

plus d'infos tous les jours
sur Archimag.com



emprunts et acquisitions en bibliothèque



seventyfour/freepik

La littérature jeunesse reste en tête des genres de prédilection des prêts (39 %), devant la BD (33 %) et la fiction adulte (20 %). Les acquisitions, elles, reflètent un équilibre plus net entre fiction adulte (27 %), jeunesse (37 %) et BD (26 %).

13,5 millions de prêts et 567 744 ISBN distincts : le Baromètre 2024 des prêts et des acquisitions, publié par le ministère de la Culture le 20 août dernier et basé sur les données de 427 bibliothèques représentatives, confirme la diversité des pratiques de lecture en bibliothèque. Dix ans après sa première édition,

ce rapport met en lumière la dispersion massive des emprunts et des acquisitions, révélant un paysage documentaire qui échappe aux logiques de concentration du marché du livre.

une dispersion toujours marquée

En effet, les dix titres les plus empruntés en 2024 ne représentent que 0,3 % de l'ensemble des prêts, tandis que les dix plus acquis ne pèsent que 1 % des achats. Même en élargissant l'analyse aux 10 000 titres les plus empruntés ou acquis, ceux-ci ne représentent pas plus de la moitié du total. La majorité des lectures et des achats se disperse donc sur une immense variété d'ouvrages, un phénomène déjà relevé les années précédentes et lié aussi aux contraintes du prêt (durée limitée, exemplaires disponibles, etc.). ■

Metroteka à la prochaine station

Les usagers de la ligne 2 du métro de Varsovie ont désormais une bonne raison de s'arrêter à la station Kondratowicza. La bibliothèque Metroteka vient d'y être inaugurée sur une surface de 150 mètres carrés, aménagée dans un style résolument contemporain. Le nouvel équipement propose 16 000 ouvrages destinés aussi bien aux enfants qu'aux adultes.

accès aux livres 24 heures sur 24

Dotée d'un système de prêt et de retour de livres en libre-service RFID, Metroteka permet d'accéder aux livres 24 heures sur 24. Un espace de détente et des ordinateurs sont également mis à disposition des usagers. Fruit d'une collaboration entre la bibliothèque publique locale et la société de transport de la ville, Metroteka rejoint les projets de bibliothèque souterraine qui ont déjà vu le jour à Tokyo, Buenos Aires ou Londres. ■

livre...



Marketing appliqué des bibliothèques et services d'information. Dispositifs et évolutions.

Sous la direction de Jean-Philippe Accart -
Londres : ISTE Éditions, 2025 - 192 p. -
ISBN 978-1-83612-032-2 / 67 euros

C'est peu dire que les bibliothécaires ont réagi avec défiance lorsque le terme de marketing est apparu dans le champ lexical de la bibliothéconomie. Aujourd'hui encore, « les bibliothécaires sont peu sensibilisés au marketing, car il est vu comme un domaine propre à l'entreprise privée, marchand et ne concernant pas le domaine public », constate Jean-Philippe Accart, contributeur bien connu des lecteurs d'Archimag, qui a dirigé cet ouvrage collectif. Pourtant, exemples à l'appui, l'usager reste bien au cœur de toute stratégie marketing. Notamment grâce aux enquêtes de satisfaction (de type LibQUAL+), qui demeurent un pilier incontournable du métier de bibliothécaire. C'est le cas en Suisse, avec le programme Biblosuisse, qui s'est emparé du marketing pour promouvoir les collections et les activités auprès des usagers, mais aussi en direction des élus. Sans surprise, le marketing des bibliothèques passe également par une présence sur les réseaux sociaux ; une présence devenue, de fait, une activité quotidienne du travail des bibliothécaires. D'autres exemples puisés en France, en Belgique et au Canada plaident en faveur du marketing appliqué des bibliothèques. ■