

Table des matières

Préface	1
Michel GORIN	
Introduction	5
Partie 1. L'environnement et la société	9
Chapitre 1. Les mutations sociétales et les bibliothèques.	11
1.1. En termes d'innovation.	11
1.2. Dans le monde du travail	12
1.3. Dans le monde associatif professionnel	15
Chapitre 2. Les changements économiques	17
2.1. Une activité documentaire et d'information en évolution	17
2.2. L'économie de l'information	18
2.2.1. Quelques chiffres	18
2.2.2. La gratuité de l'information	19
2.2.3. Une approche économique de l'information et des bibliothèques.	20
2.3. L'information, un bien public	22
2.3.1. Gratuité, information et bibliothèques publiques	24
2.3.2. Pourquoi une information payante ?	25

2.4. Internet, le numérique	27
2.5. Vers de nouveaux modèles économiques	27
2.6. La théorie des biens communs de la connaissance.	28
Chapitre 3. Les évolutions du lieu bibliothèque	31
3.1. Sous l'angle de la création et de l'innovation.	31
3.2. Du troisième lieu au <i>do it yourself</i>	32
3.2.1. Les espaces publics numériques (EPN) en France	34
3.2.2. Quelques exemples de <i>Fab Labs</i> dans les bibliothèques américaines	36
3.3. Des espaces d'apprentissage ou <i>Learning Centers</i>	36
3.4. Le concept de <i>Smart Libraries</i>	37
3.5. Des espaces de bien-être	39
3.6. Des lieux d'accueil : une démarche orientée utilisateur	41
3.7. L'utilisation du lieu bibliothèque	43
3.8. Des bibliothèques vertes	45
Chapitre 4. Les changements juridiques	47
4.1. Le règlement européen en matière de protection des données (RGPD) appliqué aux bibliothèques	47
4.1.1. Les champs d'application.	48
4.1.2. Le traitement et l'hébergement des données	49
4.2. La protection des données personnelles	50
Partie 2. Ressources humaines et management	53
Chapitre 5. Les nouvelles théories du management applicables aux bibliothèques	55
5.1. Le management participatif	56
5.1.1. Les cinq principes du management participatif	56
5.1.2. Les qualités requises pour un management participatif	57
5.2. Le management par la bienveillance ou la bienveillance	58
5.3. L'empathie, une méthode de management ?	60

5.4. Le <i>change management</i> (CM) ou gestion du changement	61
5.4.1. Les trois niveaux du <i>change management</i>	62
5.5. La gestion de projets : théorie et applications.	63
5.5.1. Un fonctionnement en mode projet : deux études de cas	64
5.5.1.1. Première étude de cas : la bibliothèque de la Faculté des sciences, Université de Genève.	64
5.5.1.2. Deuxième étude de cas : bibliothèques et archives de la ville de Lausanne (BAVL).	70

Chapitre 6. Quelques enseignements en termes de management et de *leadership* 73

6.1. Les nouvelles méthodes de gestion : <i>Design Thinking</i> , <i>User Experience</i> , les méthodes agiles	74
6.1.1. Le <i>Design Thinking</i>	74
6.1.1.1. Définir le <i>Design Thinking</i>	75
6.1.1.2. Le <i>Design Thinking</i> appliqué aux bibliothèques	76
6.1.2. <i>User experience</i> (UX) : l'expérience utilisateur	77
6.2. Le pouvoir de l'utilisateur	79
6.3. La mise en place et le pilotage d'un projet agile	80
6.3.1. L'application des méthodes agiles	80
6.3.2. L'agilité en bibliothèque	81
6.4. Management de bibliothèque et <i>leadership</i> , des concepts en redéfinition constante.	82

Partie 3. Les outils documentaires et la technologie. 85

Chapitre 7. La transformation numérique des bibliothèques 87

7.1. La bibliothèque comme service : des catalogues aux plateformes numériques	88
7.1.1. Les plateformes de services	88
7.1.1.1. Les plateformes généralistes.	88
7.1.1.2. Les plateformes de services documentaires	91
7.1.2. Intranets documentaires, portails d'information documentaire, dépôts et bibliothèques numériques	93

7.1.3. Les plateformes de veille, d'intelligence économique et de curation	96
7.1.4. Les plateformes sociales	99
7.1.4.1. Les réseaux sociaux généralistes	99
7.1.4.2. Grille d'analyse des réseaux sociaux	100
7.1.4.3. Réseaux sociaux et bibliothèques.	101
7.2. L'archivage numérique de documents	102
7.2.1. L'archivage des documents : aperçu sur l' <i>Open Access</i>	103
7.2.2. Les méthodes de diffusion	105
7.2.3. La politique européenne en matière d'accès libre (<i>Open Access</i>)	106
Chapitre 8. D'autres technologies au service de la transformation des bibliothèques	109
8.1. La <i>blockchain</i>	109
8.2. La réalité augmentée/virtuelle en bibliothèque	110
8.2.1. Histoire de la réalité augmentée en bref.	111
8.2.2. La réalité augmentée expliquée	111
8.3. L'intelligence artificielle (IA) et la robotique.	112
Partie 4. Le marketing	115
Chapitre 9. Les techniques marketing applicables aux bibliothèques	117
9.1. Le marketing digital.	117
9.2. L'utilisateur au cœur de la transformation.	118
9.2.1. Relever les défis en cours.	118
9.2.2. Capter l'attention de l'utilisateur en ligne.	120
9.3. Adopter une démarche marketing en cinq étapes	121
9.4. Le marketing au quotidien.	124
Chapitre 10. L'utilisateur au cœur : la médiation	127
10.1. Garder le lien avec l'utilisateur : la médiation	128
10.2. La/les médiation(s)	130

10.2.1. La médiation documentaire	131
10.2.2. La médiation sociale	132
10.2.3. La médiation culturelle	133
10.2.4. La médiation numérique.	133
10.2.5. La médiation scientifique	134
Chapitre 11. L'identité numérique de la bibliothèque	137
11.1. Définir l'identité	137
11.2. De l'individu au groupe et à l'institution bibliothèque	139
11.3. Profils, comportements et traces sur Internet	140
Chapitre 12. Adopter une stratégie de marque en bibliothèque	143
12.1. Définir la notion de marque	144
12.2. Marque et bibliothèque	145
12.3. L'univers de la marque	147
Conclusion	149
Bibliographie.	151
Index	155