



Appel à communications pour la session conjointe des sections de l'IFLA

Équipement et construction de bibliothèques et Management et
marketing: WLIC, Pologne, 2017.

Labelliser | Rapprocher | Construire : Raconter et vendre l'espace

Les sections de l'IFLA Équipement et construction de bibliothèques et Management et marketing lancent un appel à communications pour leur session conjointe qui se déroulera au sein du Congrès mondial des bibliothèques et de l'information 2017 à Wrocław (Pologne), et dont le titre est « Bibliothèques : Solidarité : Société ».

Les bibliothèques d'aujourd'hui revêtent de multiples formes : ce sont des banques du savoir, des lieux d'apprentissage, des dépôts dédiés à la recherche, des laboratoires pour les médias numériques, des portails académiques, des centres de documentation, des services d'impression 3D, des cyberspaces, des lieux de destination culturelle, des librairies ouvertes 24 heures sur 24, des cafétérias, des places de travail, des laboratoires de visualisation de données et des lieux de collaborations sociales. Elles peuvent tout aussi bien être des armoires, des couloirs, des huttes, des maisons, des distributeurs automatiques, des bus, des palaces et des centres commerciaux ; elles peuvent se trouver nichées dans un voisinage de proximité, dans des centres communautaires ou bien encore au centre des grandes métropoles ; elles sont aussi présentes sur des appareils électroniques et dans la réalité virtuelle. Situées dans de nouveaux équipements ou bien dans des espaces réhabilités, certaines sont conçues pour durer des générations, en tant qu'héritage du patrimoine culturel, alors que d'autres ne connaîtront qu'une existence éphémère.

S'assurer de financements dans un projet de construction ou de rénovation résulte d'un véritable défi et ce, d'autant plus que de nombreux acteurs - usagers de la bibliothèque, organisateurs, membres des communautés, représentants des enseignants, organismes financeurs, donateurs, autorités gouvernementales, bibliothécaires, architectes, directeurs de bibliothèque, architectes d'intérieur, urbanistes - sont impliqués dans ce processus. C'est à chaque fois une aventure nouvelle; aller au bout du parcours requiert des approches soigneusement élaborées et une large gamme de compétences. Pour que l'aventure s'ancre dans la réalité, il est nécessaire que tous partagent la même implication et la même conception, et que la communication autour du projet soit efficace et sa gestion performante.



L'appel à communications porte sur les sujets suivants :

- Quelles aventures raconter ? Dans quelle perspective ?
- Quelles stratégies développer et partager ?
- A qui s'adresse-t-on ? Comment communiquer pour chaque public - cible ?
- Comment présenter le message de la bibliothèque pour qu'il convainque d'apporter des solutions aux problèmes de société d'aujourd'hui ?
- Quelles plateformes/ approches utiliser pour délivrer le message ?
- Quel est le rôle des médias sociaux dans la conception des locaux et /ou le projet de communication ?
- Comment mettre en forme une campagne promotionnelle ?
- Comment différencier une enseigne de bibliothèque d'une enseigne commerciale ?
- Quels processus vont déterminer l'impact de l'emplacement ?
- Comment positionner la campagne de promotion de la bibliothèque au présent et dans le futur ?
- Quelles sont les meilleures solutions pour une conception basée sur l'utilisateur ?
- Quelles tactiques utiliser dans la recherche de soutiens et de formules gagnantes?
- Quels sont les meilleurs moyens pour contrer influences négatives et tendances au dérapage ?
- Quel est le rôle du schéma directeur dans la campagne de marketing ?
- Comment les bibliothécaires se transforment-ils en responsables marketing et collecteurs de fonds?

Les propositions de communication devront explorer et traiter d'approches visionnaires, mettre en lumière des processus innovants et décrire des concepts en termes de marketing dans le contexte de projets de construction de bibliothèques, et ce, dans quelque partie du monde que ce soit. Ils devront aussi refléter le thème 2017 de la conférence : « bibliothèques : solidarité : société ».

Des supports visuels accompagneront tout naturellement le contenu des présentations.

Les communications peuvent faire l'objet de propositions individuelles ou collectives. Elles peuvent rendre compte de recherches ou bien présenter des études de cas ; elles peuvent également se dérouler sous forme de tables rondes. Les intervenants disposeront de 20 minutes pour leur présentation et, à la suite, de 5 minutes pour une session de questions/réponses. Le comité de sélection appréciera tout particulièrement des présentations telles que présentées sur Pechakucha.

(Pour un sujet en particulier, 20 diapositives défilent en 20 secondes chacune, soit 6 minutes 40 secondes au total). Les auteurs qui voudraient expérimenter ce format sont grandement encouragés.



Dates à retenir

- Envoi des résumés des communications au plus tard le 1^{er} février 2017.
- Notification des communications retenues : 31 Mars 2017.

Les propositions de communication doivent être en anglais et comporter les renseignements suivants :

- Le titre de la présentation.
- le résumé de la communication (300 mots maximum).
- Nom(s) de(s) l'intervenant (s). Fonction(s) et titre(s).
- Langue de la présentation.
- Employeur/ Institution.
- Contact, adresse mail, numéro de téléphone ...
- Courte biographie de(s) l'intervenant(s) (100 mots maximum).

Envoyer les propositions via email à : diane.koen@mcgill.ca

A noter

Toute personne indiquée comme à contacter recevra la notification de la décision du Comité scientifique au plus tard le 31 mars 2017.

Les auteurs des communications acceptées devront envoyer le texte in extenso pour le 16 mai 2017. Les communications ne devront pas dépasser 12 pages et devront être rédigées dans l'une des langues officielles de l'IFLA. Des présentations visuelles accompagnant les communications seront les bienvenues lors de la session.

La présence d'au moins un des auteurs est obligatoire pour la présentation de la communication pendant le congrès qui se tiendra à Wrocław, Pologne.

Les dépenses concernant la participation au congrès sont de la responsabilité du (des) auteur(s) des communications.