

DOCUMENTATION BIBLIOTHÈQUES

Appel de textes

Documentation et bibliothèques

Volume 63, n° 2

Marketing des bibliothèques et autres services d'information : État des lieux à l'ère du numérique

Depuis longtemps, le marketing et la question de la visibilité des bibliothèques et autres services d'information ont fait l'objet de propos ou d'articles de tout genre dans la profession¹. Le grand public a aussi laissé entrevoir à maintes reprises une perception des bibliothèques ou des centres d'archives qui n'est pas à la hauteur du dynamisme que l'on rencontre maintenant dans ces services (pensons aux nombreux bibliothécaires ou archivistes caricaturés de manière négative dans divers médias). De plus, l'arrivée d'Internet a précipité nos institutions dans une concurrence indésirable, quoique jugée non pertinente par les bibliothécaires, documentalistes et archivistes. Combien de fois a-t-on entendu dire qu'on n'a plus besoin avec Internet de bibliothèques ou de centres d'archives ? A contrario, le numérique a aussi apporté une nouvelle dimension au marketing des bibliothèques et autres services d'information : une panoplie de nouveaux outils permet maintenant de communiquer efficacement avec les publics, sans parler du lien avec ceux-ci qui s'est passablement modifié (médiation numérique, communication à distance, services à distance, personnalisation de la communication, etc.).

Le marketing peut être défini comme une philosophie du management visant à faire le lien entre les publics et les services. Son objectif principal est de maximiser l'échange entre une organisation et ses publics, que ce soit dans le monde commercial ou dans le domaine public. Pour ce faire, il s'appuie non seulement sur la communication et la publicité, mais aussi sur l'étude des besoins (sondages, *focus groups*, etc.), sur la redéfinition du produit en fonction des besoins du public, sur la mise à niveau des accès au service qui doit s'ajuster aux besoins des publics (accès physique, heures d'ouverture, etc.), sur une diminution des barrières à l'accès au service (la tarification par exemple), etc.

Le comité de rédaction de *Documentation et bibliothèques* vous invite à soumettre un article sur ce vaste sujet **avant le 1^{er} mars prochain**. Les auteurs sont priés de manifester leur **intention de soumettre** un article **le plus tôt possible**.

Documentation et bibliothèques est la revue de l'ASTED et publie des articles de fond ou des synthèses de recherche. Tous les articles reçus sont évalués par des pairs.

¹ Voir à ce sujet Dinesh Gupta & Réjean Savard. 2010. *Marketing library and information services*. In *Encyclopedia of Library and Information Services*, 3^e éd., Taylor and Francis.