



Fiche d'identité de la campagne de communication nationale en faveur des bibliothèques territoriales

DATE : LUNDI 21 AOUT 2023

Campagne « Ma bibliothèque : le monde à portée de main »

1. Le contexte et les objectifs de la campagne

Conçue comme l'un des moyens pour tourner définitivement la page de la crise sanitaire, la campagne a pour double objectif de faire revenir le public perdu en bibliothèque et de l'élargir, notamment auprès de la génération Z, en travaillant la notoriété de ces premiers équipements culturels de proximité.

Malgré un maillage territorial exceptionnel (près de 15 500 points de lecture publique en France), les bibliothèques souffrent d'un manque de visibilité dans le paysage culturel français, d'une image souvent désuète et en décalage avec leur transformation profonde durant les quarante dernières années. Devenues médiathèques, elles se sont ouvertes à tous les contenus culturels et d'information, mêlant savoirs et divertissement, avec des collections et des services de plus en plus numériques. Les professionnels à l'écoute de l'évolution des usages y développent de nouvelles formes de médiation en adéquation avec la diversité des publics.

La vague d'émeutes du début de l'été 2023 n'a pas épargné les bibliothèques et donne un écho particulier au lancement de la campagne. Les bibliothèques peuvent contribuer à une mobilisation citoyenne en réaffirmant leur rôle d'espace public culturel et leur fonction sociale, au plus près des populations.

2. Le concept graphique et la réalisation

Conduite par l'agence de communication La Netscouade, le concept de la campagne repose sur l'opposition entre le monde réel, envahi de sollicitations extérieures et d'injonctions à la consommation, et celui de la bibliothèque qui se pose alors comme un espace intergénérationnel, inclusif, lieu de savoirs, de loisirs et de compréhension du monde où l'expérience forge l'imaginaire et le libre arbitre.



Parce qu'elle invite à la découverte, à la connaissance et à la rêverie, en dehors des circuits marchands, la bibliothèque est particulièrement propice au développement de soi, aux rencontres inattendues et au partage. Puisqu'en bibliothèque le monde est à portée de main, il suffit d'en franchir les portes !

Réalisatrice et illustratrice : Valentine Reinhardt

Agence de production : 15 Août Productions

Studio d'animation : Mathematic

Slogan : « Ma bibliothèque : le monde à portée de main »

Dièse réseaux sociaux : #MaBibliothèque

3. Calendrier de la campagne

Lancée le mercredi 6 septembre, la campagne est programmée à la rentrée, au moment où les français choisissent leurs activités culturelles, sportives et éducatives pour l'année. Elle a vocation à perdurer sur un plus long terme.

Afin de toucher un large éventail de publics, différents canaux de communication seront mis à contribution à travers :

- une campagne télévisée : un spot publicitaire sur les chaînes de France Télévisions (France 2, France 3 et France 5), du 6 au 12 septembre, et sur la plateforme de rediffusion france.tv.fr, du 6 au 24 septembre ;
- un message radio sur le réseau France Bleu ; du 6 au 24 septembre ;
- une campagne d'affichage dans l'espace public : affichage numérique animé dans les gares, métros et centre commerciaux (du 4 au 23 septembre), affiches imprimées dans les commerces de proximité (du 4 au 10 septembre), affiches diffusées dans les espaces publicitaires des collectivités territoriales (à partir du 6 septembre) ;
- une campagne dans la presse : presse culturelle et littéraire, presse quotidienne régionale, encarts dans les publications des collectivités, infolettres locales ;
- une campagne digitale : pass Culture, comptes réseaux sociaux du ministère de la Culture, des collectivités, des partenaires, des bibliothèques (à partir du 6 septembre).