

Les bibliothèques de collège confrontées au problème des non-usagers

College libraries and the problem of non-users

Las bibliotecas de colegio enfrentadas al problema de los no usuarios

Danièle Baillargeon et Robert Dufort

Volume 28, numéro 4, octobre–décembre 1982

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1053653ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1053653ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Résumé de l'article

Qui sont les non-usagers et comment les attirer à la bibliothèque ? Voilà ce qui intéresse les auteurs qui nous donnent un aperçu de quelques expériences tentées aux États-Unis et au Québec pour comprendre ces clientèles non rejointes.

Éditeur(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

ISSN

0315-2340 (imprimé)

2291-8949 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Baillargeon, D. & Dufort, R. (1982). Les bibliothèques de collège confrontées au problème des non-usagers. *Documentation et bibliothèques*, 28(4), 155–160. <https://doi.org/10.7202/1053653ar>

Tous droits réservés © Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), 1982

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

Les bibliothèques de collège confrontées au problème des non-usagers

Danièle Baillargeon*

Bibliothèque
Cégep de Trois-Rivières

Robert Dufort*

Bibliothèque
Cégep St-Jean-sur-Richelieu

Qui sont les non-usagers et comment les attirer à la bibliothèque? Voilà ce qui intéresse les auteurs qui nous donnent un aperçu de quelques expériences tentées aux Etats-Unis et au Québec pour comprendre ces clientèles non rejointes.

College libraries and the problem of non-users

Who are the non-users and how to attract them to the library? This is the problem put forth by the authors who offer an outline of a few experiments made in the United States and in Quebec in order to understand those non-users.

Las bibliotecas de colegio enfrentadas al problema de los no usuarios

¿Quiénes son los no usuarios y cómo atraerles a la biblioteca? Eso es lo que interesa a los autores que nos dan un resumen de algunas experiencias intentadas en los Estados Unidos y en la provincia de Quebec para atraer a los no usuarios.

A l'occasion du congrès de l'ASTED à l'automne 1980, les membres de la section des bibliothèques de collège ont réfléchi sur le thème «les non-usagers de la bibliothèque». Qui sont donc ces personnes que la bibliothèque n'intéresse pas et quels sont les motifs de ce désintéressement? Quels moyens utiliser pour inciter les étudiants à utiliser les ressources documentaires de leur bibliothèque?

Lors de cet atelier, nous apprenions que deux

collèges avaient effectué une enquête pour découvrir que 24% des étudiants n'utilisaient pas le service de prêt de leur bibliothèque. C'est dans les secteurs des sciences et des techniques que se trouve le plus fort pourcentage des clientèles non rejointes. De plus, on s'entendait pour attribuer au non-usager certaines caractéristiques: il ne connaît pas les services de la bibliothèque; il considère la bibliothèque comme un endroit ennuyeux où il est obligé de garder silence; il trouve que la bibliothèque n'est pas assez accessible; il n'emprunte pas de documents; il ne se crée pas de besoins documen-

* Les deux auteurs sont bibliothécaires de référence.

taires; il n'admet pas l'approche multi-média pour améliorer son apprentissage; il n'a pas le temps; il ne sait pas que le bibliothécaire est là pour l'aider à bien utiliser les ressources; il considère le bibliothécaire peu disponible ou peu accueillant. Par quels processus pouvons-nous modifier ces comportements?

Moyens d'atteindre les non-usagers

Certains collègues utilisent l'animation comme moyen d'attirer la clientèle. Ainsi, des expositions de documents ou de travaux d'étudiants se tiennent sur des thèmes ou sujets précis. La formation documentaire de l'utilisateur se révèle aussi essentielle. Des bibliothécaires reçoivent, et souvent de façon systématique, les nouveaux étudiants à la bibliothèque. D'autres concentrent leurs efforts sur les professeurs. On essaie de les rencontrer individuellement ou en groupe. D'aucuns pensent qu'une visite à la bibliothèque devrait être obligatoire dès les premiers cours. Il faudrait de plus influencer les méthodes pédagogiques en faisant la promotion du travail de recherche. Dans certains milieux, des journées pédagogiques sur la bibliothèque sont organisées. Le plus important est de communiquer avec les professeurs, de leur expliquer le rôle et les services de la bibliothèque, de leur demander une appréciation et de découvrir leurs insatisfactions. Certains collègues tentent aussi de rejoindre les adultes. Dans ce type de rencontre, on utilise des moyens techniques tels que diaporamas, vidéos ou autres pour susciter l'intérêt et provoquer les échanges.

La confection d'un guide de la bibliothèque constitue un autre moyen largement répandu pour faire connaître les services. Certains rédigent une chronique dans le journal du cégep ou dans le journal local afin de maintenir un contact assidu.

On a aussi souligné le fait que le bibliothécaire devrait faire sentir sa présence au sein de comités à l'intérieur du cégep. Dans certains milieux, le bibliothécaire est engagé dans différentes sphères d'activités pédagogiques, sociales ou culturelles propres au collège. Il faut chercher à être présent là où se prennent les décisions.

Il faut aussi souligner l'importance d'établir la crédibilité des ressources de la bibliothèque. Pour cela, on mettra sur pied une stratégie planifiée en ordonnant les opérations de marketing. En effet, seul un système d'activités cohérentes et complémentaires permettra d'atteindre l'impact désiré. On devra prouver à l'utilisateur que la bibliothèque est importante et qu'elle lui apporte quelque chose.

Non-utilisation de la bibliothèque: condition irréversible?

S'intéresser au problème des non-usagers, c'est se demander avant tout si la non-utilisation est une

condition irréversible:

Use is a complex phenomenon. It is all too easy to fall into the trap of thinking in terms of use and non-use, but it is not a black and white issue. There are many in-between stages, and today's users may be tomorrow's non-users. We must be careful not to think of non-use as an irreversible condition¹.

Selon ce principe, si on peut gagner des usagers, on peut bien sûr en perdre. Cependant, tous ne croient pas à ce processus actif et H.S. White² est de ceux-là. D'après ses recherches sur l'efficacité des bibliothèques, les non-usagers blâment rarement la bibliothèque de les laisser à l'écart. Ils indiquent plutôt que la bibliothèque ne possède pas les documents pertinents à leurs besoins d'information, qu'ils n'ont pas pensé à l'utiliser ou que ce qu'ils y ont trouvé ne les a pas aidés. Ces gens, en général, ne sont pas mécontents de la bibliothèque; en réalité, ils ne ressentent pas le besoin de l'utiliser:

People are inventive enough not only to figure out alternative ways to get what they need, but also, and perhaps more significantly, to pretend they don't need what they think they cannot get³.

Un espoir

Heureusement pour nous, Nurieh Musavi de l'Université de Pittsburg se montre plus optimiste en ce qui a trait à la conversion des non-usagers. Le but de sa thèse de doctorat⁴ était de vérifier les hypothèses selon lesquelles il existe une différence significative entre le niveau de connaissance, l'habileté et les attitudes des usagers et des non-usagers. Le sondage effectué pour cette recherche démontre bien qu'il existe une différence significative entre les usagers et les non-usagers par rapport à leur connaissance des ressources et des services de la bibliothèque et leur habileté à les utiliser. La différence est cependant moins significative quand on compare les attitudes des deux groupes envers la bibliothèque et les bibliothécaires. On peut cependant affirmer que les étudiants qui utilisent la bibliothèque possèdent un degré d'attitudes favorables un peu plus élevé envers la bibliothèque et les bibliothécaires que les non-usagers.

La non-utilisation de la bibliothèque serait selon l'auteur un symptôme de la non-utilisation des au-

1. Blaise Cronin, «Assessing user needs», *ASLIB Proceedings*, vol. 33, no. 2 (February 1981), 41.

2. H.S. White, «Library effectiveness The elusive target», *American Libraries*, vol. 11, no. 11 (December 1980), 682.

3. *Ibid.*, 683.

4. Nurieh Musavi, *Users and Non-Users of College Libraries*, Pittsburg, University of Pittsburg, 1977, 160 p.

tres services du collège. Les plus importants résultats de cette étude restent les suggestions qu'elle propose pour de futures recherches. La bibliothèque doit être étudiée dans le contexte plus large de l'utilisation des services de l'institution d'enseignement dans son entier, et peut-être des ressources intellectuelles en général. Il ne s'agit donc pas ici de s'acharner à modifier les structures, les règles et les procédures de la bibliothèque, mais de reconsidérer le contexte social du collège.

D'après cette recherche, plusieurs non-usagers peuvent être retransformés en usagers grâce à une coopération active entre bibliothécaires, professeurs, psychologues, conseillers en orientation et étudiants, basée sur la compréhension des caractéristiques des usagers et des non-usagers. L'auteur insiste sur l'importance de la publicité pour augmenter l'utilisation du matériel de la bibliothèque. Cette publicité doit être permanente et active pour faire connaître toutes les ressources aux professeurs et aux étudiants.

Enseigner aux usagers potentiels la façon d'utiliser la bibliothèque est une étape très importante afin d'éviter le découragement de ceux qui fréquentent la bibliothèque. Selon Musavi, une coopération étroite avec les professeurs reste encore la meilleure aide. Au lieu d'attendre que les étudiants viennent à la bibliothèque, la bibliothèque devrait aller vers les étudiants, dans leur classe; l'échange serait ainsi facilité. L'auteur nous suggère de profiter de cette occasion pour parler aux étudiants de l'aide individualisée qu'ils trouveront à la bibliothèque.

Un des meilleurs moyens d'initier les étudiants à l'utilisation de la bibliothèque serait de rendre les sessions d'initiation obligatoires. En effet, les étudiants ont une attitude favorable envers ce genre de cours.

Publiciser le matériel et les ressources de la bibliothèque, éduquer les usagers potentiels et maintenir une bonne relation avec les usagers ne remplaceront pas la motivation et les besoins des utilisateurs mais les aideront à profiter au maximum des ressources de la bibliothèque. La publicité amènera peut-être le non-usager à constater la richesse des informations disponibles à la bibliothèque. Toutefois, l'auteur ajoute que tous ces efforts n'atteindront jamais un faible pourcentage d'étudiants qui rejettent systématiquement tout ce que le collège leur offre.

Enquête québécoise

Pour nous éclairer sur les attitudes de nos propres non-usagers, nous avons traduit et adapté le questionnaire de Nurieh Musavi pour l'administrer à un échantillonnage d'étudiants des cégeps de St-Jean-sur-Richelieu et de Trois-Rivières. Le premier objectif de l'enquête visait à déterminer si le non-emprunteur de livres à la bibliothèque était aussi un non-utilisateur de la bibliothèque. Le deuxième était de connaître la perception que les étudiants ont de

leur bibliothèque de collège. Le troisième objectif nous amenait à identifier ce que les étudiants connaissent des services que la bibliothèque leur offre et quelles sont, d'après eux, les solutions que nous devrions apporter pour mieux répondre à leurs besoins.

Dans les deux collèges, nous avons utilisé les statistiques de prêt pour choisir des étudiants qui n'avaient pas emprunté de livres à la session précédente. Trois cent vingt-cinq questionnaires comportant 22 questions ont été expédiés par la poste et nous avons reçu 109 réponses. Puis nous avons distribué de main à main à la bibliothèque le même questionnaire à 470 emprunteurs et nous avons reçu 183 réponses. Les enquêtes se sont tenues en mars 1982 au cégep St-Jean-sur-Richelieu⁵ et de décembre 1981 à février 1982 au cégep de Trois-Rivières⁶.

Analyse des résultats:

Utilisation de la bibliothèque

Quatre-vingt-trois pour cent à St-Jean-sur-Richelieu et 90,5% à Trois-Rivières des non-emprunteurs utilisent la bibliothèque et 41% plus d'une fois par semaine.

TABLEAU 1: RAISONS D'UTILISATION DE LA BIBLIOTHÈQUE				
	Cégep St-Jean- sur-Richelieu		Cégep de Trois-Rivières	
	Non- emprunteur	emprunteur	Non- emprunteur	emprunteur
Pour faire des travaux	74,3%	79,8%	85,1%	80,9%
Pour faire des recherches	28,6%	57,3%	54,0%	71,3%
Pour emprunter des documents	34,3%	71,9%	28,4%	68,0%
Pour se détendre	5,7%	22,5%	16,2%	24,5%
Pour rencontrer des amis	2,8%	11,2%	4,0%	5,3%
Autres	2,8%	1,1%	1,3%	5,3%

Le tableau 1 nous indique que les non-emprunteurs utilisent principalement la bibliothèque comme salle d'étude. Chez les emprunteurs, les

5. Michel Robert, *Résultats d'un sondage effectué auprès des utilisateurs de la bibliothèque du cégep St-Jean-sur-Richelieu*, mai 1982, 24 p.

6. Danièle Baillargeon, *Résultats d'un sondage effectué auprès des utilisateurs de la bibliothèque du cégep de Trois-Rivières*, mai 1982, 26 p.

trois premières raisons d'utilisation sont toutes aussi importantes. Plusieurs étudiants fréquentant la bibliothèque pour faire des travaux nous signalent qu'ils viennent aussi pour faire des recherches.

Ce sont les emprunteurs qui utilisent davantage d'autres bibliothèques académiques, comme le montre le tableau 2.

Cégep St-Jean-sur-Richelieu		Cégep de Trois-Rivières	
Non-emprunteur	Emprunteur	Non-emprunteur	Emprunteur
8,9%	25%	20,3%	53%

On constate qu'une plus faible utilisation de la bibliothèque de collège entraîne une plus faible utilisation des autres bibliothèques académiques et nous rejoignons alors les conclusions de Musavi.

Il faut ajouter enfin que seulement 5,6% des étudiants n'utilisent jamais la bibliothèque.

Connaissance des services offerts par la bibliothèque

On note chez les non-emprunteurs une moins bonne connaissance de l'existence d'un programme d'initiation. A St-Jean-sur-Richelieu, cette initiation est offerte aux groupes d'étudiants dont le professeur en fait la demande; 14% des non-emprunteurs et 20% des emprunteurs la connaissent. A Trois-Rivières, ce programme est obligatoire pour tous les nouveaux étudiants, 55% des non-emprunteurs et 66% des emprunteurs en ont déjà entendu parler. Par contre, les non-emprunteurs se montrent plus favorables envers ce programme d'initiation, 75,6% le trouvent très efficace, contre 61,3% d'emprunteurs. Les deux groupes, dans une proportion de 73%, croient que la bibliothèque doit offrir un enseignement sur l'utilisation de ses ressources et que le fait de connaître le fonctionnement de la bibliothèque se révèle essentiel.

De tous les services de la bibliothèque, c'est sur le matériel audio-visuel que les étudiants désirent en connaître davantage: 45% des non-emprunteurs et 47% des emprunteurs. Pourtant ce n'est que sur la «disposition des livres sur les rayons» que les non-emprunteurs ressentent le besoin d'avoir plus d'informations que les emprunteurs: 29,2% contre 13% pour les emprunteurs. Par rapport à tous les autres services, les non-emprunteurs sont moins curieux que les emprunteurs.

Pour avoir une information valable, les non-emprunteurs vont davantage vers leurs professeurs: 60% contre 46%, alors que les emprunteurs préfèrent questionner les bibliothécaires: 54% contre 37%.

Enfin, les non-emprunteurs se croient moins capables d'effectuer une recherche en bibliothèque que les emprunteurs: 90% contre 97,5%.

Evaluation de la collection

On constate une différence significative chez les non-emprunteurs des deux cégeps: à Trois-Rivières, 30% considèrent la collection comme «très bonne» contre seulement 11,5% à St-Jean-sur-Richelieu. A cette même question, 60% des emprunteurs des deux cégeps ainsi que 62% des non-emprunteurs de St-Jean-sur-Richelieu et 42% de Trois-Rivières ont répondu «bonne».

La meilleure ressource que la bibliothèque ait fournie aux non-emprunteurs sont les livres (70,8%), mais ils n'en sont pas autant satisfaits que les emprunteurs (89%).

Evaluation du personnel

Soixante-neuf pour cent des non-emprunteurs considèrent les bibliothécaires comme «serviables et efficaces» contre 82% des emprunteurs. Par contre, 13% des non-emprunteurs les considèrent comme «des personnes faisant du travail professionnel» contre 4% des emprunteurs. Soixante-dix virgule sept pour cent des non-emprunteurs ont trouvé les bibliothécaires «intéressés à les aider», mais dans une proportion moins grande que les emprunteurs: 80%. Ont répondu «trop occupés pour t'aider»: 7,5% des non-emprunteurs et 8,4% des emprunteurs.

Solutions et remarques des étudiants

Pour améliorer la bibliothèque, les non-emprunteurs pensent d'abord à l'achat de plus de livres récents (51,3%) mais pas autant que les emprunteurs (67,1%). Les non-emprunteurs suggèrent ensuite l'achat de plus de matériel de référence (22,2%) contre 18,5% des emprunteurs. Puis 22,1% des non-emprunteurs veulent plus d'heures d'ouverture contre 36,5% des emprunteurs. Enfin, 24,5% des étudiants souhaiteraient que la bibliothèque soit abonnée à de nouveaux périodiques.

La majorité des répondants nous ont fait des commentaires à la suite de ce sondage: 76% des non-emprunteurs et 92% des emprunteurs. Nous avons là la preuve de l'intérêt qu'ils portent à la bibliothèque. En général, ils apprécient beaucoup leur bibliothèque. Les non-emprunteurs insistent sur l'atmosphère agréable et les bons services. Les emprunteurs soulignent toutefois que le silence pourrait être amélioré.

On peut donc conclure que ce sondage nous a véritablement aidés à mieux cerner les caractéristiques et les attentes des non-emprunteurs. Le sondage d'opinion, même s'il ne se base pas sur des critères scientifiques, n'est donc pas à négliger et nous ne sommes pas les seuls à en avoir tiré profit.

Une aide précieuse: le sondage d'opinion

A partir de conversations avec une quinzaine de jeunes de sept à seize ans et d'un questionnaire écrit, Elsenberg⁷, spécialiste des média au niveau secondaire à New-York, essaie comme nous de connaître ses usagers potentiels. Elsenberg déclare qu'il est important de bien sonder les sentiments des jeunes sur l'école et les professeurs car ils sont les consommateurs de l'école. Selon lui, on doit favoriser une attitude positive de la part des jeunes envers l'école et le centre des média et, dans ce but, les spécialistes des média doivent être informés des attitudes des étudiants, ils doivent continuellement rechercher les opinions des étudiants, cela constituant une partie du processus pour promouvoir des attitudes positives vis-à-vis le centre des média. La plupart des étudiants utilisent le centre des média pour des raisons académiques et non sociales. D'après le sondage d'Elsenberg, les étudiants apprécient peu la rigidité du personnel, l'obligation de garder le silence et les heures d'ouverture. A partir de ces conclusions, Elsenberg a effectué des modifications aux règlements de la bibliothèque qu'il dirige: possibilité de parler à la bibliothèque et plus d'heures d'ouverture. Il s'efforce aussi d'entretenir une meilleure communication avec les étudiants par leur journal.

A St-Louis, Illinois, W.J. Van Grunsven⁸ s'intéresse également aux préférences de ses étudiants. Il nous rapporte les résultats de deux sondages auprès de groupes d'étudiants à majorité blanche et à majorité noire. On y remarque des différences significatives. Soixante-quatorze pour cent des étudiants blancs et 96% des étudiants noirs croient que la bibliothèque est nécessaire pour leur succès académique. Soixante pour cent des étudiants blancs et 83% des étudiants noirs consultent les bibliothécaires de référence. Les étudiants noirs utilisent davantage les ressources documentaires, soit le prêt et la consultation sur place. Les étudiants noirs utilisent davantage la bibliothèque des sciences sociales. Les étudiants blancs utilisent davantage la bibliothèque, mais c'est pour se servir de leurs manuels scolaires. Les étudiants noirs l'utilisent moins, mais empruntent plus et consultent plus les ouvrages de la bibliothèque.

En conclusion, l'auteur fait les recommandations suivantes: le personnel de la bibliothèque devrait travailler étroitement avec les départements pour inciter les professeurs à utiliser davantage la bibliothèque. Le personnel de la bibliothèque devrait se préoccuper des relations publiques parce qu'il doit vendre les services de la bibliothèque aux étudiants et aux professeurs.

Et les bibliothèques publiques?

Du côté des bibliothèques publiques, il semble que le problème soit envisagé autrement. Selon Tom Ballard⁹, le marketing dans les bibliothèques n'est ni nécessaire ni approprié. Toutes les études qui ont utilisé l'approche du marketing n'ont pas, selon lui, changé la situation. L'auteur admet que ces méthodes permettent de découvrir qui utilise la bibliothèque et qui ne l'utilise pas. Elles révèlent ensuite ce que les usagers et les non-usagers aiment et ce qu'ils viennent chercher à la bibliothèque publique. Elles mettent en évidence les changements que les non-usagers désirent. Par ces méthodes, on souhaite recevoir des réponses spécifiques sur la valeur des services dispensés à la clientèle et des suggestions pour de nouveaux services.

Cependant, selon Ballard, les réponses de ces diverses études convergent souvent vers les mêmes réalités: 10% de la population adulte représente les usagers actifs des bibliothèques et ils empruntent 98% des documents en circulation. On découvre ainsi que les usagers actifs ont plus d'instruction, un revenu plus élevé, un emploi plus satisfaisant que les non-usagers. On retrouve les usagers dans tous les domaines de l'élite socio-économique. Quand on demande aux non-usagers pourquoi ils n'utilisent pas la bibliothèque, les réponses reçues sont personnelles et ne mettent pas en cause le fonctionnement de la bibliothèque.

En nous penchant avec l'auteur sur les résultats d'une enquête sur la satisfaction des usagers, nous découvrons que 95% de tous les usagers se disent satisfaits des services de la bibliothèque et que 84% se déclarent extrêmement ou très satisfaits. Même les non-usagers semblent satisfaits puisque 93% ne ressentent pas le besoin de voir améliorer les services offerts, 75% maintiennent que la bibliothèque est facile à utiliser et 90% considèrent le personnel utile. On a même demandé aux non-usagers ce que la bibliothèque pouvait faire pour les aider à l'utiliser. Selon trois études, 66,6% des non-usagers ont répondu «rien» à cette question. Les autres ne réclament pas de services nouveaux, ils suggèrent seulement qu'on améliore les services traditionnels, c'est-à-dire: plus de livres, plus d'heures d'ouverture ou une plus grande aire de stationnement.

L'auteur déplore le fait que, malgré ces réponses catégoriques, les bibliothécaires persistent à chercher des moyens d'attirer les non-usagers pour les convertir. D'après lui, ce serait peine perdue que d'essayer de changer les valeurs et les habitudes des gens. Il nous conseille plutôt de concentrer nos efforts sur le 10% d'usagers qui profitent de la bibliothèque, les usagers actifs, puisque l'on sait comment leur dispenser nos services. Ballard conclut en souhaitant que l'on réponde aux désirs des usagers: mettre à leur disposition plus de livres.

7. Michael B. Elsenberg, «The view from the other side», *Special Library Journal*, vol. 27 (December 1980), 39.

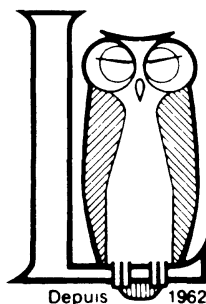
8. W.J. Van Grunsven, «The use of the learning resource center by black students», *Illinois Libraries*, vol. 61 (January 1979), 49-57.

9. Thomas H. Ballard, «More books, not market surveys» *American Libraries*, vol. 12, no. 2 (February 1981), 76-78.

Même s'il rejette le concept du marketing dans les bibliothèques publiques, Ballard conserve toutefois les principes suivants: le consommateur préfère avoir beaucoup de choix, un accès immédiat à la marchandise et souhaite une certaine spécialisation des collections. Enfin, cet auteur avoue que les recherches en marketing fournissent de bons outils si on sait les utiliser.

Conclusion

Que faire? Administrer des sondages d'opinion pour comprendre les non-usagers? Utiliser la publicité? Coopérer avec les professeurs? Modifier les règlements de la bibliothèque? A chacun de choisir selon sa bibliothèque, ses connaissances et le temps dont il dispose.



R.M. LEDUC & CIE BIBLIOTHÈQUES

**MAINTENANT : SERVICE DE RÉPARATION ET
RELIURE DE LIVRES ET PÉRIODIQUES.**

PROTECTEURS DE LIVRES EN FILM POLYESTER • PELLICULES AUTO-ADHÉSIVES • RUBAN DE LECTO-CONTACT OU PELLIMAT • DÉVIDOIRS • TRICOL • PROTÈGE-FICHES VERTICAL, HORIZONTAL OU SURELEVÉ • FICHES-GUIDE • PROTÈGE-PÉRIODIQUES • POCHETTES DE VOLUME • ÉTIQUETTES COLLANTES LECTO-DURO • ÉTIQUETTES AUTO-ADHÉSIVES • COLLE PLAXANOL • PERFORATEURS • MATÉRIEL D'EXPÉDITION • RUBANS AUTO-ADHÉSIFS • DOSSIERS SUSPENDUS • CHEMISES • ENVELOPPES PAPIER KRAFT REMBOURRÉ.

C.P. 1379, Marieville, Qué. J0L 1J0 (514) 658-0661