

# Construire sa présence sur les réseaux sociaux

*l'exemple du SCD de l'université Caen Normandie (UNICAEN)*

**Autour du compte Twitter @BibUnicaen, la BU de Caen utilise l'ensemble des outils sociaux, chacun selon ses spécificités, pour informer un public hybride parfois difficile à cerner.**

Pour les bibliothèques universitaires, en prise avec des enjeux documentaires et numériques forts et fréquentés majoritairement par des publics jeunes et massivement convertis à ces réseaux, il est essentiel de s'implanter également dans ces lieux virtuels où se trouvent leurs propres usagers. Beaucoup s'y sont donc ralliés, admettant ainsi que la visibilité *online* de la BU, la promotion de ses collections et de ses services *in situ* dépendent aussi, désormais, d'une présence continue voire démultipliée sur ces plateformes sociales. Néanmoins, c'est dans l'appartenance, plus large, à un véritable écosystème numérique et dans l'interaction constante avec les blogs, portails et autres ressources ou outils de communication, y compris à l'échelle de l'université, que cette présence en ligne prend tout son sens et que l'identité de la BU se structure et s'affirme. C'est en février 2013 que les bibliothèques de l'université de Caen Normandie ont fait leurs premiers pas sur les réseaux sociaux. À la faveur de ce qui n'était alors qu'une expérimentation, il est rapidement devenu nécessaire d'établir une stratégie de médiation numérique et d'investir plus largement et plus finement les réseaux sociaux, investissement qui s'est également traduit par de nouvelles façons de travailler ensemble et d'interagir avec les usagers. Il a aussi fait naître des enjeux forts, pour exister sur les réseaux sociaux parallèlement aux autres formes de médiation et à la communication institutionnelle de l'université elle-même, et pour fédérer des comptes multiples, aux objectifs et aux contenus très différents, tout en proposant néanmoins un visage uni, une identité cohérente.

## 2013, LES DÉBUTS

Le 14 février 2013, en accord avec la direction de la communication, le SCD de l'UNICAEN inaugurerait un groupe Facebook intitulé « BuzzUnicaen », en prenant prétexte de la Saint-Valentin pour établir les premières

relations avec les usagers en ligne, *via* cette accroche : « Vous aimez votre bibliothécaire ? Dites-le-lui sur le nouveau groupe Facebook de la BU ! ».

Ce projet initial de *forum* des bibliothèques de l'UNICAEN avait pour but de rapprocher les bibliothécaires des usages sociaux et mobiles du public, de proposer un espace d'échange entre les usagers et les professionnels autour de la documentation des bibliothèques, de contribuer à l'image de l'université de Caen Normandie et, enfin, d'améliorer la visibilité des services proposés dans les bibliothèques. Il n'y avait, pour le personnel, aucune obligation d'y participer, et c'est donc sur la base du volontariat que s'est formée une équipe de vingt-cinq professionnels, soit un quart de l'effectif du SCD, toutes catégories professionnelles confondues. Posts et commentaires, tant des usagers que des bibliothécaires, étaient soumis à une modération *a priori*.

En 2017, faisant le constat d'une stagnation du projet, d'une perte de visibilité et de la baisse significative des interactions avec les usagers, la direction du SCD a décidé de fermer le groupe « BuzzUnicaen » et de ne plus apparaître sur Facebook, laissant

moins hiérarchique, et elle a ouvert la voie à une nouvelle stratégie à double enjeu, mise en place sur Twitter notamment, permettant aux bibliothèques d'acquérir une visibilité et une notoriété propre, indépendamment de l'activité générale de l'université.

## COMPTES THÉMATIQUES ET STRATÉGIE DISCIPLINAIRE : @BibSTAPS, @BibLettres, @BibSciences, @BibSanté

Contrairement à la plupart des BU et SCD français actifs sur les réseaux sociaux, le SCD de l'université de Caen Normandie a fait le choix dès la fin de l'année 2013 d'ouvrir des comptes dédiés à des champs disciplinaires spécifiques sur Twitter, en miroir des thématiques documentaires couvertes dans ses bibliothèques. Il s'agissait, tout en valorisant les collections, l'action et les services de la BU concernée, d'aller au-delà de cette seule offre en proposant et en relayant toute information pertinente et vérifiée sur l'actualité et l'activité d'une discipline donnée, pour devenir en définitive un compte de référence dans le domaine en question. Cette ambition est aujourd'hui encore nourrie par la nécessité

## BuzzUnicaen avait pour but de rapprocher les bibliothécaires des usages sociaux et mobiles du public

à la page de l'université, sensiblement plus consultée et comptant alors plus de 21 000 abonnés, le soin d'y relayer les informations liées à la documentation. Cette première expérience a cependant porté ses fruits. Elle a servi de « bac à sable » et a permis aux équipes et aux agents concernés de se doter d'outils précis pour accompagner la présence institutionnelle sur les réseaux sociaux (charte de bon usage, outils de programmation et de veille, fiches éditoriales...). Elle a aussi confirmé la nécessité d'un fonctionnement plus léger, plus direct et

la seule période de  
du cadre universi-  
taire, à la fois dans le  
temps, en fidélisant  
les étudiants par-delà  
la seule période de

leurs études, et dans l'espace, en touchant un public extérieur à l'université. Il fallait pour cela que les comptes ouverts ne se limitent pas à faire état auprès d'un public limité de la vie de la BU, mais proposent continuellement un instantané thématique à destination d'une large communauté.

Le compte Twitter @BibSTAPS, consacré aux sports et aux disciplines associées, a ouvert le bal de ces comptes disciplinaires en décembre 2013 et entériné le choix privilégié de ce réseau social alors en pleine croissance, fréquenté par des publics très variés



➔ Vue de la BU Madeleine-Brès qui illustre le bandeau du compte Twitter de @BibUnicaen.

et facilitant la médiation documentaire. Le choix de mettre en avant ce champ disciplinaire s'est imposé naturellement : les étudiants de cette UFR étaient très nombreux sur Twitter et la BU organisait un cycle de conférences professionnelles avec le master « Management du sport », dirigé par Boris Helleu, spécialiste de la digitalisation du sport-spectacle. Le succès du compte en a rapidement fait le premier des BU françaises en nombre d'abonnés (aujourd'hui plus de 3 200), et la communication du SCD, en accord avec la direction de la communication de l'université, a dans la foulée lancé plusieurs comptes bâtis sur le même principe : @BibSciences en mars 2014, @BibSanté en octobre 2014, @BibLettres en mai 2016, @BibEduc en septembre 2018. Animé conjointement par deux agents du SCD, chaque compte s'attache à valoriser la documentation imprimée et numérique sur son thème, à relayer les animations en relation (conférences, expositions...), à partager articles, billets et émissions sur les sujets des enseignements et de la recherche de la discipline concernée. Le cas échéant, il permet également de répondre aux sollicitations bibliographiques des abonnés, en complément du renseignement en salle ou du service de questions/réponses.

### IDENTITÉ ET COMPLÉMENTARITÉ DES MÉDIAS @BIBUNICAEN

Il était important de construire, parallèlement à cette activité sur les réseaux sociaux, un environnement transversal et fédérateur, témoin de la politique générale et du quo-

tidien du SCD dans son ensemble. Ce fut BuzzUnicaen, disparu aujourd'hui au profit de BibUnicaen. Dès 2014, BuzzUnicaen s'est décliné sur Flickr, SlideShare, YouTube et Pinterest – chaque réseau, selon ses spécificités, facilitant la mise en avant différenciée des services, des outils et des collections, tout en fonctionnant en complémentarité des autres.

Flickr permet de constituer des albums photographiques visibles de tous, qui sont autant d'archives visuelles pérennisant les animations et les expositions passées. Slideshare recueille les présentations, diaporamas et guides d'utilisation des ressources numériques, tout en valorisant le métier et les missions du bibliothécaire. La fiche de présentation du Sudoc, consultée plus de 133 000 fois, ou celle expliquant le fonctionnement de PubMed, vue plus de 54 000 fois, en témoignent. La chaîne YouTube des BU diffuse les vidéos des nombreuses conférences tenues dans les BU, mettant ainsi en valeur l'activité culturelle et scientifique autant que des rendez-vous thématiques comme « [En] quête de sciences » et « Thèse en poche ». Pinterest offrait la possibilité d'épingler sur l'écran les couvertures de nouveautés ou d'ouvrages sélectionnés sur une thématique particulière. Le compte a cependant été abandonné, du fait d'une évolution récente de l'outil exigeant de ses visiteurs l'ouverture d'un compte en corollaire à toute consultation. La diffusion de ce type de contenu s'opère depuis lors directement sur le portail documentaire. Un accès unifié aux ressources hébergées

sur ces différents comptes était nécessaire pour organiser leur usage et renforcer l'identité en ligne du SCD : c'est la fonction du compte Twitter @BibUnicaen, dont l'intitulé rappelle ceux des comptes thématiques. Maillon intermédiaire entre l'actualité de chaque bibliothèque et celle de l'université, il n'aborde pas seulement les actions et la documentation du SCD, mais cherche à valoriser l'*open access*, les archives ouvertes, la fiabilité de l'information et l'innovation en bibliothèque.

### UN PUBLIC HYBRIDE

Très actif sur les réseaux sociaux, le SCD de Caen fait l'expérience régulière d'une difficulté particulière, celle de suivre un public hybride, à la fois usager quotidien et spectateur à distance, aux caractéristiques et aux motivations variables et difficilement identifiables - un public à la fois étudiant et plus âgé, demandeur d'informations et de contenus très différents. De plus, ce public se renouvelle sans cesse, et ses habitudes sur les réseaux sociaux se modifient constamment. C'est dans l'optique de suivre ce public, d'explorer de nouvelles formes d'interaction avec lui, que sont envisagés de nouveaux projets qui, de l'ouverture d'un compte Instagram au renforcement de la vidéo sur Twitter, permettront peut-être de garder le contact ou d'en nouer de nouveaux – en complément du nécessaire service public en salle de lecture.

**CÉLINE CHUITON**  
celine.chuiton@unicaen.fr

**JULIEN LEGALLE**  
julien.legalle@unicaen.fr

**JUDE TALBOT**  
jude.talbot@unicaen.fr  
SCD de l'université Caen Normandie



➔ Illustration d'un tweet du 26/04/2018 pour promouvoir la réalisation de cubes proposant des ressources numériques par thématique dans les BU (ici Droit).