

Médiathèque départementale de Seine-et-Mame

ZOOM SUR CULTURES CONTEMPORAINES

VALORISATION DES COLLECTIONS



Le merchandising au service des bibliothèques !



Créé le: 22/07/2019

Une identité à construire

Le merchandising est né avec le libre-service dans les années 1970. Ces techniques cherchent à attirer l'acheteur, « le bon produit au bon endroit au bon moment ». Il joue sur le visuel et le rédactionnel, crée une ambiance, avec des couleurs, des messages et des émotions.

Les bibliothèques peuvent utiliser les mêmes ressorts pour capter l'attention, donner envie de s'approcher et amener à emprunter des livres, de la musique, des films... Pour commencer, la bibliothèque définit son projet et décide en équipe quelle « histoire » elle veut raconter ; elle se choisit une identité, une unité graphique, et les revendique. Pour se faire, elle s'appuie sur l'histoire du lieu, du territoire, l'environnement, le bâtiment, le personnel ... en adéquation avec le projet d'établissement.

De l'extérieur vers l'intérieur



Bibliothèque Vaclav Havel à Paris

L'image de la bibliothèque commence à l'extérieur. Sa façade montre ce que l'on va y trouver et donne envie de l e découvrir. D'où l'importance d'une « enseigne » claire et explicite en lien avec l'identité choisie. **Dès l'entrée, il faut faciliter la circulation, le repérage et afficher l'ambiance.** La porte franchie, plan de circulation, zonage, rayonnages et valorisation concourent eux aussi à illustrer l'identité choisie. L'entrée, accueillante, facilite le repérage des espaces (bon à savoir : en entrant dans un lieu l'humain tourne à droite !). L'aménagement incite à suivre un parcours fluide, jalonné de « spots » de présentation.

La signalétique respecte les 3 niveaux de regards :

- à 5 mètres, de gros caractères pour accrocher l'œil indiquent les différentes zones : adulte, jeunesse, presse, etc...
- sur les rayonnages et les étagères la signalétique claire « parle » aux lecteurs (journaux et non pas périodiques, voyager au lieu de 914...).
- sur les tablettes, des espaces libres (1/3) permettent la présentation de documents mis en valeur grâce à des teasers.



Des outils à portée de main



Exemple de signet

- **Créer des signets : choisir une identité visuelle et rédactionnelle.** Un signet doit donc comporter un logo, une accroche (on adore...), une couleur (flash), une forme et un texte court. A chaque usage son signet : nouveautés, sélection, thématique, coup de cœur. Une fois ces éléments déterminés, place à la rédaction d'un teaser : un court résumé, une émotion et une situation de lecture.
- Alimenter un "sac à émotions" et un "sac à situations" dans lesquels piocher pour la rédaction des *teasers* : Bluffant, passionnant, à lire au coin du feu, suggéré par notre libraire...
- Préparer un "sac à mots interdits" : périodique, Dewey, acquisition, nouveauté, document, documentaire, fiction, album, cd, dvd, biographies.
- Privilégier les termes clairs : film, musique, histoires, journaux...

