Quelle place pour le marketing dans les bibliothèques ?

Réponse apportée le 06/26/2012 par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

Après avoir parcouru différentes ressources et sans prétendre à une étude exhaustive, je vous propose quelques références :

Un ouvrage dont le titre est : Stratégie marketing des services d'information : bibliothèques et centres de documentation /
Auteur: Muet, Florence et : de Salaün, Jean-Michel
Éditeur: Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2001
Description: 221 p. : ill. ; 24 cm
Collection: Collection Bibliothèques
Résumé: Détaille la démarche stratégique indispensable au développement des services d'information, suivant une approche marketing. Chaque chapitre développe une étape de la phase d'analyse et de diagnostic puis de la phase stratégique et se conclut par un outil directement transposable sur le terrain. Trois études de cas illustrent l'intérêt et la faisabilité de la méthode.
ISBN 2-7654-0794-0

La revue Bbf 1991 – t. 36, n° 1 propose aussi un article de Salaün, Jean-Michel intitulé
« Marketing des bibliothèques et des centres de documentation », Il est accessible gratuitement en ligne : http//bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1991-01-0050-007>

J'ai effectué une recherche à partir de Cairn : portail qui regroupe des revues en sciences humaines : http//www.cairn.info/>, cela m'a permis de trouver la revue suivante :

La revue Documentaliste – Sciences de l'information qui est publiée depuis 1964 par l'Association des professionnels de l'information et de la documentation (ADBS), première association de ce secteur en Europe. C'est une revue à présent trimestrielle qui aborde tous les aspects professionnels de l'information-documentation : techniques, services, métiers, droit, politiques, industries, etc. Revue de réflexion, elle propose aussi à ses lecteurs, depuis 1976, des études de recherche appliquée en sciences de l'information.

Pour plus de renseignements
Sur l'ADBS : http//www.adbs.fr

Sur Documentaliste – Sciences de l'information : http//www.adbs.fr/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-75413.htm?RH=ACCUEIL&RF=REVUE>

La revue en question a traité de ce sujet en 2002 et 2008 (dossier) voici les références :

1 Documentaliste-Sciences de l'Information Vol. 45, 2008/1 80 pages
Dossier : Marketing stratégique : enjeux et bénéfices pour les services documentaires

2 Documentaliste-Sciences de l'Information Vol. 39, 2002/6. Un article sur ce sujet à la page 290 à 297 : «Le marketing des services d'information et de documentation : une étude documentaire». Auteur : Ingrid Torres.
Résumé : Cet article présente les principales conclusions d'une étude documentaire réalisée en mai 2002 sur le marketing des bibliothèques et centres de documentation. Elle aborde les questions suivantes : comment le marketing est-il intégré dans la formation des professionnels de l'information ? Qu'est-ce qui est fait pour en promouvoir l'intégration dans la gestion des services d'information et de documentation ? Quelles sont les techniques que ces services empruntent au marketing pour mieux comprendre leur environnement, écouter et satisfaire les

besoins de leurs usagers et non-usagers, optimiser leurs prestations et communiquer efficacement avec leurs différents publics ?

Vous pouvez utiliser le catalogue Sudoc : http//www.sudoc.abes.fr/>
(Le catalogue du Système Universitaire de Documentation est le catalogue collectif français réalisé par les bibliothèques et centres de documentation de l'enseignement supérieur et de la recherche.), pour localiser ces documents près de chez vous.

En complément nous avons trois références sur ce sujet qui pourrait vous intéresser :

1. Titre: Le marketing des bibliothèques à l'heure du changement et de la mondialisation = Adapting marketing to libraries in a changing and world-wide environment : papers presented at the 63rd IFLA conference, Copenhagen, september 1997 /
Éditeur: Munich : K.G.Saur, [*106 doc.] 2000
Description: 89 p. ; 20 cm
Collection: IFLA publications

2. Auteur: Fédération internationale des associations de bibliothécaires
Titre: Les services de la bibliothèque publique : principes directeurs de l'IFLA-Unesco /
Éditeur: Paris : ABF, [*16 doc.] 2002
Description: 87 p. ; 24 x 18 cm
Collection: Médiathèmes ;
Résumé: Rôle et but de la bibliothèque publique, cadre légal et financier, analyse et besoins des usagers, développement des collections, compétences du personnel, gestion et marketing : ces principes directeurs ont été formulés pour aider les bibliothécaires à mettre en oeuvre un service de bibliothèque publique efficace en fonction des besoins de leur communauté locale.

Et enfin sur la base Electre : http//www.electre.com (Produit les outils d'information de référence des professionnels du livre. Constitue, également une base bibliographique de référence, sur abonnement.), je me suis attaché à rechercher des nouveautés dans cette thématique. J'en ai trouvé un, publié en 2005 :

3. Marketing des systèmes et services d'information et de documentation : traité pour l'enseignement et la pratique du marketing de l'information
Auteur : Nozha Ibn Lkhayat
Paru le 1er septembre 2005
Prix éditeur :58,34 €
Editeur : PU Québec
456 p. : ill. ; 23 cm.
ISBN : 9782760512856
Traité qui couvre tous les aspects du marketing appliqué aux services et systèmes d'information-documentation. Depuis le milieu des années 1990, l'apparition des réseaux d'information électroniques, et plus particulièrement d'Internet, exerce de profondes mutations sur les environnements externe et interne des systèmes et services d'information-documentation (SSI). Ces changements exigent, de toute évidence, l'intervention de nouvelles approches en gestion. Les SSI doivent se métamorphoser et adopter des approches incluant de nouveaux concepts tels : le management de l'information, le management des connaissances ou encore le marketing de l'information. Cet ouvrage didactique, l'un des premiers manuels consacres à la gestion des SSI, expose les principales composantes de la démarche marketing adaptée à la réalité environnementale des systèmes d'information. Pour chaque chapitre traité, les objectifs et concepts clés sont définis, avec référence à des auteurs du domaine du marketing et de la gestion de l'information. Chacun des chapitres est consacré à un thème qui est traité de façon à mettre en relief différents points de vue. Par ailleurs, chaque thème contient un résumé, une bibliographie, des exercices et une étude de cas pouvant

faciliter la compréhension des concepts et des adaptations qui en sont faites…
Merci de votre confiance.
Cordialement.

Eurêkoi – Bpi (Bibliothèque publique d’information)
http//www.bpi.fr
http//www.Eurêkoi.org