

Une forte implication des personnels dans l'alimentation des réseaux sociaux est indispensable pour conforter la communication de la bibliothèque, et interagir véritablement avec les étudiants et les enseignants-chercheurs.

Investissement et réactivité permanente

Les bibliothèques de l'université Versailles-St-Quentin-en-Yvelines

C'est dès la fin de 2011 que, dans les BU de l'université de Versailles-St-Quentin-en-Yvelines (UVSQ), sont créées cinq pages Facebook. L'ensemble des personnels sont sensibilisés aux réseaux sociaux puis initiés au maniement de Facebook, avec une volonté de participation libre. Les personnels volontaires, toutes catégories confondues, créent leurs comptes pro pour participer à l'animation des pages, en fonction de leur BU d'origine et de leurs sujets privilégiés. L'objectif était d'associer une banque d'accueil virtuelle à une banque d'accueil physique, pour aller à la rencontre des étudiants, valoriser l'image de la BU, annoncer des événements et informer en temps réel selon une logique d'interaction sociale. Animer une communauté sur les réseaux sociaux permet aussi de gagner en rapidité en réduisant le circuit de communication institutionnel souvent saturé et en passant d'un discours formel à un ton plus direct et personnalisé, créant ainsi une certaine connivence avec les étudiants. Trois ans après leur lancement, les cinq pages ne sont plus que quatre. En effet, en novembre 2013 -et pour cause d'inactivité- il a été décidé de fusionner la page de la BU de Rambouillet avec celle de la BU de Vélizy.

LES ANNÉES PASSENT ... ET FACEBOOK EST TOUJOURS LÀ

Depuis les premières vagues de formation en 2011 et 2012, chaque nouvel agent rencontre la community manager en charge de la formation à Facebook pendant sa semaine de formation-accueil afin d'être sensibilisé aux réseaux sociaux, même si tous ne créent pas leur compte Facebook professionnel. On dénombre actuellement trente comptes pro sur 50 agents, dont dix-sept participant occasionnellement à l'animation des pages et treize les animant régulièrement selon un mémo du publiant, afin de respecter une stratégie éditoriale prédéfinie. En sept ans

d'animation, aucune dérive ou publication abusive n'a été constatée, prouvant ainsi que le projet de créer un comité de validation n'était finalement pas nécessaire. Nous pouvons constater une tendance à une « spécialisation » des contributeurs actifs associée à une moindre participation des collègues volontaires. Ces derniers considèrent sans doute que le pôle Promotion des services et partenariats des BU, officiellement en charge de la communication externe, est plus légitime pour assurer la rédaction des contenus. Le pôle tente également de programmer une chaîne de publication des informations afin d'élargir au maximum l'équipe des contributeurs, mais aussi de mutualiser les publications communes (horaires d'été, mise en place de services concernant tous les sites, fermeture exceptionnelle, ...) dans le but d'harmoniser la communication.

ET TWITTER COMPLÈTE LE DISPOSITIF

Le compte Twitter de la BU (@BIBuvsq) a vu le jour le 25 mars 2015 à la veille de l'anniversaire des dix ans de la BU de St-Quentin - qui a naturellement été le premier événement relayé sur ce réseau social. Tous les agents de catégorie A peuvent publier sur ce compte, et doivent y contribuer selon une astreinte hebdomadaire répartie sur l'année, soit trois à quatre semaines par an par agent. Ils interviennent sous le compte commun @BIBuvsq et doivent respecter la charte de publication rédigée à cet effet. Ce compte vise plus spécialement la communauté enseignants-chercheurs de l'UVSQ, les partenaires sur le territoire des Yvelines et les professionnels des bibliothèques. Le compte Twitter vise à promouvoir les services et les collections de la BU, à diffuser sa veille, à converser avec les usagers et la communauté professionnelle. Comme pour Facebook, il convient d'évaluer au

préalable la pertinence de la publication. En quoi peut-elle intéresser l'étudiant, le chercheur, l'enseignant, le professionnel ? En quoi informe-t-elle de l'actualité des bibliothèques, valorise-t-elle la/les bibliothèque(s) ou/et les compétences des agents ?

ÊTRE PRÉSENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NE SUFFIT PAS, ENCORE FAUT-IL INTERAGIR

Animer une communauté, c'est développer des interactions pour créer un sentiment d'appartenance. Fidéliser les abonnés, c'est favoriser les échanges pour maintenir la dynamique des bibliothèques. En plus des informations / communications « classiques » du type mise en place de services, changements d'horaires, fermetures exceptionnelles, ateliers de formation ou expositions, des « retrouvailles » régulières sont programmées comme le rendez-vous bimensuel de #uneéquipeàvotreservice, permettant de découvrir le travail de chaque agent, ou les énigmes de #bossenMaths pour interpellier les étudiants sur un sujet scientifique, etc. Le calendrier de l'Avent 2016 a été le prétexte pour décliner les services des BU (un service par jour). Celui de 2017, axé sur les collections, faisait la promotion quotidienne d'un livre recom-

Chuuuut...
ici on dort

6 personnes max
Téléphone portable éteint
Ni nourriture, ni boisson



➔ 26 000 vues pour la publication Facebook du 30/11/2017 annonçant l'ouverture du coin sieste à la BU : succès garanti.



© DBIST/UVSQ

➤ Clin d'œil virtuel, le père Noël teste services et espaces de la BU : Facebook comme un roman-feuilleton (photo postée le 21/12/2017).



© DBIST/UVSQ

➤ Marre d'avoir froid à la BU ? Communication de crise suivie d'une rencontre entre le service du patrimoine immobilier et les étudiants (photo postée le 7/03/2018).

mandé par un enseignant de l'UVSQ, ce qui a permis d'associer activement les enseignants toutes UFR confondues. Publier sur les réseaux sociaux passe aussi par des clin d'œil virtuels : St Valentin, blague du 1^{er} avril, le père Noël qui se balade dans la bibliothèque et utilise tous les services (démarche UX), caché derrière sa barbe blanche, ou encore la publication, en novembre 2017, sur l'ouverture d'un « coin sieste » à la BU de St-Quentin, qui a généré près de 26 000 vues en 48h, accompagnées de nombreux commentaires sympathiques sur la BU mais aussi sur l'université !

Interagir sur les réseaux sociaux ne se résume pas seulement à alimenter les pages des BU. Par l'intermédiaire de leurs comptes professionnels, les agents « infiltrent » aussi les groupes Facebook montés par les étudiants afin de récolter et transmettre les informations les plus pertinentes. Par exemple, la responsable des acquisitions en SHS est membre des groupes de master correspondants, tout comme les responsables des acquisitions en médecine et en droit. Il est également nécessaire de contrôler régulièrement ses pages et de veiller à répondre à toute question, ce qui nécessite un investissement régulier et une réactivité permanente. La community manager doit aussi savoir gérer la « communication de crise », en cas de polémique ou de commentaire très négatif, concernant souvent les sujets sensibles comme les fermetures en cas de grève, les horaires ou le chauffage. Il est vrai que les pages Facebook peuvent parfois servir de défouloir mais il est conseillé de répondre calmement, en trouvant le bon ton, voire l'humour pour calmer les humeurs, sans y mettre trop d'affect !

Enfin, au même titre que n'importe quel service de la bibliothèque, toutes les occasions sont bonnes pour promouvoir les réseaux sociaux des BU : visites et amphis de rentrée, questionnaires-quizz d'accueil, animation de stands lors de la *BUzz week*, mailing pour donner les bons réflexes de début d'année universitaire.

S'INTÉGRER AUX RÉSEAUX DE SON UNIVERSITÉ

Les réseaux sociaux des bibliothèques sont des maillons dynamiques des réseaux sociaux de l'UVSQ. Les BU appartiennent à un réseau de communication numérique dont l'objectif est de développer la visibilité de l'UVSQ en likant d'autres comptes UVSQ, en taguant et en retweetant pour assurer une force de frappe commune. De plus, interagir sur les réseaux sociaux donne aussi de la visibilité à nos actions au niveau de nos tutelles, Présidence et autres services de l'université. C'est aussi le moyen de fédérer personnel de la BU et étudiants en étant solidaires devant des problèmes récurrents comme le manque de chauffage en hiver. Suite à de nombreuses plaintes, la BU lance, en décembre 2016, un concours photo sur le thème « Marre d'avoir froid à la BU ». Il a permis d'organiser, début 2018, une réunion d'information avec la direction du Patrimoine immobilier de l'université et les étudiants. Toute la communication de ces événements a été relayée sur Facebook.

Mais pour ne pas disperser leurs forces, les BU ne souhaitent pas pour l'instant, prendre en main d'autres outils et préfèrent s'intégrer dans des comptes institutionnels de l'UVSQ alimentés régulièrement, comme YouTube par exemple.

UN PASSAGE OBLIGÉ POUR LES BIBLIOTHÈQUES

Participer aux réseaux sociaux est désormais un passage obligé pour rester en contact avec les publics et s'adapter à leur nomadisme. De ce fait, chaque fiche de poste des personnels de BU de catégorie A mentionne une mission de participation aux réseaux sociaux, et principalement à Twitter. Il ne suffit plus à chaque agent d'assurer ses missions « classiques », il est tout aussi important de valoriser le service par une interaction permanente avec les communautés desservies. Ainsi, désormais, aucun projet ne se monte sans penser en amont à sa promotion sur les réseaux sociaux.

La qualité de celle-ci est reconnue par les étudiants qui font des retours positifs sur l'animation de nos pages. Elle a aussi permis aux audits étudiants de donner leur avis sur le choix du nom du service de distributeur automatique de PC, ou de répondre par ce biais aux enquêtes qualité type LibQual. Enfin, dans le cadre de la labellisation Marianne, la communication via les réseaux sociaux est ressortie comme l'un des quatre points forts du service, d'après l'auditeur AFNOR.

CHANTAL MERLE

Responsable du pôle Promotion des services et partenariats
chantal.merle@uvsq.fr

DOROTHÉE PAIN

Responsable communication
dorothée.pain@uvsq.fr
Direction des Bibliothèques et de l'IST
Université Versailles St-Quentin-en-Yvelines