

La bibliothèque « hors ses murs » à la conquête du territoire

Beyond the Library Walls: Conquering New Ground

La biblioteca trasciende su recinto: a la conquista de territorio

Bertrand Calenge

Volume 57, numéro 3, juillet–septembre 2011

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1028841ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1028841ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

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

Calenge, B. (2011). La bibliothèque « hors ses murs » à la conquête du territoire. *Documentation et bibliothèques*, 57(3), 153–158.
<https://doi.org/10.7202/1028841ar>

Résumé de l'article

L'omniprésence de l'information et la raréfaction des espaces publics ouverts à tous conduisent à valoriser la bibliothèque comme espace de sociabilité confortable. La focalisation sur les services présentiels au sein de l'établissement ne doit pas faire oublier qu'un grand nombre de nos concitoyens n'accèdent pas à ces services, non tant par ignorance que par éloignement physique, social ou culturel. Accompagner ces publics éloignés suppose d'imaginer la bibliothèque comme une base d'opérations extérieures, un point de départ vers le service d'un territoire. Imaginer le « hors-les-murs » impose de mettre en œuvre des pratiques innovantes, parfois modestes mais toujours créatives, d'élaborer des projets d'action territoriaux, d'identifier les partenariats souhaitables, bref de construire une « stratégie de territoire ».

La bibliothèque « hors ses murs » : à la conquête du territoire*

BERTRAND CALENGE

Bibliothèque municipale de Lyon
bcalenge@bm-lyon.fr

RÉSUMÉ | ABSTRACTS | RESUMEN

L'omniprésence de l'information et la raréfaction des espaces publics ouverts à tous conduisent à valoriser la bibliothèque comme espace de sociabilité confortable. La focalisation sur les services présents au sein de l'établissement ne doit pas faire oublier qu'un grand nombre de nos concitoyens n'accèdent pas à ces services, non tant par ignorance que par éloignement physique, social ou culturel. Accompagner ces publics éloignés suppose d'imaginer la bibliothèque comme une base d'opérations extérieures, un point de départ vers le service d'un territoire. Imaginer le « hors-les-murs » impose de mettre en œuvre des pratiques innovantes, parfois modestes mais toujours créatives, d'élaborer des projets d'action territoriaux, d'identifier les partenariats souhaitables, bref de construire une « stratégie de territoire ».

Beyond the Library Walls : Conquering New Ground

Information is omnipresent and public space is becoming increasingly limited, thereby making the library a comfortable social space. The current accent placed on on-site services within an establishment must not overshadow the fact that an important segment of the population does not have adequate access to these services, not because they are unaware of their existence but rather because of their physical, social or cultural distance from such services. To reach out to this segment of the population means one must think of the library as a base for out-reach services. In order to imagine «beyond the walls», one must develop modest yet creative and innovative practices, develop territorial projects, and identify partners. In short, one must deploy a territorial-based strategy.

La biblioteca trasciende su recinto : a la conquista de territorio

La omnipresencia de la información y la escasez de espacios públicos al aire libre llevan a valorar a la biblioteca como un espacio propicio para socializar. El enfoque en los servicios presenciales en el seno del establecimiento no debe hacernos olvidar que un gran número de nuestros conciudadanos no tienen acceso a estos servicios, no por ignorancia, sino a causa de una distancia física, social o cultural. Para acompañar a este público alejado, se debe considerar a la biblioteca como una base de operaciones externas, un punto de partida hacia el servicio de un territorio. Imaginar lo que hay más allá del recinto de la biblioteca implica desarrollar prácticas innovadoras, en ocasiones modestas, pero siempre creativas, a fin de elaborar proyectos de acción territoriales, de identificar la cooperación deseada, es decir, de construir una « estrategia territorial ».

LES BIBLIOTHÈQUES se trouvent aujourd'hui face à une ambivalence de leur modèle historique de détentrices souveraines et majeures d'une mémoire documentaire collective et partagée :

- d'une part, la dissémination des savoirs et appropriations dans des flux numériques largement accessibles questionne la légitimité — la vanité ? — bibliothécaire de vouloir constituer un stock incomparable, et nombre de bibliothèques comprennent qu'elles doivent construire une offre de contenus et de services hors leurs murs et sur la Toile elle-même ;
- d'autre part, à côté de la multiplication des espaces marchands et des cloisonnements communautaires, les lieux bibliothèques apparaissent comme les seuls espaces publics non marchands ouverts sans formalité à l'ensemble de la population, quel que soit son âge ou sa condition sociale. Cette seconde approche revendique l'atout incontestable du lieu pour peu qu'il se veuille ce « living-room » de la cité, ce « lieu du Nous » (Norbert Elias) que Mathilde Servet appelle le troisième lieu.

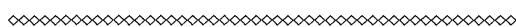
Cette ambivalence, qui représente un double défi professionnel passionnant, ne doit pas conduire à devenir préoccupé seulement du Web ou seulement du lieu. Le Web n'est pas a-topique et ses usagers encore moins, comme le cocon du lieu n'est pas indifférent à son environnement. Comment imaginer un point de rencontre entre les deux termes de cette ambivalence, pour qu'elle ne devienne pas schizophrénie, mais se résolve au contraire dans une tension positive ?

Ce point de rencontre, tellement évident qu'on néglige souvent d'en peser le poids stratégique, est le rapport étroit que toute bibliothèque (numérique ou physique) entretient avec « sa » population : c'est cette population singulière avec ses besoins, ses usages, ses pratiques et ses tensions, qui fonde la stratégie. Et c'est le caractère local de cette population qui fait que chaque bibliothèque développe sa stratégie particulière, et que Google n'est pas une bibliothèque.

Qui dit population locale dit géographie sociale et cognitive, dit territoire humain autant que topographique : la bibliothèque se comprend et se construit à partir de son territoire vivant autant que concret. Or, dans cet espace, la bibliothèque est rien moins qu'évidente pour la population. Alors, il faut partir à la

* Texte remanié de la présentation faite le vendredi 15 novembre 2010, à Montréal, dans le cadre du Congrès des milieux documentaires du Québec.

Même si un bibliothécaire rêve de voir 100 % de la population inscrite à la bibliothèque, c'est plus qu'une utopie, c'est une erreur nombriliste.



conquête des publics qui essaient sur ce territoire. Par exemple, sera expérimenté le service à distance : Internet est apparu comme un moyen idéal d'être au plus près de la population, chez elle et sur son lieu de travail, encore qu'il faille ne pas oublier que les foyers sont inégalement équipés, et qu'il n'est pas rare qu'il n'y ait qu'un unique accès disponible dans une famille nombreuse ! Je ne m'étendrai pas sur la diversité des services mis en œuvre à distance : réservation de documents en ligne, actualité des manifestations culturelles, disponibilité des catalogues, services de questions-réponse, etc. Ces opportunités produisent de magnifiques et riches sites Web de bibliothèques. Parallèlement, les bibliothécaires développent des actions auprès des écoles, associations, partenaires divers, avec des bibliobus, par des dépôts de documents, par de la publicité, etc.

Bref, l'exigence de la conquête du « dehors » est largement présente dans les bibliothèques. Je n'en décrirai pas les multiples avatars, et ce n'est pas sur cette gamme bien connue de services que je voudrais m'arrêter, mais sur la position de ce « hors les murs »...

Sur quels objectifs, explicites ou non, reposent ces interventions dites « hors les murs » ? Un examen attentif signale la centralité du lieu bibliothèque : en clair, on opère une sorte de marketing culturel par des moyens divers dont l'objectif réel est d'amener des lecteurs à la bibliothèque. Bref, la bibliothèque est le centre, et les pseudopodes bibliothécaires visent à alimenter la chalandise du lieu : la validité d'une action hors les murs réside, *in fine*, dans sa capacité à mobiliser un lectorat visiteur, ou mieux emprunteur.

Prenons quelques minutes pour questionner le credo et oser quelques hérésies.

La non-évidence tenace du lieu

La démarche de conquête suppose que les publics concernés par ces entreprises aient non seulement besoin de venir, mais aussi qu'ils en aient le temps et/ou qu'ils ne se sentent pas exclus des activités sociales ; or la bibliothèque est contrainte :

- en termes d'accessibilité physique (horaires d'ouverture, déplacements urbains, capacité physique à se déplacer) ;
- en termes d'image : ce lieu est-il toujours perçu par toute la population comme un lieu « fait pour soi » (un lieu où je peux m'emparer de l'espace, m'installer, vaquer à mes occupations personnelles) ?

On peut, sans aucun doute, gagner des clients supplémentaires pour ce lieu. Mais il reste et restera toujours, quels que soient les efforts développés, une fraction notable de la population qui se sentira étrangère au lieu dans ses usages prescrits ou légitimes.

La solution du déplacement de la bibliothèque sur Internet connaît des limites : des études menées en France par Emmanuelle Chevy¹ en 2006 montrent que les services ainsi promus concernent de fait l'usage du lieu physique : accessibilité du lieu, horaires des manifestations culturelles, identification et localisation des collections, etc. Un exemple concret : le site Web de la Bibliothèque municipale de Lyon (BmL)² est d'une extraordinaire richesse, comportant notamment conférences en ligne, dossiers d'actualité, etc. Or, une étude lyonnaise de 2005 montre que 82 % des internautes fréquentent aussi une des bibliothèques du réseau³. Bref, le site Web de la Bibliothèque est un merveilleux facilitateur de l'usage de la bibliothèque pour ceux qui la fréquentent déjà, mais il ne gagne effectivement que peu de nouveaux publics au sein de ces lieux.

Alors, ces autres « extérieurs non-fréquentants » sont-ils négligés ? Les bibliothécaires, et c'est tout à leur honneur, n'ont pas attendu pour offrir un secours documentaire aux habitants éloignés physiquement :

- d'abord timidement en prévoyant des points relais hors la bibliothèque : on pense à des dépôts de documents dans des écoles et à des points de desserte via un bibliobus, mais aussi à d'autres solutions originales : distributeurs à livres dans les rues (voire dans une ancienne cabine téléphonique !) ;
- de façon plus constante pour nombre de publics physiquement empêchés : portage de documents à domicile pour des personnes handicapées, animation de bibliothèques dans des prisons ou des hôpitaux. Le service est là pour servir les gens où ils sont, sans arrière-pensée ramenant au lieu bibliothèque.

Mais voilà, il est d'autres publics, non physiquement empêchés, mais socialement empêchés.

Même si un bibliothécaire rêve de voir 100 % de la population inscrite à la bibliothèque, c'est plus qu'une utopie, c'est une erreur nombriliste. Je ne résiste pas au plaisir de citer ce remarquable extrait d'un article de Jean-Luc Gautier-Gentès :

« Au fond, l'usager idéal selon les professionnels, c'est quelqu'un qui commence à fréquenter la BM à peine sorti du berceau et ne cesse que pour entrer dans la tombe (encore se prendrait-

1. Emmanuelle Chevy, 2006, Les sites web des bibliothèques municipales françaises : Vers de nouveaux territoires ?, *Bulletin des bibliothèques de France*, (51) : 3 (en ligne à <bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-03-0016-002>).

2. <www.bm-lyon.fr >.

3. Delphine Coudrin, 2006, Fréquentation du site Internet. Une expérience d'évaluation à la bibliothèque municipale de Lyon, *Bulletin des bibliothèques de France*, (51) : 6 (en ligne à <bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0054-010>).

on à souhaiter qu'il y entrât avec un livre, si, ce faisant, il n'en privait pas les autres usagers). Cette attente est irrationnelle ; selon le cours d'une vie, et à tout moment, on peut être conduit à ne plus fréquenter la bibliothèque, temporairement ou définitivement, ou, au contraire, à en pousser la porte. Qu'on se mette à la fréquenter, ce peut être mauvais signe, celui d'une blessure de tout ordre, d'un manque, d'une dérive (il ne faut pas alors se réjouir que la BM soit fréquentée, mais qu'elle soit fréquentée plutôt que de se laisser aller à des vertiges autrement périlleux) ; et, au contraire, n'y plus venir, ce peut être le signe que la blessure s'est fermée, que le manque a été comblé. De même, se mettre à lire ou cesser de lire »⁴.

Parallèlement, il est des besoins inassouvis par empêchement social. S'il est très intéressant de faire entrer par divers moyens le service bibliothécaire dans des réseaux de circulation de ressources, la question est plus redoutable lorsque ces réseaux sont pauvres ou difficilement décelables. Redoutable est le ghetto social, qui se double en général d'un ghetto culturel. Menaçant est l'isolement social, qui interpelle notre vocation au partage du savoir et nous laisse démunis dans notre offre généreuse d'un lieu de partage de la connaissance.

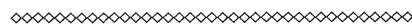
Alors, si on sortait de la bibliothèque, non ayant pour but d'y revenir ou d'y attirer du monde, mais tout bonnement pour irriguer un territoire tel qu'il est ? Pour quoi faire et comment faire ?

Pour faire quoi ?

Que peut-on chercher à faire en partant ainsi à la conquête d'un territoire ? Le bibliothécaire répondra spontanément : « faire lire ! ». Mais cette conquête du territoire se résout-elle seulement à travers des livres et de l'offre documentaire ? Trois réflexions peuvent nous aider à étendre le champ de l'activité.

Au fond, qu'offre la bibliothèque à la population ? Bien plus que des livres et toutes sortes de documents stockés, elle offre du savoir accumulé en proposant de le partager. Mais quels usages sont mobilisés dans cette appropriation de connaissance ? Nous avons conduit à Lyon une étude des publics des manifestations culturelles⁵. Celles-ci sont très nombreuses : plus de 3 000 expositions, conférences, débats, projections et autres ateliers se déroulent chaque année ! Premier constat : 46 % des publics de ces manifestations n'étaient pas inscrits pour l'emprunt, mais suivaient

Au fond, qu'offre la bibliothèque à la population ? Bien plus que des livres et toutes sortes de documents stockés, elle offre du savoir accumulé en proposant de le partager.



fidèlement des cycles d'événements et y trouvaient matière à réflexion, plaisir de savoir, dans le cadre d'une découverte partagée. Notre analyse nous a conduit à comprendre que ces publics s'approprièrent du savoir à travers ces manifestations, sans pour autant qu'il y ait référence à la lecture de documents particuliers. Bref, le programme culturel pouvait être considéré comme une forme d'offre documentaire, et devait être considéré comme une modalité d'offre de savoir de la bibliothèque, à la limite déconnectée des collections et du lieu dans sa réalisation.

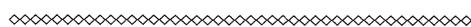
Continuons de nous poser la question de la nature de notre activité : est-on là pour transférer du savoir, ou pour aider à une appropriation cognitive ? Apporter du savoir, c'est aussi apporter les moyens de maîtriser ce savoir. Nul besoin de justification documentaire pour offrir aux enfants un dispositif de soutien aux devoirs scolaires, ni par exemple pour encourager le soutien à l'apprentissage de langues. J'ai une affection particulière pour un service que nous avons mis en place à Lyon depuis de nombreuses années dans la majorité des bibliothèques du réseau : les espaces numériques. Des animateurs spécialisés y accompagnent la découverte de l'ordinateur et d'Internet, mais aussi la capacité de création avec des outils numériques, l'aide à la rédaction de curriculum vitae, la prise en main de nouveaux logiciels, etc. Bref, ils œuvrent pour les besoins d'une littéracie contemporaine.

Dernière interrogation sur la vocation de la bibliothèque : on a coutume de penser cette dernière comme un stock : la création documentaire y est rassemblée, et le public est appelé à s'y servir. Tout bibliothécaire vise à faciliter l'appropriation de ce stock, mémoire de savoir, par une population présente. On peut raisonner différemment et partir du principe que la population servie dispose de ressources propres dans son environnement — merci Internet et les réseaux personnels ! —, et tenter de faciliter l'expression et la mise en commun de ce savoir. Bref, mobiliser une co-construction d'un savoir collaboratif offert à tous. Le numérique offre bien des atouts dans ce domaine. Par exemple, un projet dit Photoportail est aujourd'hui mis en place à Lyon. Ce projet part des centaines de milliers de photographies anciennes ou plus modernes constituées en collections dans la bibliothèque, notamment des images régionales. Le passage de l'argentique au numérique nous a conduit à envisager de solliciter les Lyonnais

4. Jean-Luc Gautier-Gentès, 2003. Refonder les bibliothèques municipales : préliminaires, *Bulletin des bibliothèques de France*, (48) : 2 (en ligne à <bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2003-02-0066-001>).

5. Bertrand Calenge, 2005, *Quel est le public des manifestations culturelles ? : Résultats d'une enquête conduite en octobre et novembre 2004 sur les publics des animations au sein du réseau des bibliothèques lyonnaises* (en ligne à : <www.enssib.fr/bibliothèque-numérique/document-1077>).

On ne se contente plus d'exposer le patrimoine à l'admiration des publics, c'est l'élaboration même de ce patrimoine qui devient entreprise collective.



eux-mêmes pour édifier la mémoire photographique du Lyon d'aujourd'hui, au cours d'ateliers, de campagnes thématiques, voire de contributions spontanées. On ne se contente plus d'exposer le patrimoine à l'admiration des publics, c'est l'élaboration même de ce patrimoine qui devient entreprise collective.

Bref, la gamme des savoirs partagés ne se cantonne pas à la seule lecture de livres stockés et mis à disposition ! Pourquoi alors cette offre potentiellement multiple devrait-elle nécessairement se dérouler toujours dans le lieu bibliothèque — étymologiquement « l'armoire aux livres » —, et ne pas se positionner au plus près des lieux de vie et d'intérêt de certains publics ?... sans pour autant vouloir à tout prix revenir au lieu et aux collections entreposées !

Comment faire ? Questions de stratégie

Une fois comprises à la fois l'exigence de service à tous les publics où qu'ils soient, et la diversité des mobilisations cognitives aujourd'hui possibles, reste à s'organiser pour agir. La stratégie du territoire se fonde sur quatre principes.

1 – Le principe de mobilité

Amener le service au client là où il est vaut mieux qu'amener le client jusqu'au service. Ce principe élémentaire n'est pas le plus simple à faire partager parmi les bibliothécaires. Prenez la question de la circulation des collections entre plusieurs sites de la même bibliothèque : la souplesse du flux peut conduire à permettre d'obtenir un document là où le lecteur le souhaite, et de le rendre non seulement dans n'importe quelle bibliothèque, mais également dans des lieux divers (boîte de retour dans des gares ou des centres commerciaux par exemple). La collection n'est plus strictement localisée, elle devient en quelque sorte flottante sur le territoire entre les différents points de desserte. Les sociétés de vente par correspondance montrent une partie du chemin, avec leurs relais hébergés dans des boutiques de proximité.

De même, le repérage d'un besoin d'information ou de soutien ne doit pas nécessairement mener à rapatrier ce besoin dans les murs, mais parfois à mobiliser la logistique d'un déplacement du service dans l'environnement

même de ceux qui ont ce besoin. J'en avais rencontré l'expérience avant l'émergence massive du numérique : un organisme national avait suggéré à ma bibliothèque départementale — l'équivalent d'un Réseau Biblio du Québec — de monter un fonds destiné aux personnes aveugles. Belle et généreuse suggestion. Mais une étude préalable montra que l'écrasante majorité des publics potentiels gravitaient autour de trois centres urbains spécialement équipés. La conclusion était évidente : c'était dans ces centres et avec eux qu'il fallait construire l'appareil d'offre et de service.

En somme, toute stratégie du hors les murs s'appuie d'abord sur un principe élémentaire pour qui raisonne territoire : « *Si tu ne vas pas à Lagardère, Lagardère ira à toi !* »

On objectera que les moyens humains et financiers ne permettent pas une irrigation parfaite et complète de tout le territoire. C'est vrai, et c'est ce qui justifie une politique de services : avoir à faire des choix, établir des priorités. Mais ce constat est aussi l'occasion de rappeler que toute stratégie couvrant un territoire est vouée à l'échec si elle n'est pas placée sous l'exigence d'un partenariat attentif avec les autres acteurs du territoire concerné.

2 – Le principe d'un partenariat systématique

Lorsque la bibliothèque sort de ses murs, elle entre dans un espace social quadrillé par de multiples acteurs et intérêts. Pour reprendre l'exemple du service aux personnes socialement isolées, bien des acteurs sociaux, éducatifs et culturels arpentent ce territoire, parfois depuis longtemps. Ils connaissent le terrain, ils y poursuivent une stratégie qui croise ou peut croiser celle de la bibliothèque. Par ailleurs, au-delà de ces acteurs institutionnels, on peut repérer diverses communautés singulières unies par des passions communes : assemblées de femmes échangeant sur la cuisine, clubs de sport, etc. Rien de ce qui fait lien ne doit être négligé dès qu'on s'aventure hors les murs.

Ce partenariat peut prendre deux formes :

- un partenariat événementiel : malgré son caractère fugitif, le temps de l'événement est important. Le savoir passe aussi par le festif, et le festif permet de jouer sur une grande dimension de notre travail : le partage. L'intérêt du festif est qu'il est transportable au plus près des quartiers. On peut ainsi marquer les esprits avec un atelier numérique itinérant, une présence aux fêtes populaires avec des ateliers, des lectures d'éché dans les parcs ou en pieds d'immeubles, etc. L'événementiel n'est pas nécessairement l'écume de l'action, il peut être un moteur et un vecteur ;
- un partenariat construit dans la durée : une action efficace en direction de publics isolés ne

peut se contenter d'événements ponctuels. Il faut aussi établir des fondations durables pour un travail plus continu. Et c'est là en particulier que les partenariats sont indispensables à la réussite : par exemple, un travail de sensibilisation à l'éveil intellectuel des bébés dans un centre de protection maternelle et infantile ne peut se concevoir sans le relais des nounous et travailleurs sociaux. À souligner, la bibliothèque n'est pas nécessairement à l'origine de l'action entreprise : à elle de guetter les initiatives sur le terrain social, pour proposer soutien et accompagnement dans la mesure des moyens et en complicité avec les acteurs. Par exemple, le soutien aux opérations de prévention santé passe nécessairement par les travailleurs sanitaires et les associations familiales, et la nature du soutien apporté aux publics (documentation, permanences, temps forts, mais aussi facilitation de partenariats complémentaires) doit être négociée en complicité avec ces acteurs.

Ces deux formes de partenariat ne doivent jamais être considérées exclusivement l'une de l'autre, ni de degrés différents. Chaque territoire, chaque situation propose en quelque sorte ses opportunités de stratégie. On est là, ô combien, dans une politique de la complexité du territoire. Mais dans tous les cas, la bibliothèque doit à l'évidence participer activement à l'objectif de service porté par le partenaire, comme ce dernier doit apporter sa pierre : je crois qu'on appelle cela classiquement du gagnant-gagnant.

3 – Le principe d'« adaptation cognitive »

Je revendique la capacité des bibliothécaires à apporter leur soutien et leur expertise au-delà des documents qu'ils manipulent, et au-delà de l'évidence des masses documentaires matérielles. Nous disposons de ressources d'accompagnement insoupçonnées que les collections nous masquent à nous-mêmes.

Par exemple, le succès des services de questions-réponse en ligne a fait naître, notamment dans les pays du nord de l'Europe, l'idée d'un service naturellement apparenté au « *ask a librarian* » : le « *Borrow a librarian* », empruntez un bibliothécaire. Mettez vos compétences, et non les documents, à la disposition des citoyens : voilà un vrai service d'accompagnement dans l'information ! La bibliothèque de Marchin/Modave en Belgique (province de Liège) propose dans cette lignée le service d'un écrivain public. Je cite la proposition :

« Vous désirez écrire à une administration publique, rédiger une lettre de candidature, envoyer une réclamation, etc. Depuis le mois de février 2009, un écrivain public vous aide à comprendre et à rédiger tous vos courriers et textes personnels et/ou administratifs. L'aide

Je revendique la capacité des bibliothécaires à apporter leur soutien et leur expertise au-delà des documents qu'ils manipulent, et au-delà de l'évidence des masses documentaires matérielles.

qu'il vous apporte est personnalisée, confidentielle et gratuite. »⁶

Un tel service s'exporte volontiers hors les murs, et à Marchin/Modave les rendez-vous ont lieu non seulement dans des bibliothèques mais aussi dans des administrations des bourgs concernés. On peut les déplacer plus aisément que des stocks documentaires !!!

Autre exemple de ce type de service para-documentaire (encore lyonnais ! mais l'expérience existe démultipliée en de nombreuses villes, j'imagine). Comme toute bibliothèque publique, nous sommes évidemment sollicités par les acteurs scolaires dans de multiples domaines, et la fourniture documentaire aux écoles est la demande la plus forte. La municipalité de Lyon ayant décidé, avec l'Université, d'apporter jusqu'à un soutien aux écoles, en finances et en moyens humains, pour accompagner leur effort documentaire, nous avons préféré à une banale desserte documentaire renouvelée passant par les tournées des agents de la bibliothèque, le soutien à la formation des jeunes recrutés pour animer ce réseau, et la constitution d'un réseau professionnel actif pour quadriller ce terrain. Les Québécois utilisent une expression que j'aime beaucoup : « *tricoter un réseau* » !

Bref, un service de bibliothèque, ce n'est pas seulement — loin de là — un approvisionnement en livres et autres documents.

4 – Le principe de structuration

Oser l'imagination et les expériences. Cette posture fait courir le risque de partir dans une dispersion des actions en fonction des hasards et des appétences. Le territoire est si vaste et si riche et mouvant qu'on a vite fait de s'y noyer, fût-ce avec délices. Il faut bien sûr inscrire la démarche dans un processus structuré. Celui-ci, à mon sens, passe par trois impératifs :

- le premier réside dans l'intégration du « hors les murs » au cœur de la structuration de la bibliothèque elle-même : à Lyon, un service était spécialement dédié à la programmation de desserte hors les murs au service des publics les plus isolés, et parallèlement chaque petite bibliothèque du réseau développait l'attractivité de son lieu. La

6. <bibliomarchinmodave.wordpress.com/service-ecrivain-public/>

*La bibliothèque n'est qu'un des acteurs
qui quadrillent le territoire au service
de cette population, mais elle doit
affirmer sa singularité itinérante.*



construction d'équipements modernes et le renforcement des équipes locales ont conduit à imaginer une organisation différente : chaque bibliothèque, renforcée d'un ou de plusieurs médiateurs sociaux et culturels, se voit assigner la charge de partir à la conquête de son quartier, et le service central devient une équipe d'appui logistique qui a pour missions d'assurer l'assistance concrète aux partenariats qui peuvent être tissés, et d'insérer ces actions dans les programmes de politique de la Ville ;

- le second impératif passe par la coordination avec les autres réseaux sociaux, culturels, éducatifs, etc., qui traversent le territoire dans son ensemble. Si toute équipe bibliothécaire peut se satisfaire d'avoir pu établir un contact fructueux avec un partenaire particulier, il est indispensable, pour assurer la cohérence et la cohésion au niveau de la cité, que chacune de ces actions ait une raison d'être dans un programme plus vaste qui rencontre les politiques sociales, éducatives et culturelles de la collectivité ;
- le troisième impératif tient dans l'acceptation voire la revendication de la diversité des métiers mobilisés. Oser s'aventurer hors les murs et l'environnement maîtrisé des collections organisées suppose le recours à des talents bien spécifiques de médiation, comme à des connaissances fines des milieux

concernés. Cette aventure conduit évidemment à repositionner les priorités et les talents des bibliothécaires. Mais la bibliothèque a par ailleurs tout intérêt à identifier la spécificité des nouvelles compétences requises pour renforcer les équipes des professionnels de ces compétences. J'ai cité par exemple l'écrivain public ou le médiateur social, j'aurais pu parler de l'enseignant ou de l'animateur numérique.

Reste une inconnue à accepter et à maîtriser dans ce processus de structuration : l'évaluation de cette stratégie hors les murs. Pour avoir eu à me pencher sur la question en tant qu'évaluateur, je sais que nous sommes démunis d'indicateurs d'impact dans ce domaine, où la richesse de l'action et sa pertinence ne peuvent être rapportées à un nombre de personnes ou à une masse d'emprunts. L'évaluation reste en grande partie narrative, mais un point fixe, une articulation fonctionnelle doit toujours être recherchée : en quoi la diversité des actions entreprises s'inscrit-elle et s'articule-t-elle avec des politiques plus générales de la Ville, bref en quoi l'action de la bibliothèque hors ses murs participe-t-elle d'un projet collectif ?

Aborder la stratégie du « hors les murs » met la bibliothèque face à de nouvelles et concrètes réalités : d'abord non, son public ne se cantonne pas à ses visiteurs, et c'est la diversité des populations sur un territoire qui constitue l'objectif de service de cette institution. Ensuite oui, la bibliothèque n'est qu'un des acteurs qui quadrillent le territoire au service de cette population, mais elle doit affirmer sa singularité itinérante.

Je n'ai pas la prétention d'avoir balayé tout le champ du « hors les murs », et vous connaissez nombre de bibliothèques qui fourmillent d'initiatives. En même temps, j'ai bien conscience de délivrer une conviction plus qu'une feuille de route : mais y a-t-il une telle distance de la première à la seconde ? Je vous laisse juge... ☉