six projets et leurs plans d'action présentés ci-après, déterminent les buts, les objectifs (évaluables), les messages (pour les quatre premiers projets), les cibles, les pilotes (qui réalisent les projets), les relais, les moyens (qui permettent de concrétiser le projet), le budget, l'échéancier et prévoient une évaluation pour vérifier leur adéquation aux objectifs visés par le Cedoc et déterminer leur évolution.

Remarques

Parmi les six propositions présentées ci-dessous, nous avons décidé de développer et concrétiser le plus loin possible les projets 1, 2 et 4 qui nous paraissent intéressants et réalisables dans les limites de notre travail de diplôme (création de la plaquette de présentation ; création d'un nouveau logo ; lettre, promouvant la formation des élèves de deuxième année, destinée aux maîtres accompagnateurs). Les projets 3, 5 et 6 seront élaborés sur un plan théorique. C'est pourquoi, il n'y a ni démarche pour ces projets ni difficulté rencontrée.

La justification de chaque projet, la démarche employée et l'exposé des difficultés rencontrées (pour certains d'entre eux) seront donnés au début de chaque projet.

5.1. Projet 1 : création et diffusion d'une plaquette présentant le Cedoc.

La plaquette est un moyen efficace de communiquer grâce à sa diffusion rapide et aisée¹⁰ (cf. annexe 15). Nous avons voulu créer un produit convivial, dans un format moderne. Elle permet de renforcer l'accueil des publics en montrant que les bibliothécaires sont soucieux de répondre à leurs attentes et à leurs besoins et désireux de présenter le Cedoc et ses ressources à ses utilisateurs. Cette optique est importante, car l'analyse des publics révèle une image mitigée concernant l'accueil des bibliothécaires du Cedoc. En outre, elle complète le guide du lecteur qui informe sur le fonctionnement du Cedoc et qui donne des renseignements pratiques, ainsi que des recommandations de type réglementaire. Elle peut se décliner en différents formats et dans des applications diverses (elle peut être distribuée, affichée dans un grand format et mise en ligne).

Sa réalisation demande un certain temps, car il faut réfléchir à sa forme, à son contenu et se renseigner sur ses coûts et ses moyens de reproduction. Tout d'abord, nous avons lu des articles et des ouvrages, puis collecté des exemples pour nous rendre compte de ce qui se fait actuellement en terme de format, de graphisme et de contenu. Par exemple, nous avons examiné les plaquettes d'institutions culturelles telles que la Bibliothèque de la Cité et le Musée Ariana (qui a lancé une communication sur ses journées portes ouvertes en octobre 2003). Nous avons évité d'inclure des informations périssables, la plaquette étant faite pour durer.

Ensuite, nous avons réfléchi à l'information que nous voulions diffuser sur le Cedoc. Puis, nous avons choisi le contenu et, ensuite, la forme du message de présentation. Ainsi, tout en proposant un message que notre mandante a validé, nous avons effectué quelques essais de typographie, graphisme, format... dans un

¹⁰ La plaquette est aussi intégrée dans le projet de signalétique (tableau famille accueil) cf. point 6.1.1, p.94

fichier Word. Afin de tenir compte, entre autre, de notre cible adolescente et du format de la plaquette, nous avons adopté un message court et simple.

Nos connaissances limitées en graphisme nous ont poussés à la simplicité dans la conception de notre plaquette. Nous nous sommes également renseignés sur le format de l'affiche. Malheureusement, la possibilité de réalisation de celle-ci dans les entreprises que nous avons consultées est assez limitée. En effet, soit il faut se contenter d'une affiche modeste (28 x 28 cm), puisque la taille maximale d'une impression numérique est le format A3, soit il faut concevoir une affiche en plusieurs feuilles et reconstituer la plaquette comme un puzzle. Cependant, cette dernière solution nous semble un peu trop bricolée. Il faudrait également tester la visibilité de la taille de la police de caractère choisie sur une distance de quelques mètres. De surcroît, nous désirions utiliser un papier glacé, car sa résistance est un atout. Cependant, le glaçage est une opération supplémentaire à l'impression et, par conséquent, qui augmente les coûts.

Le budget nécessaire à la réalisation de la plaquette pose un réel problème. En effet, celle-ci se fera en fonction du coût du papier (variable en fonction de sa qualité) et des différentes manipulations nécessaires à sa reproduction. Nous nous sommes donc renseignés auprès des centres d'impression Copy Quick et M Print-Shop (sur une base de 200 exemplaires en petit format ainsi qu'en format affiche) (cf. annexe 15). En comparant ces deux centres d'impression, nous constatons que l'offre proposée par Copy Quick est plus avantageuse que celle de M Print-Shop. Ce dernier n'effectue même pas le travail de coupe. De plus, il ne propose pas d'insérer deux plaquettes par feuille A4 (comme nous l'a proposé Copy Quick) alors que le format de la plaquette le permet. Ce qui revient à payer deux fois plus cher l'impression. Enfin, au niveau du coût final, M Print-Shop est plus cher que Copy Quick. Malgré notre préférence pour ce dernier, les prix restent relativement élevés pour le Cedoc. Nous suggérons de voir, par exemple, au niveau du DIP, si un service de reprographie existe où les prix et les moyens de reproduction doivent être plus avantageux. Les bibliothécaires pourraient s'adresser à une association du type « Trajet » (institutions et ateliers pour personnes handicapées

psychiques), comme l'a fait le Centre de documentation de l'ECG Henry-Dunant. Ils peuvent encore comparer les prix et la qualité des blocs de papier, choisir un qui leur convienne et faire tout le travail eux-mêmes. Evidemment, cela nécessiterait beaucoup de temps et de soin, une plaquette de présentation ne devant présenter aucun défaut.

Le coût de la plaquette pose également un problème pour sa diffusion. C'est pourquoi, il a fallu limiter son tirage. Dans l'idéal, elle aurait dû être distribuée non seulement aux nouveaux professeurs, mais aussi aux nouveaux élèves lors de la séance de présentation du Cedoc. En raison du coût, elle ne sera distribuée que lors de l'apéritif donné aux nouveaux professeurs et placée au bureau d'accueil pour les nouveaux élèves.

Plan d'action

Buts

- Mettre en valeur les compétences des bibliothécaires
- Améliorer l'image des bibliothécaires et du Cedoc
- Valoriser les produits et les services du Cedoc

Objectif

Renforcer l'accueil des nouveaux usagers par la diffusion d'une plaquette présentant de manière saillante et synthétique les compétences des bibliothécaires, les services et les produits du Cedoc

Message

Le message contenu dans la plaquette énonce l'aide que peuvent attendre les usagers de la part des bibliothécaires, il circonscrit la fonction du Cedoc, il définit certaines ressources à disposition, il met l'accent sur l'intérêt des expositions, il présente l'équipe et donne les coordonnées du Cedoc.

Cibles

- Nouveaux élèves et nouveaux professeurs (plaquette)
- Tous les usagers (affiche et plaquette mise en ligne)

Moyens

Descriptif et maquette de la plaquette (format 14 x 14 cm et affiche) sur fichier Word (cf. annexe 15)

Pilotes

- Etudiants HEG (conception de la plaquette)
- Bibliothécaires (suivi et réalisation de la plaquette)

Relais

- Centres d'impression (par exemple, Copy Quick et M Print-Shop) ou une association du type Trajet (dans le cas où la plaquette ne serait pas réalisée par un centre d'impression)
- Monsieur P. Gay¹¹ (service GIBIPO) pour mise en ligne sur le site Internet du Cedoc

Echéancier

- Rentrée 2004 : réalisation et diffusion de la plaquette
- Avant la fin de l'année scolaire 2003-2004 : réalisation de l'affiche et mise en ligne de la plaquette sur le site Internet du Cedoc¹²

Budget

Entre Frs 240 et Frs 350 (échelle de prix indicatifs pour 200 plaquettes, prix tirés des devis de Copy Quick et M Print-Shop)

Il faut compter environ Frs 10.- pour une affiche format A3 (cf. annexe 16)

¹¹ Nous avons contacté et rencontré Monsieur P. Gay pour un accord de principe. La suite du projet se fera avec les bibliothécaires. Il suffira qu'ils lui donnent le fichier Word de la plaquette au moment opportun.

¹² C'est à ce moment que les bibliothécaires et Monsieur P. Gay choisiront la forme et l'emplacement de la plaquette sur le site web du Cedoc.

Evaluation

Discussion informelle sur l'utilité, les qualités et défauts de la plaquette avec les nouveaux professeurs et les nouveaux élèves

Remarques

- Prévoir le nombre de plaquettes à reproduire par année.
- Définir le format et le type de papier à utiliser pour l'affiche de la plaquette.

5.2. Projet 2 : création d'un nouveau logo pour le Cedoc

Le logo est « porteur de sens et d'action, il mobilise instantanément chez le lecteur toutes les associations d'idées, toutes les connotations liées à l'entreprise. Par l'agencement même des formes et des couleurs, le logo séduit, déplaît, agresse, fascine, crée l'émotion esthétique et fonde son caractère d'œuvre d'art. [...] » (Alain Gouchet cité par Christian Delorme, 1999)

Nous avons choisi ce projet, car la création d'un nouveau logo représente un investissement durable en terme d'image pour le Cedoc, mais également pour l'ECG Jean-Piaget. Jusqu'à présent, le logo du Cedoc est représenté par une chenille à lunettes tenant un livre entre ses pattes (cf. annexe 17). Ce symbole ne nous semble pas adéquat pour un centre de documentation scolaire accueillant des adolescents et des adultes. Il risque de donner une mauvaise image du Cedoc à ses publics. A notre sens, il ne peut ni remplir le rôle d'un logo professionnel ni refléter l'identité visuelle du Cedoc.

Le logo doit être simple et univoque pour être compris. Il est fait pour durer et doit être reproductible dans tous les formats. C'est pourquoi, pour les concepteurs graphiques, nous avons élaboré un cahier des charges (cf. annexe 18) définissant la communication et l'identité visuelle du Cedoc. Il permet également d'écarter certaines options non souhaitables. Il met en avant l'aspect multimédia souhaité par les bibliothécaires.

Au départ, le projet était de créer une nouvelle identité visuelle du Cedoc en collaboration avec les professeurs et les élèves de l'option Arts de l'ECG. Après avoir transmis à notre mandante une lettre (cf. annexe 19) présentant notre projet et un cahier des charges, nous les avons transmis à Madame S. Kaufmann (Doyenne), et à Madame E. Beurret (Présidente du groupe Disciplines Artistiques). Nous envisagions, après accord de ces dernières, de présenter le projet aux professeurs dans le but que le logo soit réalisé et intégré dans les programmes des disciplines artistiques (soit sous forme de concours et évalué, soit comme travail de diplôme). En tenant compte des contraintes des programmes, ce

projet aurait pu être réalisé durant l'année scolaire 2004-2005. Cependant, il est apparu que notre projet ne correspondait pas aux exigences et à l'orientation pédagogique de cette option. C'est pourquoi, nous avons dû le réorienter vers la section Graphisme de l'Ecole des Arts Appliqués (EAA). Cependant, nous regrettons d'avoir perdu l'occasion d'établir un partenariat entre le Cedoc, les professeurs et les élèves de l'ECG. Notre cahier des charges a également été remanié en tenant compte des remarques de Madame S. Kaufmann. Au final, il donne les exigences relatives à la conception du logo et présente en annexe le Cedoc Jean-Piaget en quelques points. Par la suite, nous avons rencontré Madame M. Matthey, (Doyenne de la section graphisme de l'EAA) et Monsieur J.-C. Blanc, (Professeur en graphisme) à qui nous avons présenté le projet et le cahier des charges. Le projet leur a paru réalisable et le cahier des charges semble apte à servir de base au lancement de la création du logo. Par conséquent, pour qu'il aboutisse, il faut qu'un mandat soit donné par l'ECG Jean-Piaget à la direction de l'EAA (Monsieur G. Mérat, Directeur adjoint) et qu'un budget de Frs 2000 à 4000 soit débloqué par la direction.

Nous pensons qu'il serait intéressant de prévoir une exposition au Cedoc présentant les différentes propositions de logos pour faire connaître le projet aux professeurs et élèves de l'ECG.

Plan d'action

But

Renouveler l'image du Cedoc

Objectif

Créer une nouvelle identité visuelle du Cedoc repérable, frappante, durable et aussi professionnelle que possible

Message

Valoriser le côté multimédia du Cedoc

Cibles

- Les tutelles
- Tous les usagers
- Toutes les institutions ou personnes extérieures ayant des relations avec le Cedoc

Pilotes

- Etudiants HEG (cahier des charges et présentation du projet à l'EAA)
- Bibliothécaires (suite du projet et choix du logo)
- Groupe de 4 ou 5 élèves de deuxième année de la section graphique de l'EAA (création et réalisation de logos)

Relais

- Marianne Matthey (Doyenne de la section graphique de l'EAA)
- Jean-Claude Blanc (Professeur à la section graphique de l'EAA)
- Guy Mérat (Directeur adjoint de l'EAA)

Moyens

- Cahier des charges du logo
- Mandat de l'ECG Jean-Piaget adressé à l'EAA après devis de cette dernière (pour lancement du projet)

Echéancier

Lancement du projet mi-janvier 2004, premières propositions de logos mi-février 2004, reproduction et diverses applications du logo aux différents supports durant l'année en cours.

Budget

Frs 2'000 à 4'000 pour un logo simple sans déclinaison (adaptation pour : en-tête de lettre, mise en ligne...)

Au cas où le Cedoc voudrait des déclinaisons du logo, il faudrait prévoir un budget supplémentaire. Ce serait également le cas pour l'élaboration d'un guide d'utilisation (corporate).

Evaluation

Choix du logo par les bibliothécaires.

5.3. Projet 3 : organiser un apéritif et une présentation du Cedoc pour les nouveaux professeurs

Organiser un apéritif au Cedoc est un moyen facile et agréable d'accueillir, de se faire connaître des nouveaux professeurs et d'établir avec eux de bonnes relations. Il nécessite peu de moyens et permet, en début d'année, de présenter personnellement et de manière conviviale le Cedoc et l'équipe qui l'anime. C'est pourquoi, nous avons proposé ce projet qui n'existait pas auparavant.

Plan d'action

Buts

- Accueillir les nouveaux professeurs
- Initier une image conviviale et dynamique de l'équipe du Cedoc
- Valoriser le travail et les compétences des bibliothécaires, ainsi que les ressources du Cedoc

Objectif

Se faire connaître des nouveaux professeurs

Message

Montrer le dynamisme de l'équipe en adoptant une attitude active vis-à-vis des nouveaux professeurs

Cible

Les nouveaux professeurs

Moyens

- Plaquette d'accueil
- Visite du Cedoc
- Apéritif
- Lettre d'invitation

Pilote

Les bibliothécaires

Relais

La direction qui fournit les noms des nouveaux professeurs

Echéancier

Pour la rentrée 2004, faire parvenir aux nouveaux professeurs une lettre d'invitation dans leurs casiers au moins une semaine avant le premier apéro (1^e et 2^e semaines des cours). Déterminer deux dates (pendant les 3^e et 4^e semaines après le début des cours) pour permettre à tous les nouveaux professeurs de participer (une à midi et l'autre en fin d'après-midi)

Budget

A discuter avec la direction, car les coûts de l'apéritif seraient portés sur le budget de l'école : environ Frs 100 à 150 (vin, boissons non-alcoolisées, biscuits, gâteaux...) ; ce budget a été calculé sur la base de quinze nouveaux professeurs et est à revoir chaque année en fonction du nombre de nouveaux professeurs.

Evaluation

Evaluer le taux de présence par rapport au nombre de nouveaux professeurs.

Remarque

Prévoir la présence d'au moins une à deux bibliothécaires pour permettre l'accueil des nouveaux professeurs.

Organiser l'apéritif dans une des petites salles du Cedoc. Cela permettra ainsi d'éviter d'être trop bruyant et de déranger les autres utilisateurs.

5.4. Projet 4 : par une lettre, convaincre les maîtres accompagnateurs d'appuyer la formation à la recherche sur le logiciel documentaire du Cedoc et dans les ouvrages de référence auprès des élèves de deuxième année préparant leur travail de diplôme.

Proposant un nouveau module de formation à la recherche sur le logiciel documentaire du Cedoc et dans les ouvrages de référence pour les élèves de deuxième année dans notre stratégie marketing, il était nécessaire d'informer les professeurs de son existence et de son importance pour les élèves¹³.

En raison d'un manque de temps, il n'était pas possible de rendre cette formation obligatoire dans un cours. Par conséquent, elle sera facultative et les élèves intéressés pourront s'inscrire auprès des bibliothécaires. Il est donc nécessaire de l'appuyer auprès des professeurs pour qu'ils incitent les élèves à y participer. Ecrire une lettre à tous les maîtres de groupe paraît trop compliqué, ces derniers ayant généralement d'autres priorités. C'est pourquoi, nous avons décidé d'utiliser les maîtres accompagnateurs comme relais auprès des élèves. En effet, ceux-ci ne s'occupent que de trois ou quatre élèves de deuxième année préparant leur travail de diplôme. Ils ont, par conséquent, un contact privilégié avec leurs élèves. Nous avons donc rédigé une lettre (cf. annexe 11) qui sera diffusée sous forme imprimée un mois avant le début de la formation.

Plan d'action

Buts :

- promouvoir la formation des élèves de deuxième année aux outils documentaires auprès des maîtres accompagnateurs
- valoriser les services du Cedoc

¹³ Ce projet de communication accompagne le deuxième module de formation des élèves à la recherche sur le logiciel documentaire et dans les ouvrages de références (cf. point 4.2, p. 62)

Objectif

Obtenir le soutien et la collaboration des maîtres accompagnateurs afin qu'ils incitent les élèves à se former au logiciel documentaire du Cedoc et dans les ouvrages de référence.

Message

Il est important pour les élèves de deuxième année de bénéficier de la formation sur le logiciel documentaire du Cedoc et dans les ouvrages de référence.

Cible

Les maîtres accompagnateurs (travail de diplôme)

Pilotes

- Etudiants HEG (conception de la lettre)
- Bibliothécaires (diffusion de la lettre)

Relais

Ce projet ne nécessite aucun relais.

Moyen

Lettre imprimée sous enveloppe personnalisée (déposée dans les casiers des maîtres accompagnateurs)

Echéancier

Envoi de la lettre début janvier 2004¹⁴

Budget

Ce projet n'engendre pas de frais particuliers.

¹⁴ Nous avons prévu d'envoyer la lettre un mois avant le début de la formation prévue pour janvier ou février 2004.

Evaluation

Indirecte : calculer un taux optimal d'inscription des élèves au module de formation par rapport au nombre total d'élèves de deuxième année.

5.5. Projet 5 : intensifier la fréquence des expositions en rapport avec des thèmes traités dans le cadre des cours et en partenariat avec des institutions culturelles

Nous avons vu dans l'analyse des publics que les élèves souhaitent davantage d'animations. Outre les expositions courantes organisées par les bibliothécaires, des expositions interactives ou en collaboration avec d'autres institutions culturelles ou encore en rapport avec des cours constitueraient un bon moyen d'intensifier la fréquence de celles-ci tout en amenant de nouvelles idées. Opportunément, une étudiante en année de diplôme à l'Ecole de Commerce à Genève va effectuer un stage au Cedoc pour son travail de maturité. Dans le cadre de ses objectifs de stage, elle devra mettre en place des expositions en collaboration avec des professeurs, des institutions culturelles... Elle enclenchera ainsi une dynamique que les bibliothécaires pourront reprendre une fois son stage terminé.

Cinq semaines semblent être la durée optimale d'une exposition. Selon nous, tout en permettant aux bibliothécaires de concevoir une nouvelle exposition, elle renouvelle suffisamment l'animation et suscite un intérêt chez les usagers. Malheureusement, les expositions du Cedoc excèdent cette durée. Organiser une seule exposition à la fois occupant ou non l'ensemble des vitrines permet une meilleure mise en valeur de celle-ci, car elle n'est pas noyée parmi d'autres. De plus, en n'ayant plus besoin d'organiser plusieurs expositions simultanément, cela permettrait de se concentrer sur un unique sujet en l'approfondissant.

Echelonner des expositions nécessite d'établir une planification et de tenir un calendrier à jour. L'étudiante pourrait se baser sur les programmes des cours demandés à plusieurs professeurs choisis en fonction des disciplines. Grâce à ces derniers, elle pourra sélectionner des thèmes d'exposition.

Plan d'action

Buts

- Valoriser les ressources et l'image du Cedoc
- Augmenter la participation du Cedoc à la vie de l'école en offrant un écho intéressant aux enseignements
- Mettre en avant le dynamisme de l'équipe

Objectif

Proposer à intervalle régulier des expositions thématiques variées en rapport avec les sujets traités dans le programme scolaire, les voyages d'étude, les sorties...

Cible

Tous les usagers

Pilotes

- Une étudiante de l'Ecole de Commerce¹⁵
- Bibliothécaires (qui prendraient le relais après le départ de l'étudiante)

Relais

- Professeurs (pour prendre connaissance des programmes de cours)
- Autres institutions (emprunts de documents et d'objets)

Moyens

- Programmes de cours (à demander aux professeurs pour le choix des sujets)
- Documents et objets provenant d'institutions externes
- Calendrier et planification des expositions sur l'année

Echéancier

- Une exposition toutes les cinq semaines

¹⁵ Mandatée dans le cadre de son travail de maturité (stage du 1^{er} décembre 2003 au 30 octobre 2004)

- Début février 2004 : première exposition
- Prévoir cinq semaines pour réunir les documents et objets relatifs au thème choisi pour l'exposition suivante

Budget

- à prévoir pour l'emprunt de certains documents ou objets en provenance d'institutions extérieures (assurance...)
- pour le matériel d'exposition (papier, carton, étoffe, ruban...)

Evaluations

- Entretiens informels avec des professeurs des branches concernées ou des élèves.
- Remarques spontanées des usagers.

5.6. Projet 6 : améliorer la diffusion des dossiers documentaires thématiques aux professeurs par un bulletin bibliographique mensuel

Les dossiers documentaires thématiques existent au Cedoc. Cependant, nous avons vu, lors des entretiens avec les professeurs qu'ils ne sont pas toujours appréciés à leur juste valeur. En vue de sensibiliser le plus grand nombre de professeurs possible aux dossiers documentaires thématiques, nous proposons d'améliorer leur diffusion par la création d'un bulletin bibliographique mensuel. En effet, toute politique de production documentaire doit être accompagnée d'une politique de communication affirmée. En adoptant une attitude dynamique, où les bibliothécaires vont au devant des professeurs, nous voulons donner la possibilité à ceux qui n'ont pas l'habitude de venir au Cedoc de prendre tout de même connaissance de ces dossiers et de réveiller l'intérêt de ceux qui ne pensent pas trouver leur compte avec ceux-ci.

Nous pensons qu'une périodicité mensuelle laisse suffisamment de temps aux bibliothécaires pour préparer leur bulletin bibliographique, permet également de tenir compte de la parution mensuelle des périodiques et favorise une diffusion régulière qui ne lasse pas les destinataires.

Trois modes de diffusion des bulletins seront utilisés : par messagerie électronique (avec ciblage des destinataires), mise en ligne sur le site du Cedoc et dépôt d'exemplaires papier dans la salle des maîtres et au Cedoc (toutes les personnes intéressées pourront les consulter). La diffusion par messagerie électronique implique de disposer de listes d'adresses e-mail de professeurs regroupées par disciplines.

L'intérêt de mettre en ligne les bulletins bibliographiques est de permettre aux professeurs de personnaliser, d'annoter et de développer l'information, d'offrir un

produit facilement modifiable, d'améliorer sa diffusion, de lui offrir une plus grande visibilité et d'encourager la promotion du Cedoc.

Tout d'abord, nous avons pensé qu'il serait intéressant d'envoyer une lettre aux professeurs pour les mettre au courant de l'existence d'un bulletin bibliographique, mais nous y avons renoncé. En effet, les casiers des professeurs sont submergés par une grande quantité d'informations. Par conséquent, il nous a semblé plus judicieux de présenter directement ce produit. Cependant, cette diffusion directe comprend, outre le bulletin lui-même, une lettre expliquant les atouts de celui-ci.

Les dossiers documentaires thématiques sont élaborés en fonction des disciplines et des programmes, ce qui nous permet de structurer le bulletin par matière. Dans l'idéal, nous espérons que l'attrait de ce produit amènera des demandes des professeurs eux-mêmes en fonction de leurs intérêts et de leurs besoins.

Plan d'action

Buts

- Sensibiliser un plus grand nombre de professeurs aux dossiers documentaires thématiques
- Valoriser le travail des bibliothécaires (dépouillement des périodiques ; constitution des dossiers documentaires thématiques)

Objectif

Fournir un bulletin bibliographique structuré par matières, diffusé mensuellement

Cible

Professeurs

Pilotes

Bibliothécaires

Relais

Monsieur P. Gay¹⁶ (service GIBIPO ; pour la mise en ligne sur le site du Cedoc)

Moyens

- Listes d'adresses regroupées de professeurs par discipline
- Message présentant le bulletin bibliographique et ses atouts (accompagne les premiers dossiers)

Diffusion

- Messagerie électronique (pour une diffusion personnalisée en fonction des matières enseignées)
- Dépôt d'un exemplaire à la salle des maîtres et au Cedoc. Les dossiers documentaires récents seront exposés parmi les nouveautés.
- Mise en ligne sur le site Internet du Cedoc

Echéancier

- Préparation des bulletins : en tenant compte des différentes tâches des bibliothécaires, prévoir un mois pour la sélection et le dépouillement des revues
- Avoir terminé le bulletin environ une semaine avant le début du cours pour permettre aux professeurs d'en prendre connaissance.

Budget

Ce projet n'engendre pas de frais particuliers

Evaluation

Sondage auprès des professeurs pour évaluer le degré de satisfaction après six mois (avoir un recul nécessaire et des avis suffisamment nombreux)

¹⁶ Nous avons contacté et rencontré Monsieur P. Gay pour un accord de principe. La suite du projet se fera avec les bibliothécaires.

6. La signalétique

Nous avons constaté lors de l'analyse de l'existant que la signalétique du Cedoc souffrait à la fois d'un manque d'harmonisation et d'une visibilité moyenne. Nous avons donc décidé, toujours en accord avec notre mandante, de définir les bases d'une nouvelle signalétique. Le but de la proposition suivante est tout d'abord d'offrir, dans des délais raisonnables, un outil d'orientation efficace pour les élèves. Une bonne signalétique constitue en soi le premier outil de formation des utilisateurs. Cette nouvelle signalétique permettrait ensuite de faire prendre conscience aux bibliothécaires de l'importance des informations qui habillent le Cedoc.

6.1. Elaboration du projet

Nous avons tout d'abord listé toutes les informations présentées dans le Cedoc, puis nous les avons classées par familles fonctionnelles. Ces différentes fonctions de l'information sont toujours à voir du point de vue de l'utilisateur. Par exemple, la personne qui cherche à s'orienter dans le centre de documentation n'a pas besoin de prendre connaissance des conseils d'utilisation (l'inverse est vrai également). Il faut donc que l'utilisateur puisse reconnaître rapidement le type d'informations qu'il recherche. Le but est de pouvoir établir une sorte de tableau de bord pour le centre de documentation qui permettrait de définir chaque nouvelle information à afficher et de la situer en conséquence. Nous éviterons ainsi la confusion des informations et nous tiendrons compte du contexte dans lequel elles s'insèrent.

6.1.1. Typologie des informations

Dans les tableaux suivants, la première colonne cite l'information à transcrire, la seconde définit la police à utiliser, la troisième décrit sa taille approximative (petite = lisible à moins d'1 mètre, moyenne = 2m., grande = 4m., très grande = plus de 4m.), la quatrième donne la couleur de fond du panneau (l'écriture est toujours noire) et enfin, la dernière colonne indique la position que devrait occuper l'information dans le Cedoc. Les couleurs de fond choisies (couleurs

primaires) auront plus d'importance pour distinguer les différentes familles d'informations que la police qui devra surtout être lisible (sans empâtements). Ces couleurs sont claires à la fois pour améliorer la qualité de lecture, mais également pour ne pas les confondre avec d'autres informations (sortie de secours, plan incendie...). Enfin, pour se faire une meilleure idée de leur position, chaque information (de la première famille uniquement) est numérotée et reportée sur le plan du Cedoc (cf. annexe 1).

Première famille, les informations signalant des lieux et des ressources

Fonction : REPÈRE, ORIENTATION

Information	Police	Taille	Couleur	Position
1. Cedoc (entrée)	De l'Arial, très lisible et standard	Très grande	Fond jaune clair écriture noire (le plus lisible)	Au-dessus de l'entrée
2. Accueil		Grande		Hauteur yeux, orientée vers l'entrée + de face
3. Bureau du Cedoc		Moyenne		Hauteur yeux, sur la porte
4. Grande salle de travail		Grande		Hauteur yeux, entre les vitres
5. Salle vidéo (2X)		Moyenne		Hauteur yeux, sur la porte
6. Salle de travail (2X)		Moyenne		Hauteur yeux, sur la porte
7. Nouveautés ou « nouvelles acquisitions » (3X)		Moyenne		(2X) haut du panneau (1x) au-dessus de la table, hauteur yeux
8. Ouvrages de référence		Grande		Hauteur yeux, début du rayon
9. Internet		Grande		Hauteur yeux
10. Catalogue Bibal		Grande		Haut sur la colonne, visible depuis l'entrée
11. Catalogue Bibal		Moyenne		Hauteur yeux
12. Bandes dessinées		Grande		Haut sur le rayon, visible depuis l'accueil

Information	Police	Taille	Couleur	Position
13. Multimédia	Arial	Grande	Fond jaune clair écriture noire	Panneau suspendu
14. Information professionnelle		Grande		Hauteur yeux
15. Dossiers d'information professionnelle		Moyenne		Hauteur yeux
16. Revues et magazines : dernier numéro		Grande		Haut sur le rayon
17. Revues et magazines : anciens numéros		Moyenne		Hauteur des yeux, sur le rayon
18. Quotidiens		Moyenne		Hauteur yeux
19. Quotidiens : anciens numéros		Moyenne		Hauteur des yeux, sur le rayon
20. Dossiers de presse		Moyenne		Hauteur yeux
21. Photocopieuse		Grande		Suspendu, face à l'entrée
22. Cours de Physique 2 ^{ème} et 3 ^{ème} année		Moyenne		Hauteur yeux
23. Contenu de la rangée (cotes extrêmes)	Grande	En haut du meuble, en tête de rangée		
24. Contenu de la rangée, panneau encadré décrivant le classement signalétique et indiquant le côté de la rangée (gauche – droite) avec des flèches (8X)	Moyenne	Hauteur des yeux, en tête de rangée		
25. Etiquettes décrivant le contenu du rayon et le sens de classement,	Petite	Sur chaque rayon (non indiqué sur le plan)		

Seconde famille, les informations signalant des **expositions, animations, événements** **Fonction : INFORMATION TEMPORAIRE**

Information	Police	Taille	Couleur	Position
26. Exposition : sujet	Arial	moyenne	Fond rouge clair, écriture noire	Hauteur yeux, sur porte d'entrée Sur le panneau d'information extérieur du Cedoc Sur le panneau dans la salle des maîtres
27. Animation : sujet		Moyenne		Idem
28. Actualité culturelle		Moyenne		Idem

Troisième famille, les informations permettant **une meilleure utilisation du Cedoc** **Fonction : CONSEILS, RECOMMANDATIONS**

Information	Police	Taille	Couleur	Position
29. Utilisation d'Internet	Arial	Petite	Fond bleu clair, écriture noire	Feuille au bureau de prêt et à côté des postes
30. Utilisation de Bibal		Petite		A côté des postes et sur la colonne
31. Horaires d'ouverture		Moyenne		Sur la porte d'entrée et au bureau de prêt
32. Guide du lecteur		Petite		Au bureau de prêt
33. Utilisation des multimédias		Petite		Au bureau de prêt
33. Recommandations pour le prêt		Petite		Au bureau de prêt
34. Utilisation des dossiers de presse		Petite		Sur la colonne jouxtant les dossiers
35. Règles de savoir-vivre		Moyenne + symboles		Dans les différents espaces

Quatrième famille, les informations promouvant le Cedoc

Fonction : ACCUEIL

Information	Police	Taille	Couleur	Position
36. Panneau d'accueil	Trebuchet MS Cette police est plus originale que de l'Arial, mais également très lisible.	Moyenne	Fond blanc, écriture noire, ligne jaune (cf. annexe 15)	En face de l'accueil, à l'angle du local de la photocopieuse. Sur le panneau dans la salle des maîtres. Sur le panneau d'information extérieur du Cedoc.

6.1.2. Remarques générales

A chaque famille d'information devrait correspondre une identité visuelle. C'est surtout la couleur de fond qui est primordiale pour repérer les trois premières familles, tandis que c'est la police et la ligne graphique qui sont déterminantes pour la quatrième famille. Il n'est pas très recommandé d'utiliser trop de polices de caractère différentes pour établir une signalétique lisible. La taille des caractères peut varier en fonction de la distance de lecture ou de l'importance de l'information. On écrira les informations en caractère minuscule pour faciliter la fluidité de lecture (les majuscules sont plus visibles que les minuscules, mais moins lisibles).

Concernant les monographies, les couleurs par matière seront réintroduites (elles existaient au Cedoc il y a quelques années). Pour éviter toute confusion avec les couleurs de la typologie et par souci visuel, on se contentera de rajouter de petits carrés colorés précédant l'information sur les étiquettes existantes. En effet, si on intègre la couleur dans le fond, l'écriture perd beaucoup de lisibilité. Proposition de couleurs (couleurs officielles de la Dewey) : 000=noir, 100=marron, 200=rouge, 300=orange, 500=vert, 600=bleu, 700=violet, 800=gris, 900=jaune (la classe 900 reprend la couleur de la classe 400 qui n'est pas utilisée au Cedoc). Les panneaux d'orientation en tête de rangée devraient par conséquent aussi être modifiés (cf. information n°24)

Pour toutes les informations ne rentrant pas dans ces catégories et remplissant une fonction d'information non liée au Cedoc (messages de prévention, actualité culturelle genevoise, affiches de décoration du centre de documentation), il faudrait en quelque sorte baliser les lieux pour définir des espaces à chacune de ces catégories, de manière à ce qu'elles ne court-circuitent pas visuellement les informations essentielles. Par exemple, les bibliothécaires devraient savoir sur quelle paroi placer une affiche de prévention et à quel autre endroit mettre de la décoration. Nous n'avons cependant pas prédéfini l'attribution de ces espaces pour ne pas donner des indications trop rigides.

6.1.3. Réalisation

Il faudrait commencer par préparer quelques échantillons en évaluant la pertinence des couleurs, les matériaux, la taille et la forme des caractères en fonction des distances de lecture. Une proposition concrète devrait ensuite être présentée à l'équipe du Cedoc pour analyse. On pourrait ensuite passer à la réalisation concrète des panneaux.

6.1.4. Budget

Le budget suivant n'est pas analytique et ne vise pas à évaluer le coût réel de la nouvelle signalétique. Il permet seulement aux bibliothécaires de prévoir l'argent courant qu'il faudra dépenser.

260 étiquettes collées sur les étagères ont été comptabilisées. Dans le dernier catalogue du service suisse aux bibliothèques, dix porte-étiquettes coûtent environ Frs 10. Ces porte-étiquettes ont le gros avantage de permettre une modification rapide des informations. En comptant une marge excédentaire de 15% (en prévision de nouvelles informations), on commandera 300 porte-étiquettes ce qui reviendrait à environ Frs 300.

Pour ajouter les couleurs à la Dewey, on utilisera des cartons de couleur (déjà disponibles à l'école) que l'on découpera et collera sur les étiquettes. En effet, cette solution ne coûtera presque rien et lorsqu'on commande des étiquettes par le service suisse aux bibliothèques, il n'est pas possible d'obtenir de petites quantités pour cet article (cette solution a été proposée par notre mandante).

Les rouleaux d'étiquetage coûtent très cher. Dans notre cas, il ne vaut pas la peine d'ajouter ceci aux frais, étant donné qu'ils rentrent dans les frais généraux du fonctionnement de la bibliothèque. Les panneaux pour indiquer le classement systématique des rayons coûtent beaucoup trop cher en catalogue (entre 300 Frs et 1200 Frs un seul panneau...). De simples cadres achetés en grande surface devraient suffire. Etant donné qu'il faut huit cadres de format A3 pour indiquer le classement systématique en début de rayons (sept cadres pour les monographies et

un pour les références), il faut compter environ 240 Frs en grande surface (environ 30 Frs par cadre). Le budget total pour la signalétique s'élève donc à 540 Frs.

Nous sommes conscients que cette solution n'est pas optimale, mais elle tient compte des contingences matérielles du Cedoc.

6.1.5. Planification

Il serait également judicieux d'établir un calendrier des opérations avec une date butoir pour chaque étape. Ceci reste à déterminer par l'équipe des bibliothécaires en fonction de leurs priorités (aucune personne ne travaillera à plein temps sur la signalétique), mais on peut donner l'exemple suivant :

Période	Travail à effectuer	Date butoir
Du 3 au 28 novembre	Sélection des matériaux, choix des couleurs, choix des polices de caractère	Vendredi 28 novembre
Du 1 ^{er} au 19 décembre	Réalisation de la première partie de la première famille, par exemple tous les grands panneaux.	Vendredi 19 décembre
Du 12 janvier au 27 février	Ajout des couleurs par matière	Vendredi 27 février
Du 1 ^{er} au 19 mars	Fin de réalisation de la première famille	Vendredi 19 mars
Du 22 mars au 8 avril	Réalisation de la seconde famille	Jeudi 8 mars
Du 26 avril au 14 mai	Réalisation de la troisième et de la quatrième familles	Vendredi 14 mai
Lundi 17 mai	Bilan du travail, perspectives	

6.2. Conclusion du projet

Cette nouvelle signalétique devrait améliorer l'ergonomie visuelle du Cedoc pour permettre aux élèves de mieux se repérer, s'orienter et s'informer dans leur centre de documentation. Pour évaluer l'impact de cette nouvelle installation, il faudra être attentif aux remarques des utilisateurs. On pourra également déterminer l'utilité de ce système, dans une perspective d'évaluation globale, en réutilisant le

questionnaire donné en juin 2003 aux élèves et en comparant les nouveaux résultats avec les anciens. Enfin, l'avis des bibliothécaires sera essentiel pour savoir si cet outil correspond bien à leurs attentes.

7. Conclusion générale

Les objectifs fixés originellement visaient à concevoir et réaliser en partie une présentation du Cedoc, à proposer de nouveaux produits ou services en déterminant les moyens à mettre en œuvre et à établir un pré-cahier des charges pour au moins l'un d'entre eux. Les objectifs spécifiques que nous avons fixés ensuite au mois de juin 2003 (étape 3) ont non seulement été atteints, mais dépassés. En effet, la présentation du Cedoc a été réalisée complètement et un deuxième module visant la formation à la recherche sur Bibal et sur les ouvrages de référence a également été mis sur pied. De plus, différents projets de communication ont été proposés et certains ont été concrétisés en partie. Nous avons également fourni des pistes et des indications concrètes concernant la signalétique.

Concernant l'orientation de notre travail de diplôme, nous sommes satisfaits d'avoir pu offrir plus qu'il n'avait été demandé initialement en nous lançant dans une démarche marketing complète, ce qui nous a permis d'établir une image précise du Cedoc.

Promouvoir une image professionnelle est important, même si cela implique des responsabilités supplémentaires et un accroissement des demandes. L'analyse marketing permet un éventail de solutions variées pour des problèmes différents, mais qui tous concourent au bon fonctionnement et à une bonne image du Cedoc. Elle implique une attitude proactive envers les usagers que l'on place au centre des préoccupations des bibliothécaires. En effet, si les utilisateurs sont satisfaits des produits et services mis à disposition par le Cedoc, ils deviennent les garants de l'utilité et de la valeur du Cedoc.

Nous avons donc mis en place différents produits ou services et déterminé quelques projets en fonction des lacunes que nous avons observées lors de l'analyse marketing du Cedoc. Nous sommes conscients que la quantité de travail et l'investissement requis par ces différents projets sont conséquents. De plus, ils ne sont pas sans poser des problèmes logistiques et budgétaires aux

bibliothécaires. Cependant, la réalisation de certains d'entre eux peut être différée. C'est pourquoi, nous espérons que les solutions non concrétisées trouveront leur place dans les plans futurs du Cedoc. Selon l'orientation choisie par les bibliothécaires, il faudra établir un calendrier et planifier soigneusement les projets, afin de limiter l'impact des contraintes de temps et d'argent. Une organisation formalisée par projet avec l'attribution de ceux-ci aux différents bibliothécaires, un échéancier et des objectifs à tenir à moyen et long terme devraient permettre l'intégration de ces nouvelles tâches dans l'activité habituelle du Cedoc.

Il serait bon de faire une réévaluation globale des produits et services, ainsi que de l'image du Cedoc par ses publics, par exemple dans deux ans, afin de vérifier si la perception des publics a évolué dans la connaissance des ressources (nouvelles ou existantes) et si l'image des bibliothécaires s'est améliorée. Cela permettrait également de se rendre compte si nos axes de développement ont contribué positivement à la promotion du Cedoc. Pour ce faire, les bibliothécaires pourraient améliorer et utiliser le questionnaire déjà élaboré par nos soins.

Ce travail de diplôme a été pour nous une très bonne occasion de mettre en œuvre les diverses connaissances acquises au cours de ces trois années passées à la Haute école de gestion. Il nous a également permis de nous plonger dans la vie professionnelle et d'apprendre à gérer un projet de longue haleine.

Ce mandat a constitué un moment clé dans nos parcours individuels en effectuant le lien entre la théorie et la réalité professionnelle. Il a été nécessaire, tout au long de notre travail, de nous détacher de nos connaissances théoriques pour mieux adopter le point de vue des bibliothécaires ou des utilisateurs du Cedoc.

8. Bibliographie

Les notices suivantes ont été rédigées selon la norme ISO 690. Elles sont classées par ordre alphabétique d'auteur puis par titre, à l'intérieur de chaque rubrique.

Chaque notice est précédée d'un numerus currens qui permet de mieux la situer.

Marketing documentaire

1. BORJA DE MOZOTA, Brigitte, « Esquisse d'un modèle de conception marketing de la documentation », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, 1997, vol. 34, n° 1, p. 3-12
2. GIAPPICONI, Thierry, *Manuel théorique et pratique d'évaluation des bibliothèques et centres documentaires*, Paris, Ed. du cercle de la librairie, 2001
3. KOTLER, Philip, « Strategies for introducing marketing into nonprofits organizations », in *The Marketing of Library and Information Services*, London, 1981, p.35-42
4. LE SEVEN, Aline, *L'offre de services dans une bibliothèque universitaire de premier cycle : la bibliothèque lettres et gestion de la manufacture des tabacs, service commun de la documentation de l'université Jean Moulin Lyon 3*, Villeurbanne, ENSSIB, 1998
5. MUET, Florence, « Construire son offre », in *Archimag*, Paris, 2000, n° 132, p36-38
6. MUET, Florence, SALAÛN, Jean-Michel, *Stratégie marketing des services d'information : Bibliothèques et centres de documentation*, Nouv. éd., Paris, Ed. du Cercle de la librairie, 2001
7. RANJARD, Sophie, « Le marketing documentaire », in *Archimag*, Paris, 1992, n° 57, p. 29-32
8. SALAÛN, Jean-Michel, « Adaptons le marketing aux logiques documentaires », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, Paris, 1996, vol. 33, n° 2, p. 75-81
9. SALAÛN, Jean-Michel, *Marketing des bibliothèques et des centres de documentation*, Paris, Ed. du Cercle de la Librairie, cop. 1992
10. SALAÛN, Jean-Michel, « Marketing et service public dans les bibliothèques », in *Arbido-R*, 1994, vol. 9, n°1, p. 8-11
11. SAVARD, Réjean, PAINCHAUD, Mireille, « L'attitude des bibliothécaires-documentalistes envers le marketing », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, Paris, 1996, vol. 33, n° 2, p. 67-74

12. SUTTER, Eric, *Le marketing des services d'information : pour un usage de l'information documentaire*, Paris, ESF, 1994
13. TORRES, Ingrid, « Le marketing des services d'information et de documentation : une étude documentaire », in *Documentaliste-Sciences de l'information*, Paris, 2002, vol. 39, n°6, p. 290-297

Démarche qualité et benchmarking

14. GRESLOU, Jeanne-Claude, « Les outils et la démarche de management par la qualité : études de cas », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1997, vol. 43, n°1, p. 47-51
15. HENCZEL, Sue, « Benchmarking – measuring and comparing for continuous improvement », in *Information Outlook*, Washington DC, 2002, vol. 6, n° 7, p. 13-20
16. KLEMPIN, Hannelore, « Performance et démarche qualité dans les bibliothèques publiques de la république fédérale d'Allemagne », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1997, vol. 43, n°1, p. 65-71
17. LEGRAND, Patrick, *La démarche qualité dans les bibliothèques : méthodes et outils du management de la qualité : application d'une démarche qualité à la bibliothèque cantonale et universitaire de Dorigny*, Genève, ESID, 1997
18. MAYÈRE, Anne, MUET, Florence, « La démarche qualité appliquée aux bibliothèques et services d'information : conception et spécificités », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1997, vol. 43, n°1, p. 11-19
19. SUTTER, Eric, « Benchmarking et management de l'information documentaire », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, Paris, 1994, vol. 31, n° 1, p. 44-46
20. SUTTER, Eric, « La démarche qualité en bibliothèque : questions-réponses », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1997, vol. 43, n°1, p. 20-34
21. SUTTER, Eric, « Les démarches marketing et qualité sont complémentaires », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, Paris, 1996, vol. 33, n° 2, p. 82-85

Techniques d'enquête

22. DINERMAN, Gloria, « If you don't know, ask : the art and craft of survey ? », in *Information Outlook*, Washington DC, 2002, vol. 6, n° 7, p. 6-10
23. HADENGUE-DEZAEL, Véronique, « Compétences émergentes en information et documentation : Résultats de l'enquête de l'UR-ESID – 1997-1998 », in *Documentaliste – Science de l'information*, Paris, 1999, vol. 36, n°3, p. 186-191

24. PINARD, Joëlle, SAVARD, Réjean, « Enquête de satisfaction et des besoins du public à la médiathèque départementale de la Drôme », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1996, vol. 41, n°6, p. 23-28
25. RANJARD, Sophie, « Evaluer la demande et les besoins en informations : pour des enquêtes croisées », in *Documentaliste – Sciences de l’information*, Paris, 2001, vol. 38, n° 1, p. 14-23
26. *Les usagers de la Médiathèque de la Loire*, Montbrison, Médiathèque de la Loire, 1995

Services d’information documentaire

27. BATTISTI, Michèle, « La nécessaire mutation des structures documentaires », in *Documentaliste – Science de l’information*, Paris, 2000, vol. 37, n°2, p. 129-131
28. GUDIN DE VALLERIN, Gilles, « De l’équilibre des publics et des collections », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 2000, vol. 45, n°3, p. 56-64

Bibliothèques et centres de documentation scolaires

29. APOSTOLOPOULOS, Sophie, « La gestion documentaire du CDI : Pour une professionnalisation accrue », in *INTERCDI*, Etampes, 2001, n°173, p. 16-17
30. ASSOCIATION DES BIBLIOTHECAIRES SUISSES. GROUPE DE TRAVAIL DES BIBLIOTHEQUES DE LECTURE PUBLIQUE, *Normes pour bibliothèques scolaires : bibliothèques, médiathèques, centres d’information pour les écoles primaires, secondaires et professionnelles : principes, données techniques et exemples pratiques*, Soleure, CLP, 2000
31. *CDI, un atout pour les lycées professionnels*, Paris, CRDP de l’Académie de Créteil, 2002
32. CHAPRON, Françoise, *Les CDI (Centres de documentation et d’information) des lycées et collèges*, Paris, Presses universitaires de France, 1999
33. CHEVALIER, Brigitte, COLIN, Michelle, *Exploiter l’information au CDI : une activité transdisciplinaire*, 2° éd., Paris, INRP, 1992
34. GRANDMONTAGNE, Elodie, POISSENOT, Claude, « Le CDI vu par les élèves : Fréquentation », in *INTERCDI*, Etampes, 2003, n° 182, p. 7-13
35. MOLLARD, Michèle, *Les CDI à l’heure du management*, Villeurbanne, ENSSIB, Paris, FADBEN, 1996
36. SUTTER, Eric, « Documentaliste-bibliothécaire en milieu scolaire : entretien avec Françoise Chevallot », in *Documentaliste-Sciences de l’information*, Paris, 1983, vol. 20, n°3, p. 111-112

37. VINCENT, Stéphane, *Bibliothécaire au cycle d'orientation (GE): quelles perspectives ?*, Genève, ESID, 1998

Services d'information documentaire orientés usager

38. CALENGE, Bertrand, *Accueillir, orienter, informer : L'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*, 2^e éd. revue et mise à jour, Paris, Ed. du Cercle de la librairie, 1999
39. GUPTA, Dinesh K., JAMBHEKAR, Ashok, « Which way do you want to serve your customers ? », in *Information Outlook*, Washington DC, 2002, vol. 6, n°7, p. 26-32
40. LE COADIC, Yves F., *Usages et usagers de l'information*, Paris, ADBS, Nathan, 1997
41. LE MAREC, Joëlle, « Le public », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 2001, vol. 46, n°2, p. 50-55
42. MCADAM, Daisy, NAYLOR, Bernard, NUNEZ, Lluïsa, « Au service des étudiants : regards européens », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 2001, t. 46, n°2, p. 72-81
43. RIONDET, Odile, *Former les utilisateurs de la bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2000

Promotion de l'offre documentaire

44. COCHET, Sylvie, *Promouvoir pour un public distant et diversifié l'offre d'un service de documentation : réflexion sur la mise en oeuvre de services et moyens adaptés aux utilisateurs*, Paris, INTD, 2001
45. CHRISTOPHE, Laetitia, « L'utilisateur et l'accès aux réseaux : Quelles conséquences sur la médiation documentaire ? », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, Paris, 1997, vol. 34, n° 2, p. 109-112
46. DELOBEL, Patrick, « L'audiovisuel : un outil de communication au service des unités d'information », in *Argus*, Montréal, 1988, vol. 17, n°1, p. 13-28
47. GERBER, Christel, « A la découverte de la bibliothèque », : *vidéo de présentation de la bibliothèque du cycle d'orientation de Vuillonnex destinée aux élèves de 7^{ème} année*, Genève, ESID, 1995
48. MICHEL, Jean, « Internet : nouvel eldora...documentaire ? ». [En ligne]. <http://www.paris.enpc.fr/~michel-j/publi/JM336a.html>
(Page consultée le 4 juin 2003)

49. MUET, Florence, « Tirer parti de son site Web », in *Archimag*, Paris, 1999, n° 125, p. 39-41
50. *Nouveaux outils, nouvelles pratiques, nouvelle donne* (Numéro spécial), in *INTERCDI*, Etampes, 2002, n° 178
51. RIVA, Jacques et François, « La mise en vie des espaces de bibliothèques », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 2000, vol. 45, n°3, p. 70-77
52. ROSÉ, Fabienne, *Elaboration de guides du lecteur, dans une perspective marketing, pour la Bibliothèque de l'Ecole Nouvelle de la Suisse Romande*, Genève, EID, 1999
53. SUTTER, Eric, « Communication ou animation de l'information ? », in *Documentaliste – Sciences de l'information*, Paris, 1997, vol. 34, n° 2, p. 67-73

Signalétique

54. MIRIBEL, Marielle de, « La signalétique en bibliothèque », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1998, vol. 43, n°4, p. 84-95

Communication

55. BEGUIN, Annette, « A propos des TPE en lycée : réflexion sur le rôle des documentalistes », in *INTERCDI*, Etampes, 2000, n° 167, p. 16-19
56. BOUROULLEC, Ronan, « Création artistique et ergonomie des banques d'accueil et de prêt : Le cas de la nouvelle bibliothèque de Fresnes », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1998, t.43, n°6, p. 46-50
57. DELORME, Christian, *Le logo*, 2^e éd., Paris, Ed. d'Organisations, cop. 1999
58. HEILBRUNN, Benoît, *Le logo*, Paris, Presses universitaires de France, 2001
59. ISRAËL, Marc, *L'image de l'entreprise : du logo à Internet, comment soigner votre image*, Paris, Foucher, 2000
60. LIBAERT, Thierry, *Le plan de communication : définir et organiser votre stratégie de communication*, Paris, Dunod, 2000
61. MIRIBEL, Marielle de, « Le guide du lecteur ou la confusion des genres », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1998, t.43, n° 6, p. 64-66
62. PAVLIDES, Christophe, « Les documents de communication dans les bibliothèques : Un enjeu pour leur développement », in *Bulletin des bibliothèques de France*, Paris, 1999, t. 44, n° 2, p. 106-107

63. PERDRIault, Marguerite, « La machine des TPE, un dispositif au tranchant prometteur : remarques sur quelques mois d'expérimentation », in *INTERCDI*, Etampes, 2001, n° 173, p. 1-2

ECG Jean-Piaget

64. ETTER, Diane, « Nouveau : diplôme à options à l'école de culture générale », in *Tribune de Genève*, Genève, 12 mars 2003