
SERVICES NUMÉRIQUES

5 MIX, 5 lieux, XX bibliothèques, 100 participants
2,5 kilos de bonbons, 932 kilomètres, 1 Coupe du monde

10 prototypes pensés :

- 4 plateformes collaboratives (professionnelles, Grand public et dédiée au Manga)
- 1 parcours immersif
- 1 espace physique et numérique dédié à la photographie
- 1 application dédiée aux publics empêchés
- 2 Développement de Service en ligne/ communication
- 1 équipe volante

Publics ciblés :

- professionnels
- adolescents
- publics empêchés
- jeunes actifs
- étudiants

Usagers et non-usagers

1. RESTITUTION MIX | SERVICES NUMÉRIQUES EN BIBLIOTHÈQUE

juin/ juillet 2018

5 lieux, 100 participants, 10 prototypes

Préambule

Sous l'égide du Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur et de la Direction Régionale des affaires culturelles, l'Agence régionale du Livre [ArL] pilote une étude sur la "Mise en réseau des bibliothèques" du territoire. 4 axes sont abordés dans le cadre de cette étude :

- le catalogue fédéré régional,
- les ressources numériques,
- les services numériques,
- le modèle économique et la gouvernance de projet.

L'ArL a souhaité être accompagnée par le Sictiam pour la mise en place de journées participatives à destination des professionnels de la lecture publique pour penser les Services numériques de demain [MIX].

5 ateliers ont été menés dans 5 départements (Aix pour les Bouches-du-Rhône, Digne pour les Hautes-Alpes et Alpes de Haute-Provence, Draguignan pour le Var, Sorgues pour le Vaucluse et Valbonne pour les Alpes-Maritimes) sur tout le territoire Provence Alpes Côte d'Azur entre le 4 juin et le 6 juillet afin de faciliter la participation et l'adhésion de tous au projet global et plus particulièrement sur le thème des Services numériques.

Les objectifs de ces journées étaient de :

- informer et créer l'adhésion des bibliothèques à la dynamique régionale,
- sensibiliser les bibliothécaires au travail collectif en leur proposant de co-construire le projet,
- percevoir les attentes professionnelles du terrain,
- aboutir à des scénarii d'usages, documentés et à expérimenter/ réaliser.

Le MIX consistait à faire travailler ensemble, sur une journée, des bibliothécaires, spécialisés numériques ou novices, sur la thématique des services numériques et notamment sur :

- les besoins et attentes des professionnels de la lecture publique,
- quels services numériques créer ensemble ?
- faire naître des idées innovantes et « géniales »,
- imaginer la singularité d'un futur Service numérique,

- lier et créer une identité régionale spécifique (public jeune par exemple)

Ces ateliers ont été très bien accueillis par les participants qui avaient tous à cœur de s'investir pour réfléchir aux services numériques de demain.

Plus de 100 personnes au total ont participé à ces 5 rendez-vous (cf. liste des participants en annexe 2).

Un compte-rendu par lieu a été établi, et figure ci-dessous. L'ensemble des vidéos seront prochainement disponibles sur le site de l'ArL.

L'ensemble des données ont été regroupées et analysées dans ce document.

DESCRIPTIF DE LA MÉTHODE APPLIQUÉE AU JOURNÉE

Pour l'élaboration de ces journées et l'animation de celles-ci, l'utilisation des méthodes agiles a été choisie.

La méthode Agile

Cette méthode de travail permet - sur un temps très court - une écoute de l'ensemble des participants, une communication fluide et une collaboration accrue sans hiérarchie.

La méthode Agile implique un certain nombre d'exercices et un temps incompressible pour les mettre en œuvre. Plusieurs 'jeux' ont été déployés.

Pour information, des améliorations ont été pensées au fil des MIX, en fonction de la réception des participants et les attentes de l'ArL.

DÉROULÉ

- 9h30 | Présentation du programme de la matinée
- ArL (30mn). Présentation globale du projet de *Mise en réseau numérique des bibliothèques*. Un condensé de la présentation *Séminaire des Directeurs de bibliothèques* a été réalisé et projeté.

Les études Catalogues et Ressources numériques ont été présentées.

- Présentation des facilitateurs et des enjeux/ objectifs de la journée (45mn)
- Présentation du lieu et de la structure qui accueille la journée (5mn)

Mise en énergie dit *ice breaker* (15mn)

- Rappel du cadre et présentation du premier exercice

Constitution de 2 groupes animés par les facilitateurs SICTIAM, avec 2 personnes de l'ArL en soutien

Point sur l'existant (le bateau)(45/60mn)

Mise en réseau numérique des bibliothèques

En fin de matinée : Restitution de l'exercice bateau par et pour les deux groupes
Présentation du programme de l'après-midi

12h Pause repas. Un buffet a été proposé à chaque Mix, qui a permis de renforcer la convivialité de ces journées.

13h Reprise et mise en énergie (15mn) : jeux individuels puis collectifs pour renforcer la cohésion de groupe.

13h15 Exercice Empathy map/personae (répartition de deux nouveaux groupes selon les choix de public visé) = 45mn

Prototype : l'ensemble du groupe – en fonction du public cible – réfléchit à un service numérique dédié, une solution numérique innovante qui répond à un besoin non satisfait et/ou un public cible [professionnel, usager, non usager...]. Ce prototype est pensé en fonction de l'exercice 1 et 2. Chacun, individuellement doit émettre une ou plusieurs idées, après quelques minutes de réflexion.

Un tour de table de 2 minutes maximum par personne pour présenter et défendre ses idées . Un seul prototype est choisi par vote.

Du prototype/ idée plébiscité.e, un scénario d'usage est rédigé en groupe.

15h45 Pitch session filmée (10mn par groupe). Chaque groupe présente leur prototype à l'ensemble des participants, avec un scénario d'usages.

L'ensemble des pitches ont été filmés et synthétisés.



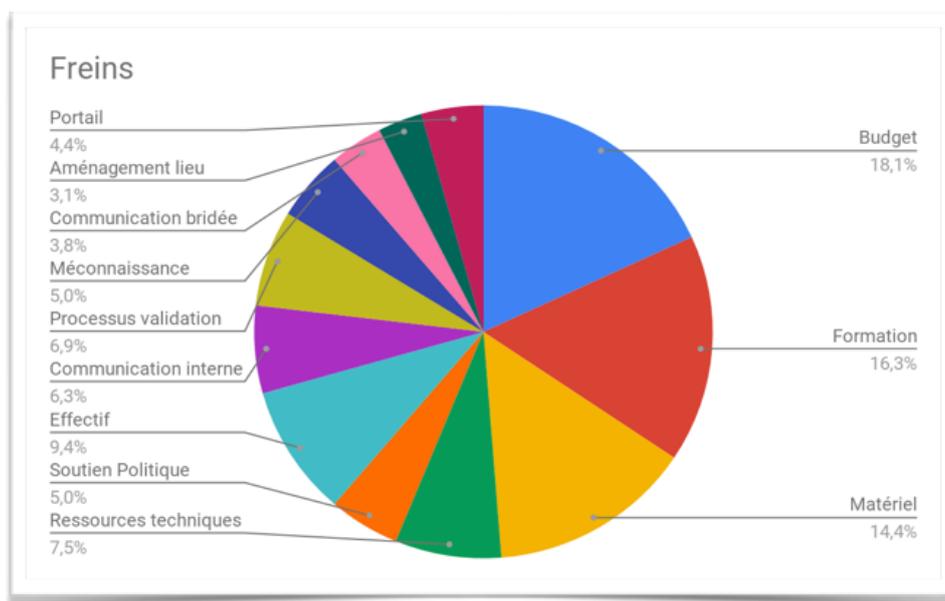
RESTITUTION GLOBALE

POINT SUR L'EXISTANT (LE BATEAU)

À partir des données récoltées lors de ces matinées, nous avons pris le parti de nous concentrer sur les 12 freins et les 6 forces les plus cités dans l'ensemble des MIX.

Sur l'ensemble des ateliers (10) :

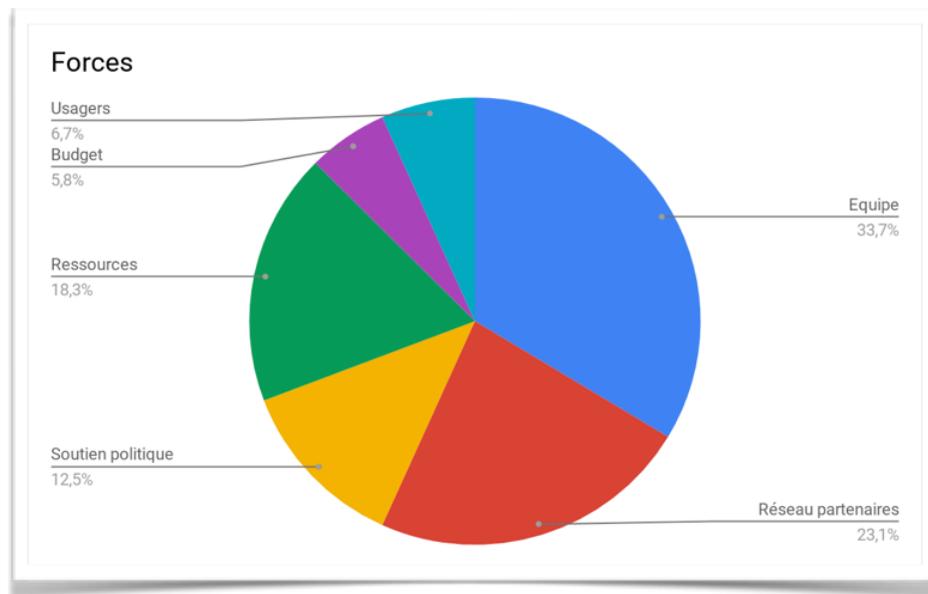
3 principaux freins : le budget, la formation et le matériel



Le budget est le principal frein dans les départements des Alpes de Haute-Provence/ Hautes-Alpes, ainsi que le Vaucluse.

Concernant les autres départements : Bouches-du-Rhône, deux freins : la communication interne et les ressources techniques ; Var : les validations hiérarchiques ; Alpes-Maritimes : le matériel.

3 principales forces : Équipe, Réseaux de partenaires et les ressources



L'équipe est la principale force dans les départements du Var, du Vaucluse et des Alpes-Maritimes.

Concernant les Hautes-Alpes/ Alpes de Haute-Provence : les ressources, sans complément d'information.

Quant aux Bouches du Rhône, le Réseau.

Mots clés les plus fréquemment cités lors des ateliers, ici catégorisés :

Numérique

outils collaboratifs
interopérabilité
mise en réseau
open source
open data
[smart city]
RGPD et personnalisation, notifications push
fracture numérique
flou juridique (nombre des emprunts numériques, jeux vidéos, licences, éditeurs...)
community manager
valeur ajoutée du service public numérique
wifi ouvert
jeux vidéo
photocopieuse
aide numérique : caf, pole emploi, réservation billet...
SIGB
RFID

Équipe/ Réseau

volonté politique
partage d'expérience
planning facile

Structure/ bibliothèque

réaménagement des espaces :
décloisonnement mobilier, sélection
[trop de livres]
nouveau titres indisponibles
mesure d'impact satisfaction
lien usager
actions culturelles
escape game / murder party
ouverture amplitude [horaires,
dimanche]
convivialité
lien social
système de classement simplifié /
service privé

Publics/ usagers

évolution des pratiques culturelles
service public
service public aussi facile et intuitif que service
privé [Amazon, deezer...]
inscription unique
usagers participant / passif
communautés
toucher les non usagers, le public empêché

Il en ressort :

L'accès aux données grâce au numérique a considérablement modifié les comportements usagers et leurs besoins. Les médiathèques doivent totalement repenser leur service public et la valeur ajoutée qu'ils souhaitent apporter face aux concurrents du privé, plus "centrés usagers" (Amazon, Deezer, Fnac...).

Les métiers au sein des médiathèques changent également.

Pour aller plus loin, les comportements des usagers face aux pratiques culturelles sont beaucoup plus orientées satisfaction immédiate et partage.

L'utilisateur n'est plus passif, il veut prendre part, il veut de l'instantané à tous niveaux : inscription rapide et facile, compréhension de la valeur ajoutée évidente.

La gratuité ou le faible coût n'est plus suffisant, ni "l'habitude familiale".

Les souhaits des usagers perçus par les bibliothécaires ayant participé aux MIX :

- être acteur
- s'inscrire facilement
- avoir le wifi
- trouver facilement des livres/musique/jeux vidéos
- avoir des suggestions pertinentes, personnalisées qui les valorisent
- interagir avec des bibliothécaires
- être en lien au sein d'une communauté de pairs, être valorisé
- faire des photocopies
- être aidé pour les services publics en ligne, pour les devoirs, pour des ateliers (tricot, voyage...)
- jouer en réseau
- accès à des loisirs gratuits

Les bibliothécaires souhaitent :

- des outils faciles
- des plannings simples
- moins de travail d'exécution/administratif et plus de médiation en lien avec l'utilisateur
- avoir plus d'autonomie dans la gestion de leur lieu:
 - > une plus grande liberté d'action pour créer des ateliers, escape game...
 - > une plus grande liberté d'action pour communiquer (réseaux sociaux)
 - > pouvoir mieux connaître leurs usagers
- être formés en continu au numérique (Mooc, partage d'expériences, communautés...)
- avoir un référent technique (DSI) disponible pour débloquer les problèmes
- partager avec leurs pairs, plateforme de ressources, de partages d'expériences
- plus d'effectif, de budget, de temps de veille ou créer des partenariats...
- avoir un rôle de "service public" (le sens diffère selon les agents)

LES PROTOTYPES

Les services numériques proposés par les groupes MIX se sont orientés vers le public et plus spécifiquement les non-usagers.

Concernant les territoires Alpains, les deux prototypes pensés étaient à destination des professionnels. En effet, les professionnels souhaitent travailler plus en réseau, développer des plateformes professionnelles dédiées et détenir plus d'informations sur les actions menées par les collègues (1 groupe dans le Vaucluse et dans le Var ont travaillé sur ces usagers).

À l'inverse, les départements côtiers ont souhaité travailler pour des publics non usagers, jeunes trentenaires actifs, absents des bibliothèques, avec une volonté d'inventer des dispositifs transversaux aux services des collectivités.

2. RESTITUTION DES 5 MIX | SYNTHÈSES

HAUTES-ALPES/ ALPES DE HAUTE-PROVENCE

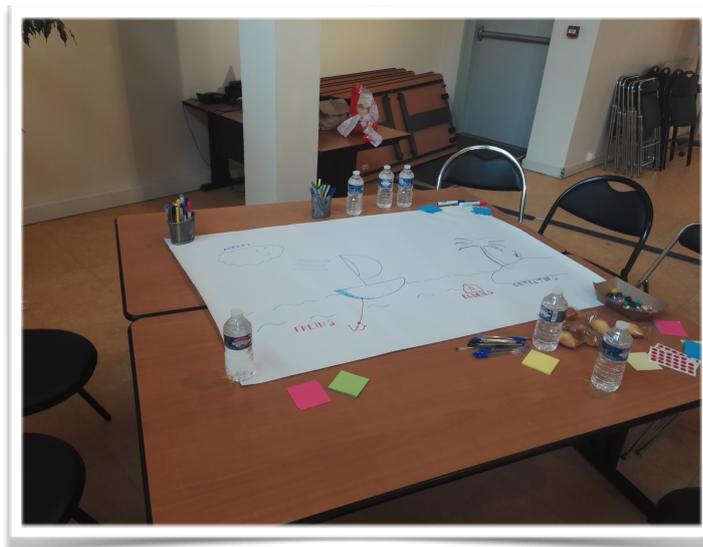
1^{ER} PROTOTYPE

Public cible : professionnels de la Lecture publique.

Problématique : la non-formation des professionnels de la lecture publique au numérique.

La solution envisagée serait une mutualisation d'une équipe formée, de formateurs aux ressources numériques, qui tournerait en région Provence-Alpes-Côte d'Azur dans l'ensemble des bibliothèques.

Slogan : Le numérique tout simplement



Les bibliothécaires sont désarmés face aux nouvelles ressources numériques, pas ou peu formés et leurs usagers perdus. La solution envisagée serait une mutualisation d'une équipe formée, de formateurs aux ressources numériques, qui tournerait en région Provence-Alpes-Côte d'Azur dans l'ensemble des bibliothèques, régulièrement et sur des thématiques précises [jeunesse, sénior...].

Cette équipe serait composée de personnes qualifiées [formées ou à former] et chapeauté par l'ArL ou un autre partenaire.

Plusieurs actions déployées par cette équipe :

Mise en réseau numérique des bibliothèques

- former les bibliothécaires et les usagers au numérique et tendre vers une autonomie de chacun dans ce domaine
- construction et réalisation d'une programmation régulière d'animation/ ateliers/ médiation autour de ressources numériques.

Parallèlement, un catalogue de formateurs/ animateurs pourrait être réalisé pour notifier l'existant et les manques.

Une communication spécifique peut être mise en place.

2ND PROTOTYPE

Public cible : professionnels de la Lecture publique.

Problématique : la mise en place d'une exposition et d'une animation en médiathèque.

Solution pensée : une plateforme collaborative

Constat partagé : très souvent les bibliothèques proposent des animations/ expositions/ rencontres qui ont déjà été faites ailleurs, dans une autre bibliothèque.

Un travail identique est réalisé à plusieurs reprises et signifie donc une perte de temps.

Créer une communauté sur une plateforme numérique d'échanges et de partages, d'expériences et de fiches pratiques, serait une solution.

Cette plateforme se destinerait aux bibliothécaires par les bibliothécaires, mais pourrait s'ouvrir aux scénographes, professionnels de l'animation et tous les partenaires de la lecture publique.

Avantage, un gain de temps en accédant à une la fiche pratique composée : des intervenants sollicités, des plans de financements, outils et produits numériques à récupérer.

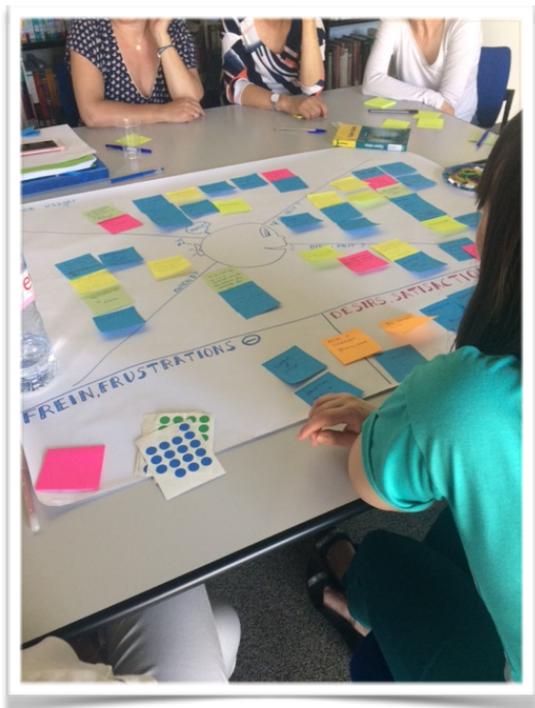
Parallèlement, cela permettrait une valorisation des compétences du territoire.

Par le biais de cette plateforme, un volet formation pourrait être pensé, du type Mooc ou autres formations à distance, avec le concours de la Bibliothèque départementale et l'ArL.

« Sur notre territoire nous sommes un peu éloignés les uns des autres. Aujourd'hui, nous avons la chance d'être ensemble, mais ce n'est pas évident de se retrouver régulièrement pour échanger et partager, comme nous l'avons fait aujourd'hui. »

Cette plateforme permettrait d'élaborer une toile culturelle des outils numériques mis à disposition pour et par les bibliothécaires. « Un numérique plus inclusif dans nos belles médiathèques ».

SORGUES



1^{ER} PROTOTYPE

Public cible : Les adolescents

Problématique : Les adolescents boudent leur bibliothèque, comment les faire venir ? comment leur faire vivre une nouvelle expérience ? [autour du manga]

Solution pensée : Créer une communauté, la Love plateforme.

Toutes les médiathèques proposent des mangas. Ce fonds est essentiellement lu par les adolescents, mais comment les attirer et faire vivre ce fonds ?

Création d'une plateforme régionale dédiée aux mangas, pour les gens qui aiment le manga, pour ceux qui ont envie de le découvrir, et animée par les personnes qui apprécient le manga et le défendent « corps et âme ».

Cette solution numérique permettrait :

- une agrégation de contenus (streaming de manga payant, recensement de tous les sites dédiés ou liés à la culture manga)
- un espace dédié aux événements et aux festivals
- un espace communautaire d'échanges
- la possibilité de recevoir des notifications pour informer les lecteurs des nouvelles parutions et suivre les infos de la bibliothèque à laquelle ils sont abonnés.

Une communauté composée d'experts de tous âges, bibliothécaires et adolescents passionnés.

« On imaginait bien sûr une vidéo de présentation par des ados de mangas sur la plateforme » mais aussi « apprendre à faire un sushi en direct [tuto, vidéo, commentaires]. »

Les bibliothécaires pourraient ensuite proposer des événements itinérants autour de cette communauté, en lien avec les librairies du territoire.

« La plateforme s'auto-alimenterait, avec des informations qui remonteraient automatiquement via l'agrégation d'autres informations du réseau. »

2ND PROTOTYPE

Public cible : professionnels de la Lecture publique.

Problématique : Partager les projets réalisés ou en cours sur le territoire régional.

Solution pensée : Une idée, une adresse/ Un clic, une idée/ Un clic, une ressource.

Mise en place d'une plateforme collaborative pour les projets culturels en bibliothèque.

Permettre à des bibliothécaires de disposer d'une plateforme numérique où seraient référencés les projets qui ont été développés sur le territoire de la région [projets en cours et projets finalisés].

Par exemple : les Étoiles [thématique de la Fête de la Science]. Sur cette plateforme, une énumération de tous les projets liés à cette thématique pourrait rapidement être accessible.

Deux entrées sur cette plateforme :

- Tout public
- Professionnelle [accès à plus d'informations]

Informations disponibles :

- un annuaire commenté d'intervenants
- un annuaire de bibliothécaires
- des fiches présentation événement/ projet [formulaire de saisie : présentation, thème, partenaire, budget, public].
- Cartographie des projets
- Newsletter et fil RSS

Possibilité de recherche par mot clé [thème, budget, zone géographique, date...].

Objectif : aider les bibliothécaires dans la prise de décisions sur les animations de projets culturels, favoriser un gain de temps, renforcer la communauté de bibliothécaires.

BOUCHES-DU-RHÔNE



1^{ER} PROTOTYPE

Public cible : les actifs non utilisateurs des services à distance ou sur place de la médiathèque. Une tranche d'âge qui utilise les outils numériques et qui fréquentent les réseaux sociaux.

Problématique : Comment améliorer la communication de la médiathèque, notamment *via* les réseaux sociaux ? Comment peut-elle promouvoir ses services en ligne et *in situ* ?

Solution pensée : Modélisation – ou modèle – d'une présence en ligne de la médiathèque.

Le groupe a partagé le constat suivant :

Cette catégorie de public a soit une représentation erronée de la médiathèque, soit ne connaît pas les services et les ressources qu'elle propose.

Tout l'enjeu est de développer une communication pertinente et tenter de s'immiscer dans les outils qu'ils utilisent au quotidien.

Ce groupe a donc pensé à l'utilisation de Facebook, réseau social le plus puissant en terme de données récoltées de leurs utilisateurs. Il s'agit, ici, d'acheter des mots clés et des données pour diffuser des informations sur le Fil d'actualité du profil de la personne.

L'exemple d'une personne ayant comme centre d'intérêt la SF a été retenu.

« On a imaginé de mettre en lien une personne ayant un centre d'intérêt qui correspond à un domaine culturel pour lequel la médiathèque propose des collections et des services. Grâce à la géolocalisation, un rapprochement avec la médiathèque la plus proche est effectué. Ainsi la médiathèque investit le réseau social de façon à ce que cet usager potentiel ait connaissance des activités de la médiathèque ou des médiathèques de proximité. »

Le prototype est donc une modélisation d'intégration d'une bibliothèque à un réseau social :

« Il ne s'agit pas de créer une page Facebook pour créer une page Facebook, c'est tenter de se dire quel va être le modèle de page et les techniques à utiliser de façon à ce que la médiathèque puisse être présente en ligne et de disséminer ses informations pour faire connaître à un usager potentiel les services qu'elle propose ».

Les données Facebook exploitées :

- centres d'intérêt
- lieu de résidence

Avec ces deux données, la médiathèque s'insérerait dans les posts des thématiques.

La question est : « comment la médiathèque peut apparaître sur le fil d'actualité d'une personne en achetant des mots-clés ? comment diffuser une action culturelle et/ ou une information sur les collections en fonction des centres d'intérêt ? »

« hé ho, la médiathèque existe ! et elle a un lien avec votre passion ! elle peut vous proposer un certains nombres d'actions et de services en lien avec vos envies/ souhaits/ intérêt ».

C'est un enjeu de communication essentiellement.

Inclure les services des collectivités est envisagé, certains services en ligne, que le citoyen va utiliser pour s'inscrire à un service ou pour une utilisation quelconque. Sur ces dispositifs de services, la médiathèque pourrait être affichée (un pop-up avec un petit questionnaire centres d'intérêt utilisable par tous). *Attention : consentement RGPD obligatoire.*

Une création d'une communauté d'intérêt [réseau social d'intérêts] avec qui communiquer serait ainsi constituée et enclencherait sur « un système de

recommandations pour la collection, informer sur les animations et autres informations

»

Objectif final : utiliser les services de la médiathèque.

2ND PROTOTYPE

Public cible : Actif 20-30 ans, non-usager des bibliothèques.

Persona : homme, basketteur, 25 ans, fraîchement installé à Aix-en-Provence pour poursuivre ses études de Droit.

Problématique : comment entrer en contact avec les non-usagers, nouveaux habitants de notre territoire ?

Solution pensée : parcours immersif dans la ville, interconnexion des services aux usagers.

Arriver dans une nouvelle ville implique un certain nombre de démarches administratives : nouveau contrat EDF, recherche de logement via une agence immobilière, création d'une carte étudiant, inscription à une activité sportive...

La bibliothèque pourrait être partenaire de ces structures. L'idée est d'entrer en contact immédiatement via ces nouveaux partenaires, générer une pré-inscription et fournir un code d'accès au portail.

S'il ne fait aucune démarche administrative, ce persona va certainement parcourir la ville, visiter les lieux, aller au supermarché, au bistrot. Certains de ces lieux seraient 'connectés' à la bibliothèque. Lors de ce parcours, la personne recevra une notification sur son smartphone (push) proposant les services de la médiathèque (ressources numériques, agenda culturel...). Des affiches connectées seront déployées dans les supermarchés et bistrot où un QRcode pourrait être scanné.

Il aura donc la possibilité de s'inscrire à la bibliothèque via ces différents services.

Il aura deux options :

- une inscription via les réseaux sociaux sur lesquels il est déjà présent, où un certain nombre d'info seront récupérées,
- soit saisir lui-même ses centres d'intérêt et son profil usager.

Il pourra donc recevoir des infos en lien avec ses centres d'intérêt, système de push via SMS, en rapport avec son profil et les informations de la bibliothèque.

« Donc voilà, c'est vraiment cette notion de parcours connecté dans la ville où la bibliothèque est hors les murs mais identifiée de manière innovante ailleurs »

« Notion de partenariats avec tous les commerces et lieux de la commune, proposer des contenus ciblés en fonction du profil de la personne ».

« Trouver des capteurs qui permettent d'attirer ce public et de montrer que la médiathèque peut être innovante via ce type d'outil. »

ALPES-MARITIMES

1^{ER} PROTOTYPE

Public cible : public empêché (primo-arrivants, personnes sous main de justice/ incarcérées, personnes handicapées [toutes formes d'handicap])

Problématique : La médiathèque ne parvient à toucher le public empêché, par manque de connaissance, d'information et de formation, et pour des problématiques d'accessibilité physique, technologique et administrative.

Solution pensée :

Constitution d'un comité de pilotage composé de :

- l'équipe de la médiathèque
- services de la ville
- institutions publiques : personnel soignant, personnel du milieu pénitentiaire, personnel social
- partenaires associatifs
- des usagers [citoyens]
- personnes représentant ce public empêché

Idée : créer une solution en amont, en concertation et en co-construction avec le comité de pilotage, pour gagner du temps, activer une synergie collective et surtout mieux répondre aux besoins de ces usagers.

Cette solution serait déployée sur différents supports numériques et développée en responsive design. L'axe principal du projet est une communication simple et directe, facilitée pour tous les publics.

Le contenu serait évolutif, déterminé en continu par le comité de pilotage et traduit en différentes langues (+ audiodescription). Sous forme d'application, cette solution serait développée pour répondre à tous les handicaps, toutes formes d'empêchement physique.



Un collectif d'usagers et partenaires pourraient s'investir sur du temps d'accompagnement et de formation par exemple.

Une communication massive serait pensée : simple, directe et compréhensible du premier regard, celle-ci pourrait être déployée dans les abris-bus, sucette Decaux... L'humour serait utilisée dans cette campagne de communication.

« Nous nous sommes rendus compte que même si nous avons fait une carte d'empathie, on s'imagine leurs besoins mais cela ne vaut pas réalité, aller voir l'utilisateur pour comprendre son besoin réel ».

Parallèlement, il est prévu un temps de formation et d'accompagnement du personnel de la médiathèque, avec mise en situation.

« L'Humain est en jeu. Il faut mettre en place un système de formation professionnelle et d'accompagnement avec mise en situation ».

2ND PROTOTYPE

Public cible : Adolescents entre 12 et 18 ans, non-usagers de la médiathèque

Problématique : Quelles activités proposer à ces adolescents ? Quels services ? Comment les intéresser et les amener à se déplacer en médiathèque ? comment les faire participer à la vie de cette structure ?

« Les adolescents aiment se prendre en photo, se filmer, se montrer, créons-leur un espace »

Solution pensée : Dans ta face !

Créer un espace shooting photo et vidéo dédié aux adolescents. Cet espace serait équipé d'un matériel adéquat et performant, de très bonne qualité et en libre accès. Parallèlement, des ateliers pourraient être programmés dans ce même espace.

Matériel envisagé (en supplément de celui dédié au photo et vidéo) :

- un grand cadre numérique où serait publié en direct les photos et vidéos réalisées.
- une borne d'impression sur place
- un photomaton

Quelques services potentiels à partir de cette solution :

- communication de ce service et de la médiathèque par les adolescents : réseaux sociaux, hashtags spécifiques
- création d'un mur d'expression sur le site de la médiathèque (post des photos en direct sur le site)
- lancement d'un concours avec toutes les médiathèques ayant cet espace dédié
- intervention de passionnés et spécialistes de la photo/ vidéo
- développer une partie 'Influenceurs du livre' : booktubing, chaîne youtube...
- création d'expositions photo à partir de ce qui est produit dans cet espace
- création d'évènement dédiés
- organisation anniversaire d'ado (réservation de l'espace)

« Le but étant de s'approprier les lieux au bénéfice des autres »

VAR

1^{ER} PROTOTYPE

Public cible : professionnels de la Lecture publique.

Problématique : Partager les projets réalisés ou en cours sur le territoire régional.

Solution pensée : Plateforme d'échanges

Nom du projet : RPBS (Réseau Partage Bib Sud)

Slogan : On est tous des apprenants et des sachants.



Le groupe a soulevé les disparités de formation entre les professionnels et le manque de communication entre les différentes bibliothèques.

Objectif pour réduire ces disparités/ dysfonctionnements : création d'une plate-forme en ligne d'échanges d'information, sur les conférences, les animations mises en place, des tutoriels. Informations accompagnées d'une assistance en temps réel avec une visio-assistance (à appeler en cas de question usager sans réponse en interne).

Des réunions de formation pour son utilisation seront à décliner sur l'ensemble du territoire.

Concernant la communication de ce service, elle serait menée par les bibliothèques départementales, l'ArL, la Région et les Départements.

2ND PROTOTYPE

Public cible : Les jeunes actifs.

Problématique : Comment toucher les jeunes actifs saturés d'offres numériques.

Les jeunes actifs sont majoritairement sur-équipés en terme de supports et ressources numériques (deezer, spotify, netflix, tablettes, smartphone, écran télévisé...). Comment la médiathèque peut-elle se positionner clairement comme service public numérique efficace et attractif ?

« Donc, c'est un trentenaire, quadra, il est chez lui, il est très tard, installé sur son canapé. Il a une tablette, il va pouvoir - même à cette heure tardive - tranquillement de chez lui, en se connectant à une plateforme Service Public s'inscrire au musée, à la médiathèque. Sur cet espace, la médiathèque lui fait part de propositions diverses et variées. Il peut s'inscrire au club de tennis ou prendre un abonnement pour le parking de la ville. »

La médiathèque s'inscrit dans un espace numérique transversal de la collectivité, via un espace personnalisé.

Dans la partie dédiée à la médiathèque, il pourra réserver des lieux physiques (pour travailler, pour se détendre entre amis), des films et d'autres ressources. Il participera à des ateliers de chez lui, (ateliers en ligne) ou in situ.

Un espace public virtuel et réel, disposant de technologie de pointe et suréquipé dans sa version physique.