

PLAN DE COMMUNICATION 2009-2010

Bibliothèque de l'Université Laval

Réalisé par Marie-Josée Marquis
Chargée de communication

Le 31 mai 2009



Bibliothèque

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
Mot d'introduction.....	1
Organisation	1
Gestion	1
Ressources.....	1
Contexte	2
Orientations stratégiques.....	2
Période de mutation.....	2
Priorités d'action.....	2
Planification.....	2
Mandats	3
Mandat pour les communications internes	3
Mandat pour les communications externes.....	3
Limites du mandat	3
Projet de réaménagement.....	3
Préoccupation	4
Communications internes.....	4
Communications externes.....	4
Mission de l'Université Laval	4
Démarche.....	5
Rencontres des employés	5
Tournée de la signalétique.....	6
Rencontre des services de l'Université Laval.....	6
Mini-sondage	6
Lecture de documents.....	6
Portfolio des imprimés.....	6
Restriction de la démarche.....	6
Aperçu du plan	7
Limites du mandat	7
Divisions du plan	7
Remerciements	7

COMMUNICATIONS INTERNES	9
Analyse de la situation.....	9
Paramètres de l'analyse	9
Historique	9
Plans de communication précédents	9
Organisation	10
Mission.....	10
Valeurs.....	10
Structure.....	10
Personnel.....	10
Quelques statistiques.....	11
Établissements.....	11
Activités internes.....	11
Outils internes.....	11
Autres bibliothèques.....	12
Forces et faiblesses.....	12
Diagnostic	14
Objectifs de communication.....	14
Objectifs généraux.....	14
Objectifs particuliers.....	14
Public cible	15
Axe de communication.....	15
Stratégies de communication.....	15
Moyens, techniques et médias.....	16
Messages et mots clés	16
Budget 2009-2010.....	16
Calendrier de réalisation.....	16
Méthodes d'évaluation.....	16
Conclusion	16
 COMMUNICATIONS EXTERNES	 17
Analyse de la situation.....	17
Méthodologie.....	17
Historique.....	71
Activités	17
Environnement	18
Produits et services	18
Quelques statistiques.....	19
Modernisation	19

Pavillons	19
Survol de la concurrence.....	19
Web.....	19
Ressources électroniques.....	19
Formations documentaires	19
Résultats du mini-sondage.....	20
Interprétation des résultats.....	20
Publics actuels.....	21
Publics externes.....	21
Portfolio des imprimés.....	22
Revue de presse.....	22
Forces et faiblesses.....	22
Diagnostic	24
Objectifs de communication.....	24
Objectifs généraux.....	24
Objectifs particuliers.....	24
Publics cibles	25
Axe de communication.....	25
Slogan	26
Messages et mots clés	26
Stratégies de communication.....	26
Moyens, techniques et médias.....	27
Budget 2009-2010.....	27
Calendrier de réalisation.....	28
Méthodes d'évaluation.....	28
Conclusion	28
ANNEXE A	29
Portfolio	29
ANNEXE B	33
Communications internes	33
ANNEXE C	35
Budget communications internes.....	35
ANNEXE D	37
Calendrier de production	37

ANNEXE E	41
Revue de presse.....	41
ANNEXE F	59
Communications externes	59
ANNEXE G	65
Budget communications externes.....	65
ANNEXE H	77
Budget 2009-2010 communications internes et externes	77

INTRODUCTION

| Mot d'introduction

Dans ce document, la Bibliothèque de l'Université Laval propose un plan de communication résultant de plusieurs semaines de réflexion et d'analyse. S'inscrivant dans les grandes orientations de la planification stratégique 2007-2010 de la Bibliothèque, ce plan couvre la dernière période du plan d'action, soit celle du mois de juin 2009 au mois de mai 2010.

Organisation

Les bibliothèques universitaires occupent une place prépondérante au sein des établissements voués à la recherche et à l'enseignement. Centre névralgique, la Bibliothèque de l'Université Laval joue ainsi un rôle de premier plan et participe activement à la renommée de l'Université. En 2008, elle se positionne avantageusement parmi le réseau des bibliothèques universitaires québécoises, canadiennes et américaines : plus de 5 millions de documents partagés entre les collections numériques et physiques, un budget annuel d'acquisition de près de 11 millions de dollars, un effectif de quelque 250 employés, bibliothécaires, commis, techniciens et professionnels de l'information, et 890 000 visites d'utilisateurs par année.

Gestion

Le plan de communication, et surtout son déploiement en cours d'année, constituera pour la direction de la Bibliothèque un précieux outil de gestion et contribuera certainement à promouvoir la réputation d'une grande bibliothèque où excellence et innovation se côtoient.

Dans un monde où l'accès au savoir est en profonde mutation, la Bibliothèque souhaite dorénavant accorder au service des communications un rôle actif au sein de l'organisation afin de soutenir son développement. Le présent plan est sans contredit un excellent jalon établi dans cette démarche de gestion évolutive. Il s'ajoute aux outils de gestion actuels de la Bibliothèque et lui servira à plus long terme de levier pour accroître sa notoriété et, par le fait même, celle de l'Université.

Ressources

Le succès du plan de communication et les résultats obtenus dépendront en grande partie de la mobilisation des équipes et de la collaboration du personnel de la Bibliothèque. Ces personnes joueront un rôle primordial dans la mise en œuvre du plan et deviendront des acteurs indispensables à la réussite et à l'atteinte des objectifs. Considérant l'ampleur du mandat et le peu de ressources humaines à l'interne pour en assurer le suivi, la Bibliothèque devra arrimer ses attentes à des buts et des délais réalistes.

Précisons qu'une seule ressource en communication à l'emploi de la Bibliothèque pourra répondre aux nombreux besoins de l'organisation et assurer le suivi des activités liées à la réalisation des projets. La chargée de communication, avec l'aide de la Direction de la Bibliothèque, veillera au cours de l'année 2009-2010 à traduire le plan en résultats tangibles et en actions concrètes.

Contexte

Orientations stratégiques

Au cours des années 2006-2007, la Bibliothèque a établi ses nouvelles orientations stratégiques afin de redéfinir son offre de service et de faire face aux grands enjeux des bibliothèques du XXI^e siècle. Les voici brièvement énumérées :

1. développer une vision stratégique et commune de son offre de service ;
2. améliorer le lieu et le milieu de vie en offrant des espaces de travail conviviaux et efficaces ;
3. améliorer le lien avec le savoir par des collections mieux arrimées aux programmes ;
4. renforcer les liens avec ses publics internes et externes ;
5. solidifier les liens tissés avec son personnel et favoriser la cohésion de l'équipe ;
6. améliorer les technologies en les adaptant aux habitudes et aux attentes de ses clientèles ;
7. consolider la gestion de la Bibliothèque et de ses produits.

Les réflexions et analyses qui ont nourri la réalisation du document intitulé « Accéder au savoir. La Bibliothèque, lieu d'échange et d'apprentissage. Planification stratégique 2007-2010 » ont permis de dresser un portrait exhaustif des changements et des enjeux du milieu de la bibliothéconomie. Le document permet de saisir l'envergure des bouleversements de l'accès au savoir et à l'information savante.

Période de mutation

De la croissance des contenus numériques aux nouvelles technologies, de la modernisation des espaces en passant par les nouvelles habitudes d'utilisation et besoins des usagers, les défis des bibliothèques universitaires se multiplient à une vitesse fulgurante. À elle seule, l'étape de la redéfinition de l'offre de service de la Bibliothèque du futur et du rôle du bibliothécaire comporte son lot de complexités. C'est dans ce contexte de profonde mouvance, de recherche d'identité et de multiples réflexions que la Direction de la Bibliothèque a commandé le présent plan de communication.

Priorités d'action

Comme suite à sa planification stratégique, la Bibliothèque a élaboré un plan d'action intitulé « Accéder au savoir. Plan d'action 2007-2010 ». À cette fin, les besoins et objectifs de chacune des unités de l'organisation ont été définis et ont permis d'établir les priorités d'action. Voici les trois plus importantes.

- Priorité 1 : Développer une vision stratégique et commune de son offre de service.
- Priorité 2 : Améliorer le lieu et le milieu de vie en offrant des espaces de travail conviviaux et efficaces.
- Priorité 3 : Renforcer les liens avec ses publics tant internes qu'externes.

L'élaboration de toutes les étapes du plan de communication respectera ces trois priorités.

Planification

La Bibliothèque de l'Université Laval offre un environnement qui facilite la planification. Les situations d'urgence y sont en effet rarissimes, la gestion de crise quasi inexistante. Ce contexte est favorable à la planification pour tous les niveaux hiérarchiques de l'organisation. Le plan de communication s'insère aisément dans cette structure organisationnelle. Aucun doute qu'il répond à la volonté de la Direction de voir ses équipes s'orienter davantage vers une saine gestion où prime la planification.

| Mandats

M^{me} Silvie Delorme, directrice de la Bibliothèque de l'Université Laval, a confié le mandat de réalisation du plan de communication pour l'année financière comprise entre le 1^{er} juin 2009 et le 31 mai 2010, à un membre de son personnel, M^{me} Marie-Josée Marquis, chargée de communication. La Bibliothèque souhaite gérer les nombreux défis de communication tant sur le plan de son organisation interne qu'auprès de ses clientèles externes. On souhaite toutefois accorder la priorité aux communications externes. Voici les deux mandats confiés par la Direction.

Mandat pour les communications internes

- Favoriser la compréhension des enjeux de la Bibliothèque et le respect de pratiques communes de communication afin d'améliorer la cohésion au sein de l'organisation.

Mandat pour les communications externes

- Faire connaître davantage les ressources de la Bibliothèque.
- Attirer plus d'usagers à fréquenter les lieux.

Limites du mandat

Ces mandats font partie d'une vision à long terme de la Bibliothèque et exigeront plusieurs années de travail et d'efforts de la part de tous les acteurs concernés par l'atteinte des objectifs. En d'autres termes, les mandats confiés se révèlent vastes et ambitieux. Le mandat des communications internes, quoique jugé moins prioritaire par la Direction, nécessitera tout de même une attention particulière, puisque c'est à ce chapitre que les premières marches devront être posées. Rappelons qu'il s'agit du premier plan de communication mis à exécution dans l'histoire de l'organisation. Dans ce contexte, des initiatives seront entreprises et seront profitables, d'autres devront être abandonnées. Des ajustements s'imposeront en cours de route, l'expérience s'avérant nouvelle tant pour la Direction, la chargée de communication, que pour l'ensemble des employés.

Les tentations sont fortes de voir grand et loin. Un des défis de communication de la prochaine année sera sans doute de garder le cap sur les priorités établies. Pour y parvenir et au risque de se disperser, la Direction de la Bibliothèque et la chargée de communication devront conjointement veiller à la bonne exécution de chacune des étapes du plan.

Projet de réaménagement

Les instances universitaires ont récemment confirmé la réalisation d'une première phase du projet de réaménagement de la Bibliothèque, soit la rénovation du quatrième étage de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales, et des espaces de la Bibliothèque scientifique. De l'information sur l'évolution des projets dès le début des travaux sera communiquée aux usagers. Comme les dates de la mise en chantier demeurent incertaines, on ne peut établir pour le moment un calendrier d'action.

Par ailleurs, le deuxième volet du mandat des communications externes sur la fréquentation des lieux est intimement lié au grand projet de réaménagement global de la Bibliothèque. De nouveaux espaces modernes offrant un confort accru constitueront des atouts de premier plan dans le contexte d'une future stratégie promotionnelle pour attirer les usagers à fréquenter les lieux. Une fois réaménagés vers 2010-2011, les premiers espaces feront incontestablement l'objet d'une grande offensive de communication. À suivre dans le prochain plan de communication.

| Préoccupation

En élaborant un plan de communication intégré à ses orientations stratégiques et à son plan d'action 2007-2010, la Bibliothèque s'assure de centrer ses efforts autour des mêmes objectifs. Favoriser l'utilisation de ses ressources, augmenter la fréquentation de ses lieux, renforcer les liens avec ses publics. Toutes les actions convergent vers le même but.

Dans un horizon plus large, la Bibliothèque a comme constante préoccupation d'enrichir son offre de service par le développement de ses collections, de ses produits, de ses services et de son expertise. De cette manière, elle vise à demeurer à l'avant-garde dans son milieu.

Communications internes

La Bibliothèque se préoccupe de mobiliser ses troupes à l'interne afin de véhiculer un message cohérent et commun auprès de son personnel. Elle souhaite également accroître le sentiment d'appartenance de ses équipes de travail. Sachant que le fonctionnement des communications externes doit s'appuyer sur les bases solides d'une bonne communication interne, la Direction de la Bibliothèque désire promouvoir la cohésion au sein de ses équipes.

Communications externes

D'autre part, la Bibliothèque de l'Université Laval voit ses espaces désertés et sa fréquentation diminuer de façon inquiétante d'année en année. Cette situation est jugée alarmante pour une université souhaitant se positionner parmi les meilleurs établissements d'enseignement à l'échelle provinciale, canadienne et internationale. Comme organisation moteur de son institution, la Bibliothèque se préoccupe de son rôle à jouer dans la réussite scolaire des étudiants lavallois. Elle demeure aussi sensible au soutien au personnel enseignant visant l'excellence de la recherche et de l'enseignement.

L'aménagement désuet de la Bibliothèque, les espaces de travail inadéquats au regard des modes d'apprentissage d'aujourd'hui, l'insatisfaction exprimée par les usagers quant aux lieux à l'occasion de sondages effectués entre 2003 et 2007, les collections et les ressources sous-utilisées considérant un investissement annuel important... Tous ces facteurs sont préoccupants pour la Direction de la Bibliothèque. Le mandat de communication tel que décrit précédemment en témoigne.

Mission de l'Université Laval

L'Université Laval doit disposer des meilleurs moyens pour recruter et maintenir en poste des chercheurs de haut calibre, et pour former des étudiants dans des domaines de pointe. À ce chapitre, une bibliothèque universitaire doit demeurer pour son institution un important critère de sélection lors du recrutement de nouvelles clientèles. Dans cet esprit, la Bibliothèque a la constante préoccupation de favoriser l'accès à l'information pour le corps professoral, les chercheurs et les étudiants. Sa mission étant intimement liée à celle de l'Université Laval, la Bibliothèque s'applique quotidiennement à développer un savoir de qualité dans un environnement adapté aux exigences d'aujourd'hui. Ce souci de l'excellence contribue à la mission même de l'Université :

Première université francophone d'Amérique, ouverte sur le monde et animée d'une culture de l'exigence, l'Université Laval contribue au développement de la société par : la formation de personnes compétentes, responsables et promotrices de changement, par l'avancement et le partage des connaissances dans un environnement dynamique de recherche et de création.

| Démarche

Rencontres des employés

Afin de recueillir de l'information sur les communications internes et externes de l'organisation, la chargée de communication a procédé à une série de rencontres individuelles et de groupe avec un bon nombre d'employés. Un total de 52 personnes, soit 20 % de l'effectif, ont été invitées à ces entretiens échelonnés principalement sur une période de 2 mois, soit de novembre à décembre 2008. Quelques rencontres ont complété cette collecte d'information en janvier et février 2009. Des questions ouvertes, la plupart d'ordre qualitatif, ont permis d'animer ces rencontres.

Cette sélection du personnel, déterminée avec la directrice de la Bibliothèque, représente la plupart des niveaux hiérarchiques de l'organisation. Cette démarche a été privilégiée afin d'évaluer, dans un premier temps, l'état de santé des communications internes de la Bibliothèque. Ces rencontres axées sur l'écoute des besoins en communication sont les premières de ce type à être réalisées auprès du personnel de la Bibliothèque. Elles ont aussi permis de recueillir de l'information sur certaines pratiques de communication existantes avec les usagers.

Les questions posées durant ces entretiens touchaient principalement les points de la circulation et de la diffusion de l'information. Voici la liste des catégories du personnel rencontré.

Direction

Dans un premier temps, des rencontres individuelles ont eu lieu avec la directrice de la Bibliothèque et les cinq directeurs de division : services administratifs, Bibliothèque numérique et des technologies de l'information, Traitement des fonds documentaires, Bibliothèque des sciences humaines et sociales, et Bibliothèque scientifique.

Chefs de section

Plusieurs chefs de section de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales ont été rencontrés en petits groupes ou individuellement, pour les sections suivantes : répertoire des vedettes-matière, consultation, aide à la recherche, circulation, recherche et développements numériques, et soutien informatique.

Conseillers et conseillères à la documentation

Presque tous les conseillers et conseillères à la documentation de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales et de la Bibliothèque scientifique ont été rencontrés en petits groupes, soit 28 personnes au total.

Spécialistes en ressources documentaires

Une spécialiste en ressources documentaires de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales et un deuxième de la Bibliothèque scientifique sont du nombre des employés rencontrés.

Webmestre

Le webmestre a été rencontré d'abord avec quelques collègues de sa division, puis individuellement.

Personnel de soutien

Des petits groupes de techniciens et techniciennes en documentation et de commis à la documentation ont également participé aux rencontres.

Chargée de conservation et de restauration

Une rencontre individuelle avec la chargée de conservation et de restauration s'est tenue dans les locaux des collections de l'Université Laval au pavillon Louis-Jacques-Casault.

Tournée de la signalétique

Deux visites avec des employés de la Bibliothèque ont permis de compléter la prise d'information sur les besoins en signalétique : l'une à la Bibliothèque scientifique et l'autre à la Bibliothèque des sciences humaines et sociales.

Rencontres des services de l'Université Laval

Des échanges d'information ont eu lieu avec deux membres de la Direction des communications de l'Université, soit le chef de la division communication Web et publicité institutionnelle, M. Martin Boucher, et la conseillère en communication de la Direction des communications attachée au dossier de la Bibliothèque, M^{me} Hélène Mélançon. S'ajoute à ces démarches une visite de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales avec M^{me} Pierrette Lainesse, coordonnatrice aux infrastructures du Service des immeubles.

Mini-sondage

Afin de recueillir quelques renseignements à propos des communications externes, un mini-sondage en ligne a été effectué auprès de la communauté universitaire. Un message d'invitation à y répondre a été envoyé aux professeurs et aux étudiants de l'Université Laval par la base de données des courriels de l'Université. Le sondage était accessible dans la page d'accueil du site Web de la Bibliothèque pendant une période de deux semaines, du 5 au 18 décembre 2008. Les répondants avaient le loisir de participer au tirage d'une carte-cadeau de 75 \$.

Pour stimuler le taux de participation, on a eu recours à un sondage bref, présentant des choix de réponses. Composé de cinq questions fermées seulement, ce sondage visait principalement les étudiants et le personnel enseignant. Le but : vérifier la visibilité de la publicité de la Bibliothèque dans les médias du campus de l'Université Laval, et la connaissance des services de formation à la recherche documentaire offerts à la Bibliothèque. L'analyse des résultats, bien que non scientifique, a également permis de réévaluer la pertinence de certains placements média réalisés systématiquement au cours des dernières années.

Lecture de documents

Cette collecte d'information a été enrichie par la lecture de documents organisationnels de la Bibliothèque qui ont permis de retracer l'historique des communications et de brosser le portrait actuel de l'organisation, tant sur le plan des communications internes qu'externes. Mentionnons quelques-uns de ces documents : les résultats des sondages LIBQUAL de 2003 à 2007, le sondage « Santé psychologique au travail » réalisé auprès des employés de la Bibliothèque en 2007, le document de la planification stratégique de la Bibliothèque de l'Université Laval 2007-2010, le sondage CROP sur le profil des jeunes de 18-34 ans intitulé « X&Y à l'université ! Les jeunes universitaires et leurs aspirations », les projets de plan de communication antérieurs élaborés par des professionnels de la communication de la Bibliothèque, et le document de réflexion « Vers un Web stratégique – 2007 » élaboré par Pierre Chicoine et Daniel Bérubé, respectivement webmestre et chargé de communication à la Bibliothèque.

Portfolio des imprimés

La constitution d'un portfolio des outils de communication interne et externe vient compléter l'éventail des moyens utilisés pour l'analyse de la situation. Les images du portfolio en annexe A illustrent bien l'évolution de la gamme de produits créés et diffusés par la Bibliothèque.

Restriction de la démarche

Notons qu'en raison des délais et des ressources limitées, aucun groupe de discussion d'utilisateurs n'a été formé. De même, aucun test d'utilisateurs n'a été effectué pour le volet d'analyse du site Web.

| Aperçu du plan

Limites du mandat

Soulignons qu'aucun volet sur l'analyse structurelle du site Web de la Bibliothèque n'apparaît dans ce document, l'expertise et le temps d'investigation requis étant considérables. Seul l'aspect communicationnel du site Web a fait l'objet d'observations. En raison de ces mêmes contraintes, aucune analyse en profondeur de la concurrence n'est ici livrée. Seulement un bref survol des bibliothèques québécoises a été effectué à partir de la lecture de leurs sites Web. Autre limite au mandat, l'analyse des résultats du mini-sondage n'a pas été réalisée de façon scientifique par une firme de sondage professionnelle.

Divisions du plan

À partir des données recueillies, le plan de communication propose des stratégies qui nécessiteront la mise en place de nouvelles activités et, par surcroît, la mobilisation et l'apport de certaines ressources humaines de la Bibliothèque.

Le plan de communication proposé est adapté aux ressources matérielles, financières et humaines actuelles de la Bibliothèque. Il tente d'amener des solutions novatrices afin d'améliorer la dynamique interne et de mieux rejoindre les clientèles en donnant à la Bibliothèque l'image d'un lieu physique et virtuel dynamique, davantage engagé dans son milieu.

Le plan se divise en deux grandes parties : les communications internes et externes. Pour chacune des parties, les volets communs suivants sont abordés : l'analyse de la situation, le diagnostic, les objectifs de communication, les publics cibles, l'axe de communication, les stratégies de communication, les moyens et techniques, les messages, le budget, le calendrier de réalisation et, finalement, les méthodes d'évaluation proposées.

| Remerciements

La réalisation de ce plan n'aurait été possible sans la collaboration de nombreux employés qui ont livré de précieux renseignements dans un esprit de confiance et de grande ouverture. De chaleureux remerciements leur sont adressés. Un merci également à la directrice de la Bibliothèque et aux chefs de division qui ont participé activement, par leurs réflexions et leurs exigences, à la concrétisation de ce projet.

COMMUNICATIONS INTERNES

| Analyse de la situation

Comme il a été mentionné en introduction, l'analyse de la situation des communications internes de la Bibliothèque est exclusivement basée sur l'information obtenue lors de rencontres avec la Direction et le personnel.

Certaines questions ont permis de cerner des besoins partagés par la majorité des employés, peu importe le secteur d'activité de l'organisation ou l'emploi occupé par les personnes interrogées. Le plan de communication tente de cerner les problématiques dans l'humble et noble but d'améliorer la situation avec tous les acteurs concernés.

Paramètres de l'analyse

Les questions posées touchaient principalement les points de la circulation de l'information au sein de l'organisation, les moyens internes actuellement utilisés et la qualité de la diffusion de l'information. L'aspect du climat organisationnel et de la santé psychologique au travail, sondé en 2007 par la Direction de la Bibliothèque, n'a pas été approfondi dans le cadre du présent mandat. Davantage d'efforts ont été déployés pour cerner les défis de communication prioritaires à relever pour la prochaine année, le suivi de la santé psychologique devant nécessairement être assuré par des professionnels des ressources humaines et de la santé mentale au travail. De même, l'aspect du service client demeure hors du champ d'expertise de la chargée de communication.

Certains objectifs généraux touchant les communications internes ont été mis de l'avant dans la planification stratégique 2007-2010 de la Bibliothèque. Que ce soit pour accroître la satisfaction des employés au travail, pour développer l'esprit d'équipe ou pour améliorer l'accueil des nouveaux employés, ces objectifs orientent l'analyse de la situation actuelle des communications de la Bibliothèque.

Afin de garantir une continuité dans les actions entreprises depuis 2007, le plan de communication prend en considération les réflexions contenues dans les orientations stratégiques.

Historique

Depuis ses débuts en 1968 au pavillon Jean-Charles-Bonenfant, la Bibliothèque a accueilli de nombreux employés qualifiés dans différentes sphères d'activité liées à la bibliothéconomie : commis, techniciens, personnel de soutien, professionnels, etc. Elle compte aujourd'hui un effectif d'environ 250 employés réguliers. Plus récemment, on a vu croître les équipes rattachées au développement technologique et à la numérisation de la documentation. Deux hommes et deux femmes se sont succédé à la barre de la direction depuis l'installation de la Bibliothèque au pavillon Bonenfant en 1968 : l'abbé Blanchet, M^{me} Cartier, M. Bonnelly et M^{me} Silvie Delorme qui assume le rôle de directrice de la Bibliothèque depuis 2005.

Plans de communication précédents

Un plan de communication interne a été élaboré en 1993. Y sont définis des objectifs et quelques stratégies de communication. L'information recueillie auprès de collègues porte à croire qu'aucune action de ce plan n'a été mise en œuvre à cette époque. De plus, aucun autre plan de communication interne n'a été conçu depuis. Vers les années 2002-2004, on a assisté à l'implantation de nouveaux moyens de communication interne, dont le bulletin interne RATS, vraisemblablement diffusé sur une base mensuelle.

Jusqu'ici, seule la production de moyens et outils de communication a été au menu de la planification. En somme, la Bibliothèque adopte aujourd'hui un premier plan de communication intégré à la gestion de l'ensemble de son organisation. Par conséquent, d'énormes défis à relever figurent au chapitre des communications internes dans le but de changer certains comportements et d'instaurer de nouvelles habitudes de planification.

Les rencontres avec les employés ont confirmé que la gestion des communications au sein de la Bibliothèque a toujours été négligée et que maintes fois, des projets ont été abandonnés, faute de ressources clairement attitrées.

La lecture des plans de communication produits au cours des années antérieures démontre que de sérieux problèmes survenaient à l'étape du suivi et de la mise en œuvre des projets proposés. Encore aujourd'hui, ces mauvaises expériences font douter certains membres du personnel de la capacité de la Bibliothèque à tenir le cap sur ses objectifs de communication.

Il sera donc impératif dans le cadre du présent mandat de préciser et de clarifier le rôle de la chargée de communication actuellement en poste, auprès de la Direction et du personnel.

Organisation

Mission

La mission de la Bibliothèque a été revue et précisée en 2007 à la lumière des nouvelles orientations stratégiques de l'Université Laval et de la Bibliothèque elle-même.

« La Bibliothèque de l'Université Laval constitue le lien privilégié et fondamental entre le savoir sous toutes ses formes et les besoins d'apprentissage, d'enseignement et de recherche de la communauté universitaire. Lieu de savoir et d'apprentissage, elle offre et favorise l'accès au savoir à la communauté universitaire grâce à ses collections diversifiées, son personnel compétent, ses technologies performantes, ses locaux modernes et conviviaux et les liens solides et féconds qu'elle tisse avec ses partenaires tant internes qu'externes ainsi qu'avec ses divers publics. »

Valeurs

Quatre grandes valeurs organisationnelles de la Bibliothèque guident les activités de la Bibliothèque : l'usager au centre des préoccupations du service, le respect des personnes, l'esprit d'équipe et le progrès de la Bibliothèque. Ces valeurs sont actuellement réévaluées par la Direction et seront sujettes à des modifications vers la fin de l'année 2009.

Structure

Quatre principaux comités siègent à la Bibliothèque : le comité-conseil, le comité de direction, le comité de gestion interne et le comité de développement technologique. Relèvent directement de la directrice, le secteur des collections de l'Université situé au pavillon Louis-Jacques-Casault et cinq grandes divisions : le traitement des fonds documentaires, la Bibliothèque scientifique, la Bibliothèque des sciences humaines et sociales, la Bibliothèque numérique et des technologies de l'information, et les services administratifs.

Personnel

En avril 2009, près de 250 employés réguliers composent l'effectif de la Bibliothèque, celui-ci étant formé de 160 femmes et de 87 hommes. De ce nombre, environ 35 membres du personnel sont à l'emploi de la Bibliothèque scientifique, et 210 autres relèvent de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales. On compte également quelques ressources aux centres de documentation de la Bibliothèque incluant les sites hors campus.

Les emplois de la Bibliothèque se répartissent principalement entre ces trois grands statuts : le personnel de soutien, les professionnels et le personnel cadre. Le personnel de soutien représente environ 75 % de l'effectif et inclut de nombreuses catégories : les agents de secrétariat, les agents de soutien informatique, les commis à la documentation et aux équipements, les commis à la saisie d'information, les commis aux fichiers informatisés, les relieurs, les secrétaires de gestion, les techniciens en documentation et en informatique. L'autre part du personnel, plus de 25 %, est majoritairement composée de professionnels : spécialistes en ressources documentaires, analystes de l'informatique, etc. Un total de sept cadres dirige l'organisation.

Quelques statistiques

En date du 31 mai 2008, la Bibliothèque comptait au nombre de ces collections plus de 5 millions de documents physiques, près de 1,3 million de documents microformes et plus de 62 000 documents numériques.

Son budget d'acquisition pour l'année 2007-2008 se chiffrait à plus de 10,5 millions de dollars, dont près de 6 millions pour les ressources numériques et environ 4,5 millions pour les documents physiques.

Toujours en 2008, près de 890 000 visites d'utilisateurs sur les sites de la Bibliothèque ont été enregistrées. On comptait alors 120 postes informatiques et plus de 110 postes de travail disponibles pour les usagers.

Établissements

Sur le campus, les équipes de la Bibliothèque sont partagées en deux sites : la Bibliothèque des sciences humaines et sociales au pavillon Jean-Charles Bonenfant et la Bibliothèque scientifique située au pavillon Alexandre-Vachon. Cette séparation motivée par les spécialités des domaines d'étude nuit à l'efficacité des processus de travail. Cette distance scinde en effet le personnel de la Bibliothèque en deux entités distinctes.

Un troisième lieu, celui-ci regroupant les collections de l'Université Laval au pavillon Louis-Jacques-Casault, ajoute à la complexité de la gestion interne, certains membres du personnel étant éloignés des autres. D'autres centres de documentation de la Bibliothèque, situés à l'École des arts visuels et d'architecture au centre-ville de Québec, font partie des infrastructures de l'organisation. Un petit nombre d'employés y travaille. La dispersion du personnel entraîne inévitablement des défis de communication.

Activités internes

Plusieurs activités internes animent la Bibliothèque. Au chapitre des activités professionnelles, soulignons la tenue des rencontres « Idées fructueuses ». Une dizaine de présentations sur des sujets liés à la bibliothéconomie sont données pendant l'année par des employés de la Bibliothèque. Cette activité est offerte à tout le personnel de la Bibliothèque.

Par ailleurs, un club social a été créé en 2005. Nommé « Ébullition », il organise de nombreuses activités et rassemblements au cours de l'année. Pausas-café et réceptions pour souligner les fêtes annuelles (Noël, Saint-Valentin, Pâques, Halloween) et sorties de groupes. Sans oublier les activités de financement ponctuelles et régulières (vente de billets, tirages, etc.).

Les départs à la retraite sont également soulignés par la Direction lors d'un rassemblement dans les bureaux administratifs de la Bibliothèque. Tout le personnel est alors invité à y participer.

Outils internes

L'intranet est le principal outil de communication à l'interne. Créé vers les années 1993-1994, ce réseau se présente sous une forme statique et donne accès à maintes politiques, procédures et documents administratifs.

Aucune norme graphique n'existe pour la production de documents. Couleurs, typographie, visuel, chacun y va de son propre gabarit quand vient le temps de procéder au montage de documents. La situation est similaire pour la production de la signalétique interne.

Autres bibliothèques

Aucune information sur le mode de fonctionnement des communications internes des autres bibliothèques universitaires n'a été recueillie dans le cadre de ce mandat.

Forces et faiblesses

L'analyse de la situation a permis de dresser un tableau des forces et faiblesses liées aux **communications internes** de la Bibliothèque. Rappelons que cette étape d'investigation a pu être franchie grâce aux renseignements livrés par les employés rencontrés. Un examen sommaire du fonctionnement des activités a complété la collecte d'information. Voici une présentation succincte des résultats de l'analyse reflétant l'état actuel de l'organisation.

Communications internes

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bonne communication hiérarchique descendante ▪ Expertise de pointe, personnel qualifié ▪ Activité « Idées fructueuses » très appréciée, mobilisatrice ▪ Ouverture à l'amélioration ▪ Intérêt envers les activités et le développement de l'organisation ▪ Bibliothèque scientifique : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bon esprit d'équipe ▪ Sentiment d'appartenance ▪ Bonne circulation de l'information ▪ Respect des compétences d'autrui ▪ Direction dynamique menant plusieurs projets de front ▪ Forte préoccupation de bien servir l'utilisateur ▪ Technologies en expansion, dynamisme ▪ Présence de plusieurs lieux d'affichage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombreux besoins en communication non comblés à tous les niveaux de l'organisation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manque de ressources ▪ Peu ou pas de soutien au personnel ▪ Communication latérale de l'information irrégulière entre les divisions et secteurs <ul style="list-style-type: none"> ▪ Processus et canal de communication indéfinis ▪ Intranet inadéquat ▪ Peu de synthèse de l'information importante ▪ Bibliothèque scientifique : sentiment de mise à l'écart ▪ Aucune norme graphique existante pour les documents produits à l'interne ▪ Rôle des communications Web non défini ▪ Rédaction des contenus et des textes du site Web décentralisée ▪ Aucune politique d'accueil appliquée pour les nouveaux employés ▪ Manque de communication entre les conseillers à la documentation des deux bibliothèques ▪ Absence de planification du volet des communications pour les projets de développement technologique ▪ Normes graphiques inexistantes ▪ Mauvaise diffusion des messages d'information générale ▪ Aucune politique d'affichage

Diagnostic

Un constat de la situation des communications internes de la Bibliothèque a pu être établi à la lumière des renseignements recueillis lors de l'étape de l'analyse. Les conclusions tirées permettent de poser le diagnostic suivant.

- La culture des communications est peu développée au sein de la Bibliothèque.
- Il y a absence de pratiques et de processus clairs de communication.
- Les canaux de diffusion de l'information sont indéfinis.
- La Bibliothèque adopte un modèle de communication décentralisée.
- Il n'existe aucune harmonie entre les outils de communication produits à l'interne.

Objectifs de communication

En lien avec le diagnostic établi, huit objectifs généraux et particuliers ont été déterminés. Les deux objectifs généraux se traduisent en buts à plus long terme pour la Bibliothèque. Le travail permettant de relever les défis rattachés à ces objectifs s'échelonne conséquemment sur plusieurs années. En amont des objectifs généraux, les objectifs particuliers vont permettre de cibler les actions dans des délais plus rapprochés. Les résultats liés à ces objectifs seront plus tangibles dès la prochaine année.

Le plan de communication permettra de poser de nouvelles assises pour améliorer le fonctionnement des communications à l'interne. Il faut néanmoins se rappeler que la Bibliothèque adopte pour la première fois de son histoire un plan de communication intégré à la gestion de l'ensemble de son organisation. Par conséquent, d'énormes défis à relever figureront au chapitre des communications internes dans le but de changer certains comportements et d'instaurer de nouvelles habitudes de planification. Que l'on pense au type de gestion du site Web, à la production de documents, à la diffusion des nouvelles parfois mal orchestrée, etc.

Autre règle à respecter. Les prémisses de communication doivent être solidement établies au sein même de l'organisation, de manière à bien gérer les communications avec le public externe. Les deux champs de communication, internes et externes, sont interdépendants et en interrelation continue.

Objectifs généraux

- Développer une culture des communications;
- Sensibiliser le personnel aux enjeux de la Bibliothèque.

Objectifs particuliers

- Favoriser une meilleure circulation de l'information;
- Améliorer les processus de diffusion de l'information au sein de l'organisation;
- Implanter des procédures de travail liées aux projets de communication;
- Soutenir les équipes de travail dans les pratiques de communication;
- Améliorer l'accueil des nouveaux employés;
- Contribuer à l'amélioration des lieux de travail.

| Public cible

Les objectifs de communication interne sont liés à des besoins de base et à des problèmes primaires. Les premières marches doivent être posées, une structure de travail doit être instaurée. Chaque employé, dans l'exercice courant de ses fonctions, sera appelé à participer activement à l'atteinte de ces objectifs. À tour de rôle, les membres du personnel seront sollicités pour appliquer les nouvelles règles établies, pour travailler de concert avec les politiques de communication en vigueur, pour développer le réflexe de la communication unifiée, etc. C'est pourquoi tous les employés feront partie du public cible pour l'année 2009-2010. Ce public se compose donc de :

- **l'ensemble du personnel**, incluant la Direction et les personnes à l'emploi de tous les établissements de la Bibliothèque : Bibliothèque scientifique, Bibliothèque des sciences humaines et sociales, pavillon Louis-Jacques-Casault (les collections de l'Université), l'École des arts visuels et l'École d'architecture.

| Axe de communication

Les communications internes sont à construire à partir de la base. Ainsi, on franchira les premières étapes de structuration au sein des équipes de travail en harmonisant les normes graphiques, en uniformisant les processus de travail en lien avec les projets de communication. De concert avec ces actions, on standardisera les méthodes de circulation de l'information entre les équipes, les habitudes de gestion des communications et, finalement, on établira des conventions pour la production d'outils visuels. L'axe de communication interne se traduit donc en ces termes.

L'harmonisation

Cette orientation guidera les actions et décisions tout au cours de l'année. Les moyens choisis, présentés plus loin, tourneront autour de cet axe de communication.

| Stratégies de communication

Les stratégies de communication retenues pour atteindre les objectifs énumérés plus tôt se présentent en quatre grandes catégories.

La stratégie d'identité

Cette stratégie chapeaute les trois autres. La Bibliothèque doit d'abord créer son image organisationnelle, ses processus de travail, ses outils de communication interne, etc.

La stratégie de facilitation

La Bibliothèque doit faciliter le travail de ses employés par un soutien au volet des communications.

Une stratégie de communication de masse

On s'adresse à tout le personnel dans un premier temps, sans distinction hiérarchique, d'âge ou de sexe.

Une stratégie extensive

Le soutien et le travail de mise en place des moyens de communication s'effectueront tout au long de l'année scolaire 2009-2010, sans période de pointe. Cette opération exigera un effort soutenu et continu.

| Moyens, techniques et médias

Les moyens proposés pour atteindre les objectifs de communication 2009-2010 sont présentés sous forme de tableau synthèse en annexe B. Chaque moyen ou outil est associé à l'une des grandes orientations stratégiques de la Bibliothèque et aux objectifs de communication proposés dans ce plan. Le public cible visé par le moyen ou l'outil et le budget estimé complètent l'information.

| Messages et mots clés

Décollant de l'axe de communication, les principaux messages véhiculés utiliseront de façon récurrente des mots clés simples et accessibles. Ceux-ci expriment l'idée d'harmonisation. On souhaite ainsi rassembler les employés autour d'un même objectif.

- **Standardiser**
- **Normes**
- **Constance**
- **Cohérence**

| Budget 2009-2010

Le budget détaillé du plan de communication interne figure à l'annexe C. Quelques détails techniques complètent l'information relative à la plupart des projets.

| Calendrier de réalisation

Un calendrier mensuel de production pour les communications internes et externes se trouve sur un même tableau en annexe D. En cours d'année, un calendrier journalier sera produit et guidera chaque étape de réalisation des projets. Au besoin, celui-ci sera partagé avec les équipes de travail.

| Méthodes d'évaluation

De nouvelles rencontres avec les employés à l'été 2010 serviront de méthodes d'évaluation. De courts questionnaires et sondages pourront être préparés afin d'évaluer l'atteinte des objectifs. Les questions posées toucheront les principaux objectifs établis dans ce plan. Les mesures seront probablement d'ordre qualitatif. Une attention particulière sera apportée lors de la formation des groupes à rencontrer afin de permettre au plus grand nombre d'employés d'exprimer leur point de vue et de faire connaître leurs besoins.

| Conclusion

La planification des communications est un processus continu, ouvert et dynamique. L'an 1 des communications internes ouvre le chemin à de francs changements. Des améliorations sont attendues, voire anticipées. La hâte et l'empressement des employés à faire mieux sont manifestes. Le succès de ce plan repose dans les mains de la chargée de communication et aussi dans celles de tous ces dévoués employés qui font de la Bibliothèque un milieu de vie et de travail stimulant, tourné vers le progrès.

COMMUNICATIONS EXTERNES

| Analyse de la situation

Méthodologie

Le deuxième volet du mandat des communications externes pose à lui seul de grands défis, notamment celui d'attirer plus d'utilisateurs à fréquenter les lieux. En raison des contraintes de temps et des ressources limitées, la Bibliothèque n'a pu sonder ses publics externes au cours de la dernière année. Aucun groupe de discussion n'a été formé ni consulté. En dépit de cette lacune, des données ont pu être regroupées. La connaissance des publics a notamment été alimentée par les propos recueillis auprès du personnel en contact fréquent avec les utilisateurs de la Bibliothèque. Besoins, comportements, habitudes, etc. La Bibliothèque devra penser à investir temps et argent pour parfaire sa connaissance de ses publics au cours des prochaines années. Des communications encore mieux ciblées en résulteront.

Historique

Première université francophone d'Amérique, l'Université Laval a été fondée par le Séminaire de Québec en 1852. À cette date, le Séminaire a mis à la disposition de la Bibliothèque de l'Université 15 000 volumes, chiffre impressionnant pour l'époque. Jusqu'en 1964, tous les volumes acquis par les deux institutions ont constitué une seule collection destinée à un usage commun. En juillet 1968, la Bibliothèque emménage dans le pavillon Jean-Charles-Bonenfant. La majeure partie des collections et des services de la Bibliothèque se trouve maintenant au pavillon Jean-Charles-Bonenfant. D'autres documents sont abrités à la Bibliothèque scientifique, située au pavillon Alexandre-Vachon.

La Bibliothèque de l'Université Laval, comme tout autre milieu documentaire, vit les remous d'une grande révolution depuis les dernières années. Du principe d'acquisition, d'archivage et de conservation, la Bibliothèque passe aujourd'hui aux technologies mobiles. La raison d'être du bibliothécaire s'en trouve transformée : faire gagner du temps à l'utilisateur. En plus de ce nouveau rôle, la Bibliothèque poursuit sa mission de conservation et de valorisation du patrimoine intellectuel.

Activités

Depuis sa création, la Bibliothèque a souligné plusieurs étapes significatives de son évolution, soit par la tenue d'événements publics ou par la production de projets spéciaux. Voici quelques activités marquantes de 2008.

- Publication du premier ouvrage dans l'histoire de la Bibliothèque regroupant et présentant les collections de la Bibliothèque. La publication s'intitule « Dialogue avec l'histoire. Les collections de la Bibliothèque de l'Université Laval ».
- Lancement du guide pratique du Répertoire de vedettes-matière (RVM) et de l'interface de recherche Ariane 2.0 au Congrès mondial des bibliothèques et de l'information de la Fédération internationale des associations de bibliothécaires et d'institutions (IFLA).
- Inauguration de l'exposition Des volumes réinventés à l'occasion du 40^e anniversaire de la construction de la Bibliothèque et du pavillon J.-C.-Bonenfant.

Environnement

Située au centre du campus, entourée de verdure et de boisés, la Bibliothèque offre une position géographique avantageuse pour les usagers. À proximité des unités et des pavillons, elle diffuse le savoir de toutes les disciplines enseignées à l'Université. La cité universitaire lavalloise, c'est...

- Près de 400 programmes d'études;
- 17 facultés qui couvrent tous les domaines du savoir;
- Des programmes de formation sur mesure, continue et à distance;
- Quelque 44 000 étudiants;
- Près de 4 000 étudiants provenant de près de 110 pays;
- 224 000 diplômés dans le monde;
- Plus de 2 500 professeurs et chargés de cours;
- Près de 200 associations étudiantes;
- Une institution classée parmi les 10 plus grandes universités de recherche au Canada;
- Près de 230 regroupements de chercheurs et chaires;
- Plus de 10 000 étudiants aux cycles supérieurs.

Afin d'accompagner la communauté lavalloise dans la réussite et l'excellence de l'enseignement, des études et de la recherche, la Bibliothèque doit répondre aux exigences de ce milieu intellectuel fort dynamique.

Produits et services

La Bibliothèque est constituée de nombreuses équipes dédiées à l'organisation, au traitement et à la diffusion du savoir. Quelques statistiques sur l'offre de l'organisation sont fournies dans la première partie de ce plan, à la section des communications internes. Ajoutons que la Bibliothèque de l'Université Laval, c'est aussi...

- Un personnel dédié à l'indexation, au développement numérique, aux vedettes-matière et à la documentation qui fournit des services et des produits à de nombreuses bibliothèques partout dans le monde;
- Une équipe d'une trentaine de conseillers en documentation spécialisés dans leur discipline;
- Des formations à la recherche documentaire sur mesure offertes aux usagers;
- Des comités de bibliothèques facultaires, chacun formé d'un conseiller de la Bibliothèque, de professeurs et d'étudiants de la faculté desservie;
- Des spécialistes dans le développement numérique et d'outils informatiques d'avant-garde
- Un programme de valorisation de ses riches collections qui s'actualise par :
 - la numérisation de collections spéciales, de thèses et de mémoires de l'Université Laval;
 - la tenue d'expositions thématiques ouvertes au grand public.
- Des collaborations établies avec des partenaires du milieu pour la diffusion du savoir et de la recherche universitaire (revues savantes, travaux et articles);
- Plus de 700 000 prêts par année;
- Quelque 186 000 demandes de renseignements et de références (aide individuelle à l'utilisateur);
- Plus de 8 500 participants aux visites d'accueil et sessions de formation spécialisée.

En plus d'offrir des services spécialisés en gestion de l'information et de la documentation, la Bibliothèque de l'Université Laval met à la disposition des usagers une gamme complète de produits documentaires.

Quelques statistiques

- 450 banques de données accessibles par le Web et un accès aux catalogues des bibliothèques universitaires du monde entier;
- 20 000 disques et plus de 216 000 diapositives;
- Plus de 1 300 000 documents sur microfiches et microfilms;
- Plus de 16 500 films, vidéos et DVD;
- Près de 5 000 atlas et 125 000 cartes;
- Des abonnements à plus de 24 000 journaux et revues, dont 17 810 revues électroniques accessibles hors campus.

Modernisation

La Bibliothèque de l'Université Laval se situe dans une période charnière quant au réaménagement et à la modernisation de ses espaces. Elle vit aussi de grands bouleversements en raison des nombreuses et profondes transformations du monde de l'accès au savoir et à l'information. L'arrivée massive des ressources électroniques comporte son lot de difficultés et de défis pour les bibliothèques universitaires. Les nouvelles technologies ont pris une importance sans cesse accrue dans le développement des collections et des services de la Bibliothèque et représentent désormais l'orientation qui guide l'ensemble de ses activités. Les cours et l'utilisation des accès à distance gagnent rapidement en popularité, le développement des technologies se fait à un rythme accéléré.

Pavillons

Le pavillon Jean-Charles-Bonenfant regroupe la majeure partie des collections et des services de la Bibliothèque : la Direction, les Services techniques, la Bibliothèque des sciences humaines et sociales ainsi que les collections spéciales. La Bibliothèque scientifique, installée au pavillon Alexandre-Vachon, regroupe les collections des sciences et de génie, d'agriculture et d'alimentation, de foresterie et de géodésie, des sciences de la santé, ainsi que les services qui s'y rattachent. La Bibliothèque scientifique met également à la disposition des usagers une Bibliothèque de 1^{er} cycle. Les collections muséologiques de l'Université sont rassemblées au pavillon Louis-Jacques-Casault.

Survol de la concurrence

Web

Les habitudes des jeunes générations sont modifiées. Celles-ci effectuent d'abord leur recherche d'information sur le Web plutôt que d'utiliser le moteur de recherche de la Bibliothèque. En quelque sorte, Google fait concurrence au moteur de la Bibliothèque Ariane 2.0. La Bibliothèque doit promouvoir la distinction entre le contenu trouvé sur le Web et un contenu spécialisé, sélectionné, fiable et de qualité.

Ressources électroniques

Par ailleurs, le recours aux ressources électroniques s'avère plus faible que dans les autres bibliothèques universitaires environnantes : l'Université Mc Gill, l'Université Concordia, l'Université de Montréal, l'Université de Sherbrooke, l'Université du Québec à Trois-Rivières, etc. Une hypothèse non vérifiée : les ressources en anglais étant plus nombreuses, elles sont sujettes à être consultées par des usagers anglophones.

Formations documentaires

Un coup d'œil a été jeté aux sites Web des bibliothèques rattachées aux universités du Québec concurrentes de l'Université Laval. Force est de constater que les formations documentaires et le service des bibliothécaires de ces institutions sont mieux promus que ceux de la Bibliothèque de l'Université Laval.

L'analyse de la concurrence se limite à ces quelques observations pour les fins du présent mandat. La modernisation des espaces, l'accès à l'information par le Web, les réseaux sociaux, l'offre de service documentaire, toutes ces variables font l'objet de profondes réflexions à poursuivre par les équipes de la Bibliothèque.

Résultats du mini-sondage

Les résultats suivants respectent l'ordre de présentation des questions. Ils sont suivis d'une brève interprétation.

5801 membres de la communauté universitaire ont répondu au sondage. Ce groupe est réparti comme suit :

- 50 % étudiants au 1^{er} cycle;
- 16 % étudiants au 2^e cycle;
- 8 % étudiants au 3^e cycle;
- 9 % personnel enseignant;
- 2 % professionnels de recherche.

Les usagers entendent parler de la Bibliothèque par :

- 45 % les professeurs (1 747 au 1^{er} cycle, 536 au 2^e cycle, et 201 au 3^e cycle);
- 43 % les collègues de travail ou de classe;
- 23 % d'aucune façon;
- 18 % la publicité (imprimée ou Web);
- 7 % le journal Au Fil des événements.

Au cours de la dernière année, les usagers ont vu les annonces publicitaires de la Bibliothèque :

- 75 % Non;
- 25 % Oui.

Les médias dans lesquels les usagers ont noté les publicités de la Bibliothèque sont :

- 22 % Le site Web de l'Université Laval (5 701 au 1^{er} cycle);
- 9 % L'agenda de l'association étudiante;
- 6 % Le journal Impact campus;
- 5 % Le site Web de la faculté;
- 3 % Le magazine Contact;
- 1 % Le bulletin de la faculté.

Les usagers visitent le site Web de leur faculté :

- 75 % Oui (2 228 étudiants au 1^{er} cycle, 387 membres du personnel enseignant);
- 25 % Non.

Les usagers connaissent le service de formation à la recherche documentaire :

- 53 % Oui (1 451 étudiants au 1^{er} cycle, 334 membres du personnel enseignant);
- 47 % Non (1 438 étudiants au 1^{er} cycle, 161 membres du personnel enseignant).

Interprétation des résultats

Les services de la Bibliothèque sont davantage promus par le bouche-à-oreille entre étudiants et professeurs. Les publicités ou l'information de la Bibliothèque sont peu remarquées, sinon un peu plus sur le site Web de l'Université Laval. Jusqu'en 2008, on a eu recours à des publicités dans les agendas des associations étudiantes comme moyen de promotion. Ce choix de placement média sera certainement remis en question.

Retenons également que le site Web des facultés est fréquenté par les étudiants au 1^{er} cycle et les professeurs. Vitrine importante à considérer pour la Bibliothèque.

Notons enfin que les formations à la recherche documentaire sont insuffisamment connues des professeurs et des étudiants aux 1^{er}, 2^e et 3^e cycles. Surprenant constat. Des efforts devront certainement être déployés pour promouvoir ce service de la Bibliothèque.

Publics actuels

Les publics de la Bibliothèque sont composés de tous les acteurs qui gravitent autour de son organisation.

Le corps professoral compte environ 1 400 membres. S'y ajoutent près de 1 000 chargés de cours et enseignants associés. On compte un peu plus de 1 900 postes pour le personnel administratif et de soutien. À l'hiver 2009, 25 985 étudiants au 1^{er} cycle étaient inscrits à un programme de l'Université Laval, 6 645 au 2^e cycle et 2 160 au 3^e cycle, pour un total de 34 790.

Environ 10 % des usagers de la Bibliothèque proviennent de l'extérieur du campus, incluant les retraités, le personnel du gouvernement, la clientèle des cégeps et les diplômés de l'Université.

La Bibliothèque est aussi appelée à collaborer de façon plus régulière avec différents services ou publics de l'Université :

- La Direction des communications de l'Université Laval;
- Le Service des immeubles;
- La Direction des ressources humaines;
- Le Service des finances;
- Les directeurs de départements des facultés.

Publics externes

Les principaux publics externes de la Bibliothèque sont, dans un ordre aléatoire :

- Les étudiants (1^{er}, 2^e et 3^e cycles);
- Le personnel enseignant (les professeurs, les chargés de cours, les auxiliaires d'enseignement, etc.);
 - Professeurs qui donnent le cours de méthodologie.
- Les clients du Répertoire de vedettes-matière (RVM) :
 - Bibliothèque nationale de France, bibliothèques publiques, universitaires et spécialisées.
- Les partenaires : associations, consortiums, etc. :
 - Bibliothèques universitaires québécoises, canadiennes, américaines, européennes et étrangères;
 - Bibliothèque et Archives Canada;
 - Bibliothèque et Archives nationales du Québec;
 - Bibliothèque de l'Assemblée nationale du Québec;
 - Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED);
 - Conférence des recteurs et des principaux des universités du Québec (CREPUQ);
 - Association of Research Libraries (ARL);
 - Bibliothèques québécoises (bibliothèques publiques, collégiales et spécialisées);
 - Etc.
- Le grand public;
- Les donateurs;
- Les centres de recherche affiliés à l'Université Laval;
- Les organisations publiques et gouvernementales;
- Les fournisseurs.

Portfolio des imprimés

L'analyse des productions et des campagnes de publicité réalisées depuis les années 1970 démontre l'incohérence des messages adressés aux publics cibles mal définis de la Bibliothèque. Le portfolio en annexe A en témoigne. Disparité dans les dépliants sur le plan des messages et des visuels, absence d'identité et d'image personnalisée dans les feuillets, brochures et dépliants. Aucune harmonisation entre les contenus visuel et textuel des signets, dispersion évidente et manque d'unité dans les publicités. Est-il nécessaire de signaler le chaos visuel de la signalétique pour laquelle les normes graphiques sont inexistantes ? Les images, les symboles et les pictogrammes sont aussi désuets.

Les conclusions tirées de l'analyse du portfolio sont claires. Aucun axe ni positionnement n'apparaît dans ces outils. Aucune constance n'est apportée dans la création des messages visuels et textuels. Les publics cibles ne sont pas définis. Plusieurs occasions de communication sont ainsi manquées ou mal exploitées.

Revue de presse

La revue de presse est en numérisation continue depuis la fin de l'année 2008. Elle est jointe en annexe E du présent document. La plupart des articles sélectionnés proviennent du journal officiel de l'Université, le *Fil des événements*, et des quotidiens régionaux. Des articles de revue spécialisés ont été produits mais certains demeurent absents de la revue de presse.

Forces et faiblesses

L'analyse de la situation a permis de dresser le tableau des forces et faiblesses liées aux **communications externes** de la Bibliothèque. Certains énoncés présentés dans le tableau valident les positions prises dans le plan d'action 2007-2010 de la Bibliothèque. D'autres affirmations révèlent certaines lacunes ou atouts de la Bibliothèque sous un nouvel angle.

Communications externes

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salles de travail fréquentées <ul style="list-style-type: none"> ▪ Salles collaboratives, carrefours de l'information, salles de travail d'équipe ▪ Sites Web des facultés fréquentés par les étudiants ▪ Utilisation des ressources électroniques à la hausse ▪ Équipements informatiques accessibles au grand public ▪ Service personnalisé des conseillers (antennes sur le campus) ▪ Occasions fréquentes de communication entre professeurs et étudiants ▪ Multitude de l'offre de service : fils RSS, accès à distance, Ebook, revues et périodiques électroniques, microfiches, films, etc. ▪ Périodes de pointe saisonnières ▪ Liens entre les conseillers et les usagers ▪ Taux de réservation élevé des salles de travail d'équipe (7) au 2^e étage en droit et au Compactus (4) ▪ Cabinets de travail individuel pour les étudiants du 2^e et 3^e cycles populaires ▪ Ouverture de la Direction des communications de l'Université Laval à collaborer avec la Bibliothèque ▪ Présence de formations documentaires obligatoires pour certains cours en méthodologie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espaces désuets ▪ Signalétique déficiente (extérieur et intérieur) ▪ Peu de visibilité dans les médias du campus ▪ Pas de présence harmonisée dans les sites Web des facultés ▪ Outils de communication épars dans le contenu et la forme ▪ Partenariat inégal entre conseillers et facultés ▪ Communication improvisée avec les publics cibles ▪ Web <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise à jour des portails inégale selon les conseillers ▪ Gestion du contenu rédactionnel décentralisée ▪ Arrivée annuelle de nouveaux étudiants ▪ Publics mal connus (étudiants, professeurs, etc.) ▪ Faible présence de la Bibliothèque dans les activités sociales du campus ▪ Produits exigeant un effort de la part des usagers (recherche documentaire complexe) ▪ Services de la formation à la recherche documentaire peu connus ▪ Aucune stratégie de développement des donateurs de la Fondation ▪ Collections papier sous-utilisées ▪ Aucune planification des communications et peu de ressources humaines en cette matière

| Diagnostic

À la lumière de l'information recueillie lors de l'étape de l'analyse des communications externes, on peut poser le diagnostic suivant.

- Il n'existe aucune gestion des communications intégrée (stratégie Web, activités publiques, publicité, etc.).
- Il y a absence d'une approche concertée pour établir un partenariat avec les facultés et les services en lien avec les clientèles (SPLA, ADUL, etc.).
- La Bibliothèque souffre d'un manque de visibilité dans les médias et au sein du campus universitaire.
- La promotion des produits et services spécialisés est insuffisante.
- La Bibliothèque n'a aucun positionnement affirmé.

| Objectifs de communication

En lien avec le diagnostic établi, neuf objectifs généraux et particuliers ont été fixés. Les deux objectifs généraux commanderont un travail de longue haleine. En outre, ces objectifs sont étroitement liés au nouveau rôle en mutation de la Bibliothèque. Celle-ci est non seulement vouée à s'affirmer comme milieu documentaire, mais destinée à offrir un lieu de vie stimulant, un espace dynamique et névralgique. Un lieu d'échanges et de partage du savoir. Une bibliothèque pour animer des ateliers, pour donner des conférences, pour organiser des projets de réseautage entre professeurs, chercheurs et étudiants, un lieu pour le développement de l'activité intellectuelle.

D'autre part, les objectifs particuliers peuvent être atteints dans des délais plus rapprochés.

Objectifs généraux

- Se positionner comme le pôle multidisciplinaire de l'activité intellectuelle du campus;
- Se positionner comme chef de file en matière d'organisation de l'information et d'accès au savoir dans le milieu des bibliothèques.

Objectifs particuliers

- Accroître le partenariat avec les facultés, les unités et les services du campus;
- Harmoniser et moderniser l'image de la Bibliothèque;
- Faire valoir l'expertise des conseillers à la documentation;
- Faire connaître les services, les produits et les collections de la Bibliothèque;
- Contribuer à l'amélioration des lieux publics;
- Mettre l'accent sur l'engagement envers certains partenaires sociaux;
- Élaborer une stratégie de développement pour les donateurs.

Publics cibles

Comme première offensive, il est proposé de s'adresser aux étudiants au 1^{er} cycle, ceux-ci représentant 50 % de la clientèle étudiante de l'Université, soit 22 812 étudiants en 2008. En nombre, cette catégorie représente la masse critique de la communauté universitaire. En considération du profil comportemental, ce public doit être ciblé avant tout autre afin de lui inculquer de nouvelles habitudes d'utilisation des services et produits documentaires dès le début des études.

Tiré d'un rapport d'étape du Bureau du registraire, en date du mois de février 2008, voici le nombre d'étudiants au 1^{er} cycle par faculté.

▪ Aménagement, d'architecture et des arts visuels :	895
▪ Droit :	1 007
▪ Foresterie et géomatique :	503
▪ Lettres :	3 333
▪ Médecine :	1 697
▪ Médecine dentaire :	186
▪ Musique :	289
▪ Pharmacie :	555
▪ Philosophie :	150
▪ Sciences de l'administration :	3 063
▪ Sciences de l'agriculture et de l'alimentation :	1 446
▪ Sciences de l'éducation :	2 276
▪ Sciences et génie :	3 461
▪ Sciences infirmières :	696
▪ Sciences sociales :	3 031
▪ Théologie et sciences religieuses :	224

Les actions de communication seront aussi destinées aux professeurs, principaux relais d'information auprès des étudiants. En 2008, 1 383 professeurs enseignent à l'Université Laval.

- **Public primaire**
 - Étudiants au 1^{er} cycle;
 - Professeurs.
- **Public secondaire**
 - Bibliothèques et clients des outils documentaires;
 - Associations étudiantes;
 - Étudiants aux 2^e et 3^e cycles;
 - Donateurs de la Fondation de l'Université Laval.

Axe de communication

Pour bien distinguer la Bibliothèque de l'Université Laval des autres sources et milieux documentaires, la Bibliothèque devra concevoir ses campagnes autour de l'idée de la spécialité. Ce positionnement met la notion d'expertise de l'avant et place les conseillers à la documentation, les spécialistes et les experts de l'information au premier plan. Le contenu prime sur le contenant.

Par comparaison aux différents modes d'accès à l'information d'Internet, comme Google et Yahoo, la notion de spécialité s'impose comme une valeur ajoutée à l'offre de service de l'organisation. L'axe permettra de miser sur cet avantage distinctif de la Bibliothèque, sur l'intérêt et les besoins de la clientèle, et sur les bénéfices ressentis par l'utilisateur : profiter de l'accès à une information d'excellence dans son champ d'étude ou de recherche.

Qu'il s'agisse de documents spécialisés dans un domaine particulier ou de services d'experts en documentation, la spécialité par discipline sera valorisée. Ressources humaines et documentaires se conjuguent en un seul thème. Ainsi, l'axe de communication privilégié pour la prochaine année est :

Ressources spécialisées

| Slogan

L'axe de communication sera traduit en ces termes sous forme de slogan :

Notre spécialité : votre discipline !

Ce slogan servira de fil conducteur dans les publicités, les outils de promotion, les discours, bref dans toute occasion de communication.

| Messages et mots clés

Par des mots simples et accessibles, les principaux messages véhiculeront l'axe de communication « Ressources spécialisées ».

- **Expertise**
- **Spécialistes**
- **Contenu fiable et spécialisé**
- **Performance**
- **Avant-garde**
- **Percées technologiques**

| Stratégies de communication

Les stratégies de communication employées pour atteindre les objectifs énumérés se présentent comme suit :

Stratégie de partenariat et d'alliance

La majorité des moyens et actions retenus sera guidée par une stratégie de partenariat, tantôt avec les facultés, les unités et les services de l'Université, tantôt avec les étudiants les professeurs et les associations étudiantes. Cette stratégie prédominera jusqu'à la dernière étape de ce plan en mai 2010.

Stratégie de communication de masse

On s'adressera à toutes les facultés dans un premier temps, sans distinction de domaine ou de spécialité. De même, la clientèle primaire du 1^{er} cycle ne sera pas segmentée pour les premières offensives de communication.

Stratégie de communication interpersonnelle

Plusieurs moyens nécessiteront la collaboration des conseillers à la documentation pour s'adresser de façon plus ciblée aux professeurs et aux étudiants de leurs facultés. On mettra à profit la relation conseillers-usagers.

Stratégie d'identité

On forgera une nouvelle image publicitaire et on adoptera un nouveau discours commun à diffuser auprès des publics cibles.

Stratégie de portée

On fera connaître d'abord les produits et services spécialisés de la Bibliothèque aux étudiants et professeurs. Ceux-ci pourront les adopter ou non.

| Moyens, techniques et médias

Les moyens proposés pour atteindre les objectifs de communication externe 2009-2010 sont présentés sous forme de tableau synthèse en annexe F. Chaque moyen ou outil est associé à l'une des grandes orientations stratégiques de la Bibliothèque et aux objectifs de communication proposés dans ce plan. S'y ajoutent le public cible visé par le moyen ou l'outil et le budget estimé du projet.

La campagne des conseillers à la documentation, des antennes fort présentes sur le campus, captera l'attention tout au long de l'année 2009-2010. Les projets touchant cette campagne exigeront la collaboration de plusieurs employés. De même, le projet du site Web exigera un travail considérable. Ces deux projets de communication feront partie des priorités de la Bibliothèque pour la période 2009-2010.

Le présent document ne comporte pas de plan de relations de presse, de plan de relations publiques, de plan médias, ni de plan de commandite. Ces planifications sont intégrées à même les techniques et moyens du plan de communication. Des plans plus détaillés pourront être produits subséquemment à la demande de la Direction.

| Budget 2009-2010

On trouve le budget détaillé du plan de communication externe en annexe G. Quelques détails techniques viennent compléter l'information relative à la plupart des projets. Le budget total des communications internes et externes est présenté en annexe H.

| Calendrier de réalisation

Un calendrier mensuel de production pour les communications internes et externes se trouve sur un même tableau en annexe D. En cours d'année, un calendrier journalier sera produit et guidera chaque étape de réalisation des projets. Au besoin, celui-ci sera partagé avec les équipes de travail.

| Méthodes d'évaluation

De nouveaux sondages pourront être réalisés auprès des étudiants au 1^{er} cycle vers les mois de mars-avril 2010, et au mois de juin 2010 auprès des professeurs. L'évaluation pourra être complétée par la méthode des discussions de groupes avec ce public cible primaire.

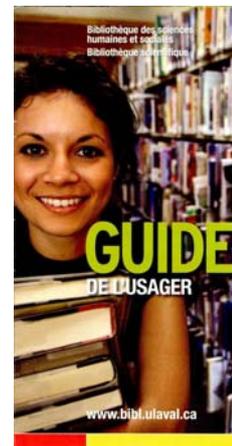
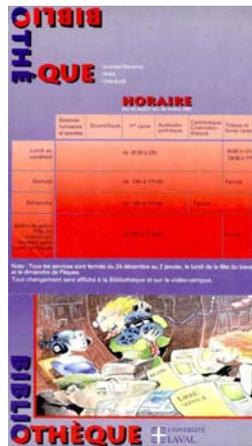
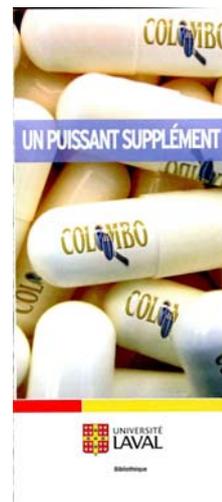
| Conclusion

Il y a beaucoup de travail sur la planche pour la prochaine année. Les résultats sont anticipés avec optimisme. Si d'impondérables événements viennent perturber la direction des actions, le tir sera alors réajusté au meilleur de notre jugement. La promesse de ce plan est celle-ci : il y aura des améliorations palpables et bienfaitantes pour l'avenir des communications de la Bibliothèque.

ANNEXE A

Portfolio

Feuilles et dépliants



ANNEXE A (suite)

Portfolio

Signets

Avec Ariane
De la Bibliothèque
Du bureau
De la maison

**LA RÉSERVATION EN LIBRE-SERVICE,
*C'est si facile!***

Renseignements aux comptoirs du prêt:
Bibliothèque générale: tél.: 656-5351
Bibliothèque scientifique: tél.: 656-2638
Faculté d'architecture et d'aménagement: tél.: 656-7928

MIEUX CHERCHER, MIEUX TROUVER. mieux découvrir

www.bibl.ulaval.ca

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

SAVOIR. POUVOIR.

www.bibl.ulaval.ca

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

Ariane

Le catalogue informatisé de la Bibliothèque

Dans la mythologie grecque, le tit' d'Ariane permit à Thésée de sortir du labyrinthe.

Aujourd'hui à la Bibliothèque, le tit' d'Ariane s'est transformé en tit' conducteur informatisé et permet à tous les usagers de se repérer dans le labyrinthe de la recherche documentaire.

www.bibl.ulaval.ca

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

NOUVELLE PUBLICATION
Parution à l'automne 2008

Dialogue avec l'histoire.
Les collections de la Bibliothèque de l'Université Laval.

UNIVERSITÉ LAVAL *pul*
www.bibl.ulaval.ca www.pulaval.com

Publicité

SAVOIR PLUS, C'EST POUVOIR PLUS.

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

SAVOIR PLUS, C'EST POUVOIR PLUS.

www.bibl.ulaval.ca

Le centre de l'information de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales vous aide

PLUS EFFICACE

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

le www.bibl.ulaval.ca

AGIT INSTANTANÉMENT

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

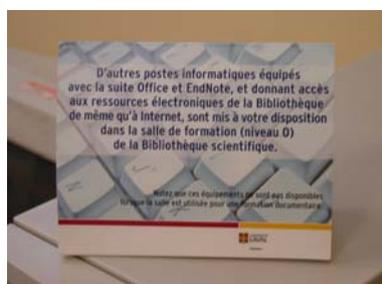
SAVOIR PLUS. POUVOIR PLUS.

UNIVERSITÉ LAVAL Bibliothèque

ANNEXE A (suite)

Portfolio

Signalétique et affichage



ANNEXE B

Communications internes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
Priorité d'action 1 Développer une vision stratégique et commune de son offre de service	<ul style="list-style-type: none"> Sensibiliser le personnel aux enjeux stratégiques de la Bibliothèque 	<ul style="list-style-type: none"> Bulletin interne 	Personnel	1 000 \$
Priorité d'action 2 Améliorer le lieu et le milieu de vie en offrant des espaces de travail conviviaux et efficaces	<ul style="list-style-type: none"> Contribuer à l'amélioration des lieux de travail 	<ul style="list-style-type: none"> Politique d'affichage 	Personnel	0 \$
Orientation 5 Solidifier les liens tissés avec son personnel et favoriser la cohésion de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer l'accueil des nouveaux employés 	<ul style="list-style-type: none"> Rédaction d'une politique d'accueil des nouveaux employés 	Nouveaux employés	700 \$
	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer les processus de diffusion de l'information au sein de l'organisation 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un nouvel intranet (analyse, contenu, visuel) Séances d'information de la Direction Regroupements des employés lors d'événements spéciaux <ul style="list-style-type: none"> Pauses-café employés : <ul style="list-style-type: none"> Ariane 2.0 Expo ArcticNet Expo Aménagement Campus Calendrier des activités publiques de la Bibliothèque 	Personnel Personnel Personnel Personnel	9 170 \$

ANNEXE B (suite)

Communications internes

Orientations stratégiques	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
	<ul style="list-style-type: none"> Favoriser une meilleure circulation de l'information 	<ul style="list-style-type: none"> Bulletin interne 	Personnel	
	<ul style="list-style-type: none"> Développer une culture des communications 	<ul style="list-style-type: none"> Création de normes graphiques <ul style="list-style-type: none"> Cahier des normes Horaire des conseillers PowerPoint Organigrammes et graphiques Soutien aux conseillers pour les pubs Web dans les portails 	Personnel Conseillers à la doc.	1 595 \$
Orientation 7 Consolider la gestion de la Bibliothèque et de ses produits	<ul style="list-style-type: none"> Implanter des procédures de travail liées aux projets de communication 	<ul style="list-style-type: none"> Développer une gestion des dossiers de communication par projet : rencontres de travail entre la chargée de communication et les responsables d'équipes Description du rôle et des tâches de la chargée de communication diffusée à chaque équipe 	Webmestre et chefs de sections Personnel	0 \$
		<ul style="list-style-type: none"> Définir le rôle des cadres et des responsables des unités relativement aux communications 		
	<ul style="list-style-type: none"> Soutenir les équipes dans les pratiques de communication 	<ul style="list-style-type: none"> Services-conseils de la chargée de la communication par projet 	Personnel	0 \$

ANNEXE C

| Budget communications internes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS-TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
COMMUNICATIONS WEB					
Bulletin interne					
Graphisme	1 000 \$			Électronique	2 fois par session
					Copie papier pour babillards
		1 000 \$			
Site Intranet					
	8 500 \$				
		8 500 \$			Analyse, contenu, visuel
OUTILS IMPRIMÉS					
Normes graphiques					
Document des normes				Doc. électr.	
Graphisme	900 \$			et papier	
Impression	100 \$		5	8,5 x 11 po	Couleur
		1 000 \$			
Horaire des conseillers				Doc. électr.	Noir et blanc
Graphisme	195 \$			8,5 x 11 po	
		195 \$			
PowerPoint				Doc. électr.	Couleur
Graphisme	100 \$				
		100 \$			
Organigrammes et graphiques				Doc. électr.	Couleur
Graphisme	300 \$				
		300 \$			
RELATIONS PUBLIQUES					
Calendrier des activités de la BUL					
	0 \$			Doc. électr.	1 en début de session : automne 2009 et hiver 2010
		0 \$			
Pause café Ariane 2.0 et RVM					
Goûter	330 \$		100 pers.		Automne 2009
		330 \$			
Pause café Expo ArticNet employés					
Goûter	170 \$		50 pers.		Automne 2009
		170 \$			
Pause café Expo Aménagement					
Goûter	170 \$		50 pers.		Automne 2009
		170 \$			

ANNEXE C (suite)

| Budget communications internes

OBJET (suite)	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS-TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Politique Accueil nouveaux employés					
Graphisme	400 \$			Doc. électr.	
Rédaction	0 \$			et papier	
Impression	300 \$		25	8,5 x 11 po	Couleur
		700 \$			
Séances d'information de la direction					
Présentation	0 \$				1 par session
		0 \$			
SIGNALÉTIQUE					
Politique d'affichage					
Rédaction	0 \$			Doc. électr.	
		0 \$			
TOTAL		12 465 \$			

ANNEXE D

| Calendrier de production

CALENDRIER DE PRODUCTION	2009							2010				
	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai
COMMUNICATION INTERNE												
Communications Web												
Bulletin interne												
Site intranet												
Outils imprimés												
Normes graphiques												
Relations publiques												
Calendrier des activités de la BUL												
Pause café Ariane 2.0 et RVM												
Pause café Expo ArticNet employés												
Pause café Expo Aménagement												
Politique Accueil nouveaux employés												
Séances d'information de la direction												
Signalétique												
Politique d'affichage												
COMMUNICATION EXTERNE												
Commandites												
Chaire publique ALIES												
Congrès divers (ASTED, etc.)												
Sacs réutilisables												
Communications Web												
Bulletin Nouvelles de la BUL												
Page Nouveautés pour conseillers												
Pub Web Accès à distance												
Pub Web Ariane 2.0												
Pub Web Baladodiffusion												
Pub Web Capsules de formation												
Pub Web Colombo												
Pub Web Conseillers à la doc.												
Pub Web Fils RSS												
Pub Web Formation SPLA												
Pub Web Métalib												
Pub Web Netvibes												
Pubs Portails thématiques												

ANNEXE D (suite)

| Calendrier de production

COMMUNICATION EXTERNE	2009							2010				
	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai
Pub Web Séances formation recherche												
Site Web												
Site Web RVM												
Exposition												
Expo ArticNet												
Expo Aménagement Campus												
Expo Photographies												
Expo BSHS Hiver 2010												
Expo publications professeurs												
Outils imprimés												
PUBLICITÉ												
Affiches Baladodiffusion												
Affiches Conseillers à la doc.												
Affiches Zoom (conseillers à la doc.)												
Concept publicitaire Bibliothèque												
Dépliants facultaires												
Duosprint												
Feuillets Ariane 2.0												
Feuillets Congrès												
Signets Ariane 2.0												
INFORMATION												
Affiches Sacs réutilisables												
Affiches SPLA												
Dépliants Collections Université Laval												
Dépliants Guide de l'utilisateur												
Faits saillants 2009-2010												
Horaire de la Bibliothèque												
Horaire Séances init. à la recherche												
Normes graphiques (gabarits)												
Rapport annuel RUIS												
Publicité média												
Affichage - babillards du campus												
Pub Agenda ALIES 2009-2010												

ANNEXE D (suite)

| Calendrier de production

COMMUNICATION EXTERNE	2009							2010				
	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai
Pub Agenda CADEUL 2009-2010												
Pub Revue Argus												
Envois courriel aux étudiants												
Envois courriel aux professeurs												
Relations de presse												
Communiqué Activité donateur												
Communiqué Baladodiffusion												
Communiqué Expo ArticNet												
Communiqué Expo Aménagement												
Communiqué Expo Photos												
Communiqué Expo H10												
Communiqué Réamén. 4° et BS												
Communiqué Nouveaux Règlements												
Communiqué Séances init. recherche												
Relations publiques - Évènements												
Conférences (étude du projet)												
Jeux interfacultaires												
Journées d'accueil des facultés												
Lancement Ariane 2.0												
Portes ouvertes												
Rendez-vous Laval												
Semaines thématiques facultaires												
Signalétique												
Impression affiches et panneaux												
Panneaux électron. (étude du projet)												

ANNEXE E

Revue de presse 2008-2009

Contact, vol. 22, no 3, printemps 2008, p. 41

VOS DONNÉS À L'ŒUVRE 41

Cure de jouvence pour la Bibliothèque

À la Bibliothèque, la vague de modernisation technologique se poursuit tandis qu'un grand réaménagement physique sera bientôt entrepris.

Se voir remettre un livre rare par un robot, trois minutes après l'avoir commandé au comptoir, est-ce de la fiction ? Plus pour très longtemps. Les responsables de la Bibliothèque de l'Université s'apprentent à construire un entrepôt informatisé : un rayonnage compact de boîtes métalliques remplies de livres, dressé sur près de 10 m de hauteur, sans perte d'espace. Un robot transportera les boîtes, à la demande du préposé. « Notre objectif est de densifier les livres et non de nous en départir, explique Sylvie Delorme, directrice de la Bibliothèque. L'entrepôt informatisé permet de garder sur place une grande quantité de documents, même ceux qui sont peu demandés. »

Cet entrepôt fait partie de la cure de rajeunissement de la Bibliothèque, qui débute en 2009 et touchera les installations des pavillons Jean-Charles-Bonenfant et Alexandre-Vachon. Un chambardement physique qui s'ajoutera aux adaptations technologiques réalisées ces dernières années et à d'autres en cours : accès aux livres obligatoires en ligne, numérisation des documents, portail Internet rehaussé, etc. C'est grâce aux dons consentis par les diplômés et les membres du personnel de l'Université qu'une partie de ces adaptations a pu être réalisée.

La bibliothèque de demain

Les réorganisations physiques sont dictées tantôt par l'audace, tantôt par la nécessité, le plus souvent par un mélange des deux. Certains équipements sont carrément vétustes. Par exemple, les petites tables de travail, qui datent d'une quarantaine d'années : les étudiants ne peuvent y déposer à la fois leur ordinateur portable et des documents... De plus, fait observer la directrice, les rayonnages empiètent sur les aires de travail. Les livres envoyés à l'entrepôt libéreront beaucoup d'espace, qui sera réaménagé pour les besoins d'aujourd'hui : salles fermées dotées d'écrans géants pour le travail en équipe, espaces silencieux pour le travail personnel, fauteuils confortables pour la lecture, etc.

Sylvie Delorme a le souci d'une cohabitation harmonieuse des livres et des gens. « L'espace réaménagé sera très convivial,

invitant, lumineux, pour que le monde ait envie de venir travailler et échanger », précise-t-elle. Le plaisir du bouquinage dans les rayons restera intact. Sans connaître l'ampleur exacte des sommes à investir, Mme Delorme estime le coût de ce branle-bas à quelques dizaines de millions de dollars.

Adaptation réussie

Avant même de toucher aux espaces, la Bibliothèque vivait déjà de profonds changements... virtuels ! Au cours de la dernière décennie, on y a acquis 30 000 livres électroniques (*e-books*). Côté numérisation, 1800 thèses et mémoires sont aujourd'hui accessibles en ligne (archimede.bibl.ulaval.ca) et le travail suit son cours avec livres anciens et revues savantes (www.erudit.org). Et pour la rentrée 2008, beaucoup d'étudiants auront accès aux livres obligatoires sous forme électronique, par l'entremise du site Internet de la Bibliothèque.

Quoi encore ? Depuis deux ans, sur ce site, dix portails thématiques (arts, agriculture, droit, etc.) suggèrent des documents, revues, banques de données, sites connexes ou personnes-ressources. Il s'agit d'une prérecherche approfondie et mise à jour fréquemment. Même la Bibliothèque nationale de France y dirige « toute personne débutant une recherche dans le domaine concerné ». Le site offre aussi un abonnement qui permet à l'utilisateur d'être avisé lors de l'acquisition de nouveautés – livres, musique ou DVD – dans son domaine d'intérêt (fils RSS).

« Plus l'accès au savoir par la Bibliothèque va être grand, plus l'Université pourra être à la fine pointe, considère Sylvie Delorme. Tout en offrant du contenu en ligne, la Bibliothèque doit rester un lieu physique d'apprentissage, de créativité, un lieu intellectuel riche, vivant et animé pour que les étudiants aient le goût d'aller plus loin. »

Mélanie Robitaille



La Bibliothèque doit offrir à la fois un riche contenu en ligne et un qui favorise l'apprentissage et la créativité.

IL Y A LONGTEMPS QUE JE T'AIME...

Le Fonds de développement de la Bibliothèque ne cesse de conquérir les cœurs. En dix ans, près de 3 millions \$ ont été recueillis. Les deux tiers de cette somme proviennent d'environ 4900 personnes, dont plusieurs ont donné de façon récurrente. Vingt-cinq entreprises accordent l'autre tiers. L'an dernier, 70 % des donateurs au Fonds de développement de la Bibliothèque étaient issus de la communauté universitaire.

ANNEXE E (suite)

| Revue de presse 2008-2009

Média Matin Québec, jeudi 24 juillet 2008, p. 14

Québec s'écrit...

(TM) – Depuis le 20 juin, les visiteurs de la bibliothèque de l'Université Laval, au pavillon Jean-Charles-Bonenfant, peuvent admirer l'exposition intitulée *Québec s'écrit...* La représentation, qui se termine le 5 octobre, «propose un regard étonné, émerveillé, critique et parfois poétique des visiteurs et créateurs qui ont parcouru la ville de Québec depuis l'époque de la Nouvelle-France».

ANNEXE E (suite)

| Revue de presse 2008-2009

Le Soleil, dimanche 22 juin 2008, Arts et spectacles A5

Destination capitale → Une autre façon d'allier 400^e et lecture est de visiter la Bibliothèque de l'Université Laval qui présente depuis vendredi l'exposition *Québec s'écrit. La ville à travers 400 ans de récits de voyage*. À l'aide de passages de récits de voyage, de films ou d'extraits sonores, l'exposition promet «un regard étonné, émerveillé, critique et parfois poétique des visiteurs et créateurs qui ont parcouru la ville de Québec depuis l'époque de la Nouvelle-France». *Québec s'écrit...* est présentée jusqu'au 5 octobre.
Valérie Gaudreau
(collaboration spéciale)

ANNEXE E (suite)

| Revue de presse 2008-2009

Journal Voir, 31 juillet 2008.

Quelques mots sur Québec

★★★

La galerie de la Bibliothèque de l'Université Laval renouvelle sa pensée muséographique tout en marquant le début d'une ère exquise. L'exposition soulignant le 400^e et intitulée *Québec s'écrit...* vous permettra d'apprécier quelques morceaux de la collection de l'institution quasi inaccessibles autrement. La présentation porte ici sur les mots ou œuvres des écrivains et créateurs ayant pris Québec pour muse. Des textes d'Anne Hébert et Alain Grandbois, plusieurs documents audiovisuels, dont *L'Homme aux oiseaux* tourné en 1952, des artefacts (céramiques) et des livres anciens (Bartlett, photo) y sont présentés. Un avant-goût agréable d'une nouvelle vision. Jusqu'au 5 octobre. (S. Hudon)

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 43, no 34, 19 juin 2008, p. 15

CARNETS DE VOYAGE

L'exposition *Québec s'écrit...* nous invite à découvrir les impressions d'écrivains et d'artistes pour qui la ville a valu le détour

«Un voyageur qui marie un certain goût du pittoresque à l'amour des lettres ne peut pas, j'imagine, traverser «la ville la plus pittoresque de l'Amérique» sans tenter de fixer ses impressions.» Ces mots de l'écrivain américain Henry James, alors qu'il visitait Québec dans les années 1870, donnent le ton à l'exposition *Québec s'écrit...*, présentée du 20 juin au 12 octobre, à la salle d'exposition de la Bibliothèque (pavillon Jean-Charles Bonenfant). Comme James, d'autres voyageurs ont senti l'âme de la ville et ont couché sur papier les diverses

sensations que Québec leur inspirait. Ce sont ces écrits émanant de multiples visiteurs ayant parcouru la ville de Québec, depuis l'époque de la Nouvelle-France jusqu'à nos jours, que le public pourra découvrir.

En plus de ces récits, des extraits de roman où Québec brille sous les feux de la plume du romancier ou du poète jalonnent l'exposition, dont Anne Hébert, Gilles Vigneault, Roger Lemelin et Marie Laberge. Des extraits de films et d'œuvres musicales figurent également au menu. «Cette exposition



s'inscrit comme une première action concrète dans le cadre du mandat de valorisation des collections de la Bibliothèque de l'Université», explique Madeleine Robin, responsable de cette exposition réalisée notamment avec la collaboration des professeurs Philippe Dubé, Luc Bureau et Réal Ouellet.

La salle d'exposition sera ouverte, du 20 juin au 31 août, de 10 h à 18 h du lundi au vendredi. Du 2 septembre au 12 octobre, elle ouvrira ses portes du lundi au vendredi de 10 h à 21 h 30, et les samedis et dimanches, de 10 h à 17 h.

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 1, 28 août 2008, p. 5

La Bibliothèque est devenue un chef de file mondial en recherche documentaire

Lancement du guide pratique du Répertoire de vedettes-matière et de l'interface Ariane 2.0

À l'occasion du Congrès mondial des bibliothèques et de l'information IFLA 2008 qui se tient présentement à Québec, la Bibliothèque de l'Université a lancé, le 13 août, deux outils de recherche documentaire d'avant-garde développés par ses spécialistes. Il s'agit du guide pratique du Répertoire de vedettes-matière (RVM), édité en collaboration avec l'Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation, et de l'interface de recherche Ariane 2.0.

Le guide pratique du Répertoire de vedettes-matière (RVM), destiné aux professionnels de l'indexation, est le seul outil du genre en Amérique du Nord et fait office de référence en la matière. Il explique de façon détaillée les règles d'utilisation du RVM et fournit de nombreux exemples qui en permettent une utilisation optimale. Le RVM de l'Université Laval est reconnu internationalement en tant que norme francophone et est utilisé par de nombreuses bibliothèques en Europe, en Afrique et en Asie. Il comprend plus de 260 000 termes servant à l'indexation de textes ou de documents. La Bibliothèque de l'Université travaille présentement au développement et à l'ajout d'un module de traduction informatisée qui, une fois complété, rendra possible la traduction automatisée français-anglais ou

anglais-français de l'ensemble des vedettes-matière comprises dans le Répertoire. Il s'agira là d'une première mondiale en matière de recherche documentaire.

Ariane 2.0, une interface de recherche intelligente à code source libre, est conçue pour s'adapter aux contraintes du Web actuel, aux habitudes des clientèles étudiantes et aux nouveaux besoins des internautes qui souhaitent désormais effectuer des recherches de la même manière simplifiée que celle développée par Google. Une série de facettes permettent à l'utilisateur de raffiner les résultats d'un simple clic pour une utilisation optimale du traitement documentaire et de l'indexation. Ce nouvel outil interactif et évolutif permettra ainsi de trouver encore plus rapidement les termes indexés pour tous les documents de la Bibliothèque.



Guy Teasdale, directeur de la bibliothèque numérique et des technologies de l'information à la Bibliothèque, Francis Farley-Chevrier, directeur général de l'Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), Denis Brière, recteur de l'Université, Silvie Delorme, directrice de la Bibliothèque, Ian Wilson, bibliothécaire et archiviste du Canada de Bibliothèque et Archives Canada, Jo-Anne Bélair, chef de section, Répertoire de vedettes-matière (RVM), Bibliothèque, et Rida Benjelloun, chef de section, recherche et développement numérique, Bibliothèque.

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 2, 4 septembre 2008, p. 5

DES FACETTES À DÉCOUVRIR

La nouvelle interface Ariane 2.0 implantée à la Bibliothèque permet une recherche intelligente et raffinée

par Renée Larochelle

Nadia est devant son écran d'ordinateur. Étudiante à la maîtrise en études internationales, elle commence un travail sur la Seconde Guerre mondiale et veut savoir tout ce que la Bibliothèque de l'Université possède comme documentation sur l'un des acteurs ayant joué un rôle de premier plan dans la résolution de ce conflit, Winston Churchill. Après s'être rendue sur le site de la bibliothèque (www.bibl.ulaval.ca), Nadia clique sur Ariane 2.0 (<http://ariane2.bibl.ulaval.ca>) la nouvelle interface de recherche par facettes lancée le 13 août puis tape le nom du célèbre premier ministre britannique sur son clavier. Plus de 1500 résultats apparaissent à l'écran et en un clic de souris, Nadia a devant elle un tableau complet de la situation concernant les ressources de la bibliothèque sur Churchill: localisation et types des documents, langues utilisées, sujets ayant un rapport avec le personnage, auteurs ayant écrit sur lui, aspects géographiques et historiques, année de publication, etc. Par exemple, elle peut découvrir l'ouvrage le plus récent écrit sur le personnage, se documenter sur d'autres aspects reliés à la Seconde Guerre mondiale, sur la Grande-Bretagne, etc. Comme un sculpteur devant son bloc de marbre, Nadia peut raffiner sa recherche et trouver exactement ce qu'elle cherche au cœur de l'interface Ariane 2.0.

«Comparativement au premier catalogue Ariane, il est certain qu'Ariane 2.0 offre de plus grandes possibilités, explique Guy Teasdale, directeur de la bibliothèque numérique et des technologies de l'information à la Bibliothèque. En implantant Ariane 2.0, nous cherchions à recréer l'interface extrêmement dépouillée de Google, tout en exploitant la richesse et l'intelligence des métadonnées enfouies



Nadia Mohammed-Azizi, étudiante à la maîtrise en études internationales, a pu se familiariser avec l'interface Ariane 2.0 au kiosque de la Bibliothèque lors de l'événement Rendez-vous Laval.

dans les quelque 1,7 million de notices bibliographiques de notre catalogue. Les avantages de cette nouvelle interface sont tangibles, la plus évidente étant la recherche par facettes. Il y a aussi la possibilité de mieux exploiter la puissance du répertoire des vedettes matières de l'Université Laval (RVM). Toute l'opération s'inscrit dans notre volonté des nous adapter à la réalité des étudiants habitués aux moteurs de recherche de plus en plus puissants et conviviaux.»

Selon Guy Teasdale, l'exploitation du RVM dans Ariane 2.0 permettra à l'étudiant de faire des découvertes auxquelles il ne s'attendait pas, comme s'il bouquinerait dans les rayons de la bibliothèque. De même, effectuer la recherche dans la zone

sujet/ répertoire plutôt que par mot-clé donne des résultats plus complets. «Une étude récente montre qu'en utilisant uniquement une recherche par mot-clé, on passerait à côté d'environ 30% des ouvrages», rapporte d'ailleurs Guy Teasdale.

Ariane 2.0 version bêta est synchronisée tous les jours avec l'ancienne version d'Ariane. Ces deux versions du catalogue cohabiteront sur le site Web de la Bibliothèque pour un certain temps encore. Entre-temps, la Bibliothèque prévoit organiser des consultations auprès des usagers, analyser le taux d'utilisation de sa nouvelle interfaces et y intégrer différentes améliorations, afin de s'assurer que l'interface réponde adéquatement aux besoins documentaires du 21^e siècle.

PHOTO IMAC ROBITILLE

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 5, 25 septembre 2008, p. 4

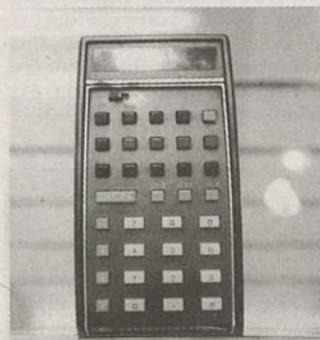
Exposition sur la recherche en optique photonique

Il n'y a pas que la lumière qui file à la vitesse de l'éclair. Le temps en fait tout autant, nous rappelle l'exposition *Visions d'avenir, la recherche en optique photonique à l'Université Laval*, présentée à la salle Alcan de la Bibliothèque scientifique jusqu'au 31 octobre. Avec une économie de mots, d'images et d'objets, cette modeste exposition, réalisée par le Centre d'optique, photonique et laser (COPL) avec la collaboration de la Bibliothèque scientifique, fait revivre les moments marquants de cinq décennies de recherche dans ce domaine à l'Université.

Après l'invention du laser en 1960, les chercheurs de la Faculté des sciences et de génie ne sont pas restés longtemps sur le quai à regarder passer les trains d'on-



PHOTOS MARC ROBITAILLE



des avant de se joindre à l'aventure scientifique qu'annonçait ce symbole de l'optique photonique. Dès le début des années 1960, un premier noyau de chercheurs se forme au Département de physique suivi, quelques années plus tard, d'un second groupe au Département de génie électrique. En 1989, à l'initiative du professeur Roger Lessard, les deux groupes unissent leurs forces en recherche fondamentale et appliquée pour former le COPL. Moins de 20 ans plus tard, ce regroupement se présente comme le plus important

centre universitaire de recherche et de formation dans ce domaine au Canada.

Creuset de l'optique photonique au pays, l'Université affiche un bilan éloquent à plusieurs chapitres: ses chercheurs revendiquent plus de 2 000 articles et communications ainsi que 120 brevets, rappelle-t-on dans l'exposition. Plus important encore, ils ont contribué à la formation de quelque 400 diplômés à la maîtrise et au doctorat dont le savoir profite maintenant aux entreprises de haute technologie et à toute la société québécoise.

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 8, 16 octobre 2008, p. 2

Une masse critique de sources numériques à la Bibliothèque

par Yvon Larose

Quelque 30 000 livres électroniques, des contenus de revues savantes, des contenus multimédias et archivistiques, voilà ce que la Bibliothèque propose depuis peu à ses usagers dans le cadre du Projet d'infrastructure de contenu numérique (ICN) pour les sciences humaines et sociales. Ce partenariat entre la Fondation canadienne pour l'innovation (FCI), 8 gouvernements provinciaux et 67 universités canadiennes permet d'offrir à quelque 900 000 chercheurs et étudiants un accès à distance et en ligne à une riche collection numérique. Bon nombre des contenus n'étaient accessibles auparavant qu'en version imprimée. Les contenus ont été acquis sous licence auprès de 14 éditeurs ou agrégateurs de contenus, du Canada et de l'étranger, de grandes collections savantes. Parmi eux, mentionnons Taylor & Francis Group, Canadian Publishers Collection et CAIRN. Le premier donne accès à près de 11 700 titres électroniques, le deuxième à environ 8 100 titres en anglais et en français et le troisième, un éditeur européen, donne accès à la collection la plus complète de périodiques de langue française dans les sciences sociales et humaines. Quant à l'éditeur Alexander Street Press, il propose plus de 8 000 partitions musicales classiques



Les chercheurs et les étudiants en sciences humaines et sociales ont désormais accès à des contenus interdisciplinaires en ligne du Canada et de l'étranger.

ainsi que plus de 250 pièces de théâtre.

«Le projet ICN vient répondre aux besoins des étudiants et des chercheurs d'avoir accès à des contenus à distance, explique Guy Teasdale, chef de la bibliothèque numérique et des technologies de l'information à la Bibliothèque. Nous évaluons à deux millions le nombre d'articles de périodiques téléchargés électroniquement par les étudiants et les chercheurs chaque année, la plupart du temps de leur domicile.»

Le livre électronique est en quelque sorte un livre-papier transposé sur Internet. Ce fai-

sant, il bénéficie de différentes technologies, notamment des moteurs de recherche qui permettent de chercher de façon transversale dans les contenus.

La participation de Laval au projet ICN représente un investissement institutionnel sur trois ans de plus de 440 000 \$, ainsi qu'une subvention combinée de 1,7 million de dollars pour trois ans de la part de la FCI et du gouvernement québécois.

Pour accéder à l'infrastructure de contenu numérique de la Bibliothèque, on tape <http://ariane2.bibl.ulaval.ca/ariane/> et on entre les mots «bibliothèque virtuelle».

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Le Soleil, vendredi 29 février 2008, Actualité p. 9

leSoleil vendredi 29 février 2008

Actualités 9

Québec à vol d'oiseau en... 1948

La Ville et la bibliothèque de l'Université Laval dévoilent des photos aériennes d'il y a 60 ans

Jean-Simon Gagné
jsgagne@lesoleil.com

Le 4 octobre 1948, un avion du ministère fédéral des Ressources naturelles a pris 180 photos aériennes de la région de Québec. Soixante ans plus tard, les technologies géospatiales viennent de permettre de reconstituer une vue d'ensemble de cette journée. Un incroyable retour dans le temps, désormais accessible à tous sur Internet.

C'est avec stupéfaction que l'on y découvre Québec, vue du haut des airs, en noir et blanc, juste avant le développement phénoménal de l'après-guerre. Avant la banlieue. Avant les autoroutes. Avant l'aménagement de la colline parlementaire. Une ville méconnaissable. Dans un premier temps, malgré l'étonnante précision des images, même les fins connaisseurs éprouveront sans doute de la difficulté à s'y repérer.

Au cœur de la ville, l'édifice du Parlement est entouré par un quartier très dense, le faubourg Saint-Louis. Les grands édifices qui dominent aujourd'hui le secteur, notamment le Hilton et l'édifice Marie-Guyart, ne seront construits qu'un quart de siècle plus tard. Nulle trace non plus du parc de la Francophonie, devant le Manège militaire.

Du côté de la basse ville, la rivière Saint-Charles suit encore son cours originel, multipliant les méandres. Le stade du parc Victoria apparaît au milieu d'une presqu'île, fréquemment inondée. L'actuel boulevard Laurentien a été rasé pour faire place à l'autoroute Dufferin-Montmorency.

Au nord, à Charlesbourg, le Trait carré se détache très nettement au milieu des champs. À l'ouest, Sainte-Foy n'est encore qu'un paisible village qui s'étire le long du chemin Sainte-Foy.

En 1948



Aujourd'hui



En 1948, dans la basse ville, la rivière Saint-Charles suit encore son cours originel, multipliant les méandres. Le stade du parc Victoria apparaît au milieu d'une presqu'île, fréquemment inondée. L'actuel boulevard Laurentien a été construit sur son lit. La moitié est du quartier Saint-Roch n'a pas encore été rasée pour faire place à l'autoroute Dufferin-Montmorency. — PHOTOS BIBLIOTHÈQUE DE L'UNIVERSITÉ LAVAL ET GOOGLE EARTH

Les malades notamment ceux qui souffrent de tuberculose viennent respirer l'air pur à l'hôpital Laval, dans un paysage champêtre.

On cherche en vain les grands centres commerciaux, le pont Pierre-Laporte ou même le campus actuel de l'Université Laval. Mais sur une note moins nostalgique, non loin de l'embouchure

de la rivière Saint-Charles, on ne manque pas de remarquer l'énorme panache de résidus largué dans le fleuve par l'usine de l'Anglo-Canadian Pulp and Paper, l'ancêtre de l'actuel Papiers White Birch.

Baptisé *Mosaïque de 1948*, le projet est le fruit d'une collaboration entre la Ville de Québec et la bibliothèque de l'Université

Laval. Son utilisation paraîtra familière aux habitués des images satellites proposées par des sites comme Google Earth. «Nous avons réalisé le projet à partir des négatifs originaux, explique le concepteur du projet, Siefano Biondo, du Centre géo-stat de la bibliothèque de l'Université. Nous les avons ensuite redécoupés en 607 tuiles,

correspondant chacune à un kilomètre carré.»

Se disant lui-même étonné par le résultat, M. Biondo conclut par une boutade. «Après avoir vu cela, essayez seulement d'imaginer à quoi ressemblera la ville dans 60 ans.» L'adresse de la *Mosaïque de 1948* : www.bibl.ulaval.ca/mieux/geostat/geostat_promo

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 43, no 33, 5 juin 2008, p. 9

Laurendeau, Nada Guzin-Lukic, Bernard Moulin, Jacynthe Pouliot, Luis Thenon et Pierre Thibault.

www.lamic.ulaval.ca

LANCEMENT DU SITE *NOS RACINES*

La Bibliothèque de l'Université procède aujourd'hui au lancement officiel du site *Web Nos racines*, réalisé en collaboration avec les Presses de l'Université de Calgary. *Nos racines* rassemble une vaste collection numérique de publications sur les histoires locales du Canada, d'un océan à l'autre. Ce site Web bilingue est à la fois une bibliothèque, une collection d'archives, un musée et une école. Il réunit plus de 5 500 livres, soit plus d'un million de pages, traitant de l'héritage social et culturel du Canada sur plus de 400 ans. On y trouve des documents, souvent rares et parfois inédits, qui relatent l'histoire du pays du point de vue de celles et ceux qui en ont été les acteurs. En parcourant le site, on découvre de l'information relative aux noms de familles, de paroisses, de lieux ou d'événements de l'histoire locale par une recherche simplifiée. *Nos racines* s'adresse à plusieurs clientèles de tous les groupes d'âge. Les chercheurs, les généalogistes et les esprits curieux ont accès aux livres dans leur intégralité.

Un réseau national de bibliothèques, d'universités, de collèges, de services d'archives, d'associations historiques, d'entreprises et d'individus ont collaboré à ce projet en accordant généreusement leur autorisation de numériser leurs ressources historiques, parfois même en offrant gracieusement un exemplaire de leurs publications. Ce site résulte de cinq ans de travail de recherche et de numérisation impliquant une équipe de techniciens, d'historiens et de professionnels chevronnés. La directrice de la Bibliothèque, Silvie Delorme, souligne l'appui de l'Université Laval à ce projet, particulièrement pour la dernière année de son élaboration, ainsi que le soutien financier indispensable qui l'a rendu possible. «Le projet *Nos racines* n'aurait pu se concrétiser sans l'appui et la généreuse contribution de près de 3 millions de dollars, pour une période de 5 ans, du ministère du Patrimoine canadien.»

www.nosracines.ca



ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 12, 20 novembre 2008, p. 14

DIALOGUE AVEC L'HISTOIRE

La Bibliothèque de l'Université vient de lancer une publication de près de 130 pages intitulée *Dialogue avec l'histoire. Les collections de la Bibliothèque de l'Université Laval*. Les auteurs de cette publication, premier ouvrage de prestige à regrouper et à présenter les riches collections et trésors de la Bibliothèque, dressent un portrait de l'Université et de ses collections et invitent à un dialogue avec les penseurs, les chercheurs et les professeurs de l'institution. Sous la direction de Silvie Delorme, directrice de la Bibliothèque, et produite avec la collaboration des Presses de l'Université Laval, la publication constitue un véritable miroir de l'histoire intellectuelle de l'Université. Citons parmi les collections illustrées, la collection aristotélicienne, les collections des livres rares et des manuels scolaires québécois, les collections d'objets et de spécimens conservées au pavillon Louis-Jacques-Casault, les collections de musique et de droit et les collections du Centre d'information géographique et statistique. L'évolution des collections de la Bibliothèque est racontée par 15 auteurs qui ont agrémenté leurs textes d'images remarquables, de faits historiques et d'événements marquants dans l'histoire de l'Université Laval. On apprend par le fait même sur ses programmes, ses dirigeants, ses enseignements et sur les valeurs qui l'ont animée au fil des ans. Cette publication s'inscrit dans le mandat de la valorisation des collections de la Bibliothèque et dans la mission d'enseignement et de recherche de l'Université. On peut consulter ou emprunter le livre à la Bibliothèque des sciences humaines et sociales ou télécharger sa version PDF à bibl.ulaval.ca, sous la rubrique En vedette. La publication sera également vendue dans quelques librairies de la région de Québec en décembre.



La directrice de la Bibliothèque, Silvie Delorme, et le vice-recteur aux études et aux activités internationales, Bernard Garnier, en compagnie des auteurs lors du lancement de l'ouvrage *Dialogue avec l'histoire. Les collections de la Bibliothèque de l'Université Laval*, le 11 novembre.

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

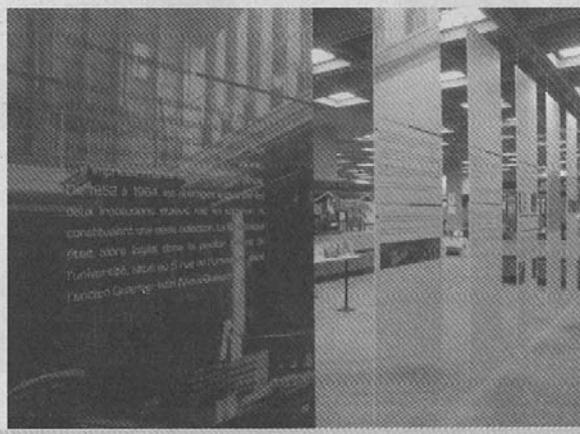
Au fil des événements, vol. 44, no 15, 11 décembre 2008, p. 10

DES VOLUMES RÉINVENTÉS

À l'occasion du 40^e anniversaire de la construction du pavillon Jean-Charles-Bonenfant et de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales qui y loge, la Bibliothèque de l'Université présente, jusqu'au 26 juin, sa nouvelle exposition, *Des volumes réinventés*. L'exposition permet de parcourir, par de nombreuses photographies, des textes et des documents d'archives, l'histoire du développement de ce pavillon. Composée de panneaux géants et d'une installation en trois dimensions, elle fait découvrir l'aspect novateur du bâtiment et les caractéristiques architecturales qui répondaient aux besoins de l'époque. La Bibliothèque a pu s'inspirer de l'assise de ce passé architectural pour se projeter dans le futur et ainsi présenter aux visiteurs l'état des réflexions sur ses espaces actuels. Elle propose sa vision d'une bibliothèque du 21^e siècle, basée sur les besoins des usagers d'aujourd'hui. Une projection visuelle au sol permet notamment de visualiser des plans d'architecture du bâtiment, vu de l'extérieur et de l'intérieur.

L'exposition a été réalisée avec la collaboration du commanditaire St-Gelais Montminy et associés architectes, du bureau Bélanger Beauchemin architectes, qui a fourni plusieurs documents d'archives, et grâce à la générosité de donateurs qui ont contribué au Fonds de développement de la Bibliothèque. Sous la supervision de Madeleine Robin, chercheuse, et de Silvie Delorme à la rédaction, une équipe de spécialistes a travaillé au projet de l'exposition: Charles St-Gelais, concepteur et designer, Lydia Bhérier-Vidal, du Laboratoire de muséologie et d'ingénierie de la culture de l'Université Laval (LAMIC), corédactrice, Sophie

Giroux, scénariste, Dominique St-Gelais, conseillère, Stéphane Langevin, architecte et créateur de la projection du futur, et la Division des archives de l'Université Laval. L'exposition se tient au 1^{er} étage du pavillon Jean-Charles-Bonenfant. L'entrée est libre. Heures d'ouverture: du lundi au vendredi, de 10 h à 21 h 30; le samedi et le dimanche, de 10 h à 16 h 30. Jours fériés: selon l'horaire de la Bibliothèque au www.bibl.ulaval.ca



ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 16, 8 janvier 2009, p. 5

de 13 h à 17 h, du lundi au vendredi. Le salon sera également ouvert les samedi et dimanche, 10 et 11 janvier, de 13 h à 17 h.

Des volumes réinventés

À l'occasion du 40^e anniversaire de la construction du pavillon Jean-Charles-Bonenfant et de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales qui y loge, la Bibliothèque de l'Université présente, jusqu'au 26 juin, sa nouvelle exposition, *Des volumes réinventés*. L'exposition permet de parcourir, par de nombreuses photographies, des textes et des documents d'archives, l'histoire du développement de ce pavillon. Composée de panneaux géants et d'une installation en trois dimensions, elle fait découvrir le côté innovateur du bâtiment et les



caractéristiques architecturales qui répondaient aux besoins de l'époque. La Bibliothèque a pu s'inspirer de ce passé architectural pour se projeter dans le futur et ainsi présenter aux visiteurs l'état des réflexions sur ses espaces actuels. Elle propose sa vision d'une bibliothèque du 21^e siècle, basée sur les besoins des usagers d'aujourd'hui. Une projection visuelle au sol per-

met notamment de visualiser des plans d'architecture du bâtiment, vu de l'extérieur et de l'intérieur. L'exposition se tient au 1^{er} étage du pavillon Jean-Charles-Bonenfant. L'entrée est libre. Heures d'ouverture: du lundi au vendredi, de 10 h à 21 h 30; le samedi et le dimanche, de 10 h à 16 h 30.

Réouverture de L'imageothèque

L'imageothèque, le service de location d'œuvres d'art de l'Université, ouvrira ses portes pour la session d'hiver 2009 le mardi 13 janvier. Ce service permet aux membres de la communauté universitaire et à la population de la région de louer des œuvres d'art originales pendant quatre mois au coût de 8 \$ au tarif étudiant, et au coût de 15 \$

pour les autres. Les quelque 375 œuvres offertes en location sont réalisées en majorité par des artistes étudiants de l'Université et, dans une moindre proportion, par des créateurs provenant de l'extérieur. Des réalisations originales de plusieurs courants, styles et techniques (peintures, estampes, dessins, photographies et techniques mixtes) composent la collection. Créée en 1989, la raison d'être de L'imageothèque est de mettre en valeur et de diffuser les productions artistiques étudiantes tout en favorisant l'enrichissement des connaissances en art visuel. Les internautes peuvent avoir un aperçu de la collection en consultant la galerie virtuelle sur le site de l'Animation socio-culturelle du Bureau d'accueil et d'animation au www.baa.ulaval.ca/as. On peut y effec-

tuer une recherche par auteur, par technique et même connaître la disponibilité des œuvres. La réserve de L'imageothèque est située au local 2460 du pavillon Alphonse-Desjardins. Les heures d'ouverture sont de 11 h 30 à 15 h 30 les mardis et mercredis, et de 11 h 30 à 19 h les jeudis.



ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 16, 8 janvier 2009, p. 10

Au fil des événements © 8 janvier 2009 Page 10

Des expositions
En février 2008, à la Galerie des arts visuels, grâce à l'initiative de Nadine Ouellet, directrice du programme de baccalauréat en design graphique, de Maude Bouchard, chargée de cours, et de Sylvie Pouliot, professeure au Département de design graphique, une quinzaine d'exposants ont imaginé, par le truchement d'affiches, la cité de Champlain lorsqu'on soufflera ses 800 bougies en l'an 2408. Une ville verte, une ville sans inégalités, une ville où les immenses gratte-ciel autour du Château Frontenac et de l'Hôtel Louis Le Concorde les réduisent à la taille d'une construction Lego.

En mai, à la salle d'exposition de la Bibliothèque, le public pouvait admirer une version de la célèbre carte de la Nouvelle-France de Samuel de Champlain datant de 1632. L'exposition était organisée par le Centre d'information géographique et statistique de la Bibliothèque. Plus tard, au même endroit, les visiteurs de l'exposition *Québec s'écrit* ont pu prendre connaissance de textes émanant de multiples visiteurs ayant parcouru Québec, depuis l'époque de la Nouvelle-France jusqu'à nos jours. Des extraits de romans, de films et d'œuvres musicales figuraient également au menu.

Jusqu'au 22 mars 2009, le Musée de l'Amérique française (2, côte de la Fabrique) présente l'exposition *Une présence oubliée: les huguenots en Nouvelle-France*. Cet événement est le fruit d'une collaboration entre l'Institut du patrimoine culturel de l'Université Laval (IPAC), le Musée de la civilisation, le Musée

«Les forces de la mondialisation étaient déjà présentes à l'époque de Champlain. Il existait une planétarisation des échanges due à une expansion du capitalisme.»
- Michel De Waele, professeur au Département d'histoire

des Ursulines de Québec et l'Église réformée Saint-Marc de Québec. Marie-Claude Rocher, professionnelle de recherche et adjointe au directeur de l'IPAC, a assuré la conception de l'exposition et Marc Pelchat, doyen de la Faculté de théologie et de sciences religieuses, a fait partie du comité scientifique.

Jusqu'au 22 mars 2009 également, pas moins de quatre lieux muséologiques répartis

Une version de la célèbre carte de la Nouvelle-France de Samuel de Champlain datant de 1632 a été présentée à la salle d'exposition de la Bibliothèque.

douzaine de professeurs et chercheurs de l'Université Laval, ont participé à sa rédaction.

Au fil des événements © 8 janvier 2009 Page 11

ANNEXE E (suite)

| Revue de presse 2008-2009

Au fil des événements, vol. 44, no 18, 22 janvier 2009, p. 14

DES VOLUMES RÉINVENTÉS

À l'occasion du 40^e anniversaire de la construction du pavillon Jean-Charles-Bonenfant et de la Bibliothèque des sciences humaines et sociales qui y loge, la Bibliothèque de l'Université présente, jusqu'au 26 juin, sa nouvelle exposition, *Des volumes réinventés*. L'exposition permet de parcourir, par de nombreuses photographies, des textes et des documents d'archives, l'histoire du développement de ce pavillon. Composée de panneaux géants et d'une installation en trois dimensions, elle fait découvrir le côté innovateur du bâtiment et les caractéristiques architecturales qui répondaient aux besoins de l'époque. La Bibliothèque a pu s'inspirer de ce passé architectural pour se projeter dans le futur et ainsi présenter aux visiteurs l'état des réflexions sur ses espaces actuels. Elle propose sa vision d'une bibliothèque du 21^e siècle, basée sur les besoins des usagers d'aujourd'hui. Une projection visuelle au sol permet notamment de visualiser des plans d'architecture du bâtiment, vu de l'extérieur et de l'intérieur. L'exposition se tient au 1^{er} étage du pavillon Jean-Charles-Bonenfant. L'entrée est libre. Heures d'ouverture: du lundi au vendredi, de 10 h à 21 h 30; le samedi et le dimanche, de 10 h à 16 h 30.

ANNEXE E (suite)

Revue de presse 2008-2009

L'Exemplaire, vol. XVII, no 15, 25 février 2009, p. 5



Photo Pierre-Alexandre Maltais

Acquisition de nouveaux documents

La bibliothèque déborde

Jason Béliveau

jason.beliveau.1@ulaval.ca

Cité universitaire – Environ 10 millions, soit la moitié du budget total de la Bibliothèque de l'Université Laval pour 2007-2008, a été consacré à l'acquisition de nouveaux documents, selon la directrice de l'établissement, Silvie Delorme.

Construite pour contenir deux millions de documents, la bibliothèque de l'UL en contient aujourd'hui plus de 5 millions. «La bibliothèque s'est beaucoup rattrapée ces dernières années quant aux acquisitions». Le budget d'acquisition de l'année dernière s'est élevé à 10 509 652 \$. Plus de la moitié de ce montant a été réservé aux ressources électroniques.

Pour ce qui est du problème d'entreposage des documents, un projet sera présenté en mars prochain à la direction de l'université. «Il s'agit d'un problème réel et des actions seront entreprises durant les prochaines années afin de densifier l'entreposage et d'optimiser l'aménagement des collections», a précisé Silvie Delorme.

Les deux grandes associations étudiantes de l'UL ne sont pas alar-

mées par la situation de la bibliothèque. Simon Bérubé, président de la CADEUL, a affirmé que le dossier de la bibliothèque n'avait pas encore été porté à l'attention de l'association cette année. «Il y a eu des inquiétudes lors des compressions budgétaires des dernières années, mais la lutte est dans le maintien de la qualité de nos services actuels», a-t-il précisé. En ajoutant qu'une bonne bibliothèque a un impact très positif sur le cheminement académique des étudiants, M. Bérubé a aussi souligné que la Bibliothèque est la fierté des étudiants du 1^{er} cycle.

Du côté de l'ÆLIÉS, le président Youmani Jérôme Lankoandé a refusé de s'avancer sur la qualité des services de la bibliothèque. Il a cependant affirmé que l'association prépare actuellement un sondage pour les étudiants concernant les services offerts par l'UL incluant ceux de la bibliothèque.

ANNEXE F

Communications externes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
Priorité d'action 1 Développer une vision stratégique et commune de son offre de service	Se positionner comme chef de file en matière d'organisation de l'information et d'accès au savoir dans le milieu des bibliothèques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site Web <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rédaction et contenu ▪ Analyse et arborescence ▪ Concept publicitaire Bibliothèque ▪ Relations de presse 	Usagers Usagers Usagers et bibliothèques	19 100 \$
Priorité d'action 2 Améliorer le lieu et le milieu de vie en offrant des espaces de travail conviviaux et efficaces	Contribuer à l'amélioration des lieux publics	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Panneaux signalétique <ul style="list-style-type: none"> ▪ Panneaux polycarbonate ▪ Panneaux électroniques (étude du projet) ▪ Promotion Baladodiffusion <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pub Web et affiches 	Visiteurs Visiteurs Visiteurs	2 165 \$
Priorité d'action 3 Renforcer les liens avec ses publics tant internes qu'externes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se positionner comme le pôle multidisciplinaire de l'activité intellectuelle du campus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planification d'activités ou de conférences pour l'année 2011 (étude du projet) 	Campus et public externe	0 \$
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire connaître les services, produits et collections de la Bibliothèque 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Site Web BUL 	Campus et public externe	12 920 \$

ANNEXE F (suite)

Communications externes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
	Faire connaître les services, produits et collections de la Bibliothèque (suite)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Feuillets Ariane 2.0 ▪ Signets Ariane 2.0 ▪ Lancement Ariane 2.0 ▪ Duosprint Bibliothèque ▪ Dépliants Guide de l'utilisateur ▪ Interface postes informatiques publics ▪ Horaire de la Bibliothèque <ul style="list-style-type: none"> ▪ Feuilles, affiches, affichettes ▪ Horaire séances d'initiation à la recherche <ul style="list-style-type: none"> ▪ Affiches ▪ Affichettes ▪ Bulletins Nouvelles électroniques (étude du projet) ▪ Pubs Web BUL <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pub Ariane 2.0 ▪ Pub Accès à distance ▪ Pub capsules de formation ▪ Pub Colombo ▪ Pub Conseillers à la documentation ▪ Pub Fils RSS ▪ Pub Métalib - A09 ▪ Pub Netvibes ▪ Pub Séances Formation recherche documentaire 	Profs et 1 ^{er} cycle 1 ^{er} cycle Campus Campus Usagers Usagers Usagers Usagers Usagers Campus Campus Profs et 1 ^{er} cycle 1 ^{er} cycle Profs et 1 ^{er} cycle 1 ^{er} cycle Professeurs À confirmer 1 ^{er} cycle 1 ^{er} cycle	

ANNEXE F (suite)

Communications externes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
	Faire connaître les services, produits et collections de la Bibliothèque (suite)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Affichage sur babillards du campus (Multi-services) ▪ Portes ouvertes ▪ Rendez-vous Laval 	<p>Campus</p> <p>Étudiants, des cégeps</p> <p>1^{er} cycle</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accroître le partenariat avec les facultés, les unités et les services du campus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sacs réutilisables ZONE <ul style="list-style-type: none"> ▪ Affiches ▪ Pub Web Formation SPLA ▪ Affiches SPLA ▪ Commandite et conférence Chaire publique ALIÉS ▪ Rédaction - outils des unités de l'Université <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dépliant des renseignements ▪ Guide de l'étudiant - Bureau d'accueil ▪ Guide des ressources humaines 	<p>Visiteurs</p> <p>Étudiants</p> <p>Étudiants</p> <p>2^e et 3^e cycles</p> <p>Campus</p>	925 \$
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accroître le partenariat avec les facultés, les unités et les services du campus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dépliants facultaires ▪ Jeux interfacultaires <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concours ▪ Révision des textes Web des facultés ▪ Publicité - Agenda AELIÉS ▪ Publicité - Agenda CADEUL 	<p>1^{er} cycle et profs</p> <p>1^{er} cycle</p> <p>Facultés</p> <p>2^e et 3^e cycles</p> <p>1^{er} cycle</p>	14 200 \$

ANNEXE F (suite)

Communications externes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
	Accroître le partenariat avec les facultés, les unités et les services du Campus (suite)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Envois messages aux étudiants (Ariane 2.0, réaménagement, etc.) ▪ Envois messages aux professeurs (Réserve, réaménagement, etc.) ▪ Exposition sur les publications des professeurs 	<p>Étudiants</p> <p>Professeurs</p> <p>Professeurs et campus</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire valoir l'expertise des conseillers à la documentation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Affiches Conseillers à la documentation ▪ Participation aux journées d'accueil des facultés <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concours ▪ Page électronique Nouveautés des conseillers ▪ Affiches ZOOM sur les conseillers à la doc. ▪ Publicités Web BUL portails thématiques (banque d'heures) ▪ Semaines thématiques facultaires (étude du projet) 	<p>1^{er} cycle</p> <p>1^{er} cycle</p> <p>Professeurs</p> <p>1^{er} cycle</p> <p>Campus</p> <p>Profs et 1^{er} cycle</p>	2 630 \$
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mettre l'accent sur l'engagement envers certains partenaires sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rapport annuel RUIS ▪ Commandite événements ▪ Rédaction articles -revue <i>Argus</i> 	<p>Consortium</p> <p>Bibliothèques</p> <p>Bibliothèques</p>	5 525 \$

ANNEXE F (suite)

Communications externes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer une stratégie de développement pour les donateurs 	<ul style="list-style-type: none"> Planification pour 2011 (étude du projet) Invitations aux expositions <ul style="list-style-type: none"> Exposition ArcticNet Exposition Aménagement Campus Exposition Hiver 2010 	<p>Donateurs</p> <p>Donateurs</p>	0 \$
<p>Orientation 4 Améliorer le lien avec le savoir par des collections mieux arrimées aux programmes</p>	<ul style="list-style-type: none"> Faire connaître les services, produits et collections de la Bibliothèque 	<ul style="list-style-type: none"> Expositions <ul style="list-style-type: none"> Photos BSHS Aménagement Campus ArticNet BSHS Dépliants Collections Université Laval Faits saillants 	<p>Campus et région de Qc</p> <p>Professeurs</p> <p>Campus</p>	11 745 \$
<p>Orientation 6 Améliorer les technologies en les adaptant aux habitudes et aux attentes de nos clientèles</p>	<ul style="list-style-type: none"> Se positionner comme chef de file en matière d'organisation de l'information et d'accès au savoir dans le milieu des bibliothèques 	<ul style="list-style-type: none"> Site Web RVM Participation aux congrès Pub revue <i>Argus</i> 	<p>Bibliothèques</p> <p>Bibliothèques</p> <p>Bibliothèques</p>	2 450 \$
<p>Orientation 7 Consolider la gestion de la BUL et de ses produits</p>	<ul style="list-style-type: none"> Harmoniser et moderniser l'image de la Bibliothèque 	<ul style="list-style-type: none"> Normes graphiques et gabarits <ul style="list-style-type: none"> Affiches Mini-expositions Couverts Formation FSA et RVM Documents Aide-mémoire Horaire des conseillers 	<p>Visiteurs</p> <p>Bibliothèques</p> <p>Étudiants</p> <p>Visiteurs</p>	2 395 \$

ANNEXE F (suite)

Communications externes

Priorités d'action Plan stratégique	Objectifs de communication	Moyens et outils	Publics cibles	Budget
		<ul style="list-style-type: none">▪ Affiches Codes de conduite (Affiches événements spéciaux)▪ Affiches diverses▪ Affiches cotes	Facultés	
		<ul style="list-style-type: none">▪ Rédaction textes - sites Web facultaires		
		<ul style="list-style-type: none">▪ Révision linguistique		350 \$

ANNEXE G

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS-TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
COMMANDITES					
Chaire publique ALIES					
	250 \$				
		250 \$			
Congrès divers					
ASTED, etc.	3 200 \$				
		3 200 \$			
Sacs réutilisables					
Consignation	0 \$				
		0 \$			
COMMUNICATIONS WEB					
Bulletin Nouvelles de la BUL					
Préparation pour 2011	0 \$				
		0 \$			
Page Nouveautés pour conseillers					
Graphisme	350 \$		1 gabarit	Envoi Outlook	
		350 \$			
Pub Accès à distance					
Graphisme	300 \$				
		300 \$			
Pub Ariane 2.0					
Graphisme	250 \$		2	170 px X 190 px 189 px X 259 px	
		250 \$			
Pub Baladodiffusion					
Graphisme	135 \$		1	170 px X 190 px	
		135 \$			
Pub Capsules de formation					
Graphisme	350 \$		1		FSA et autres
		350 \$			
Pub Colombo					
Graphisme	300 \$		2	170 px X 190 px 189 px X 259 px	Web Bibliothèque
		300 \$			
Pub Conseillers à la doc.					
Graphisme	200 \$		2	170 px X 190 px	Web Bibliothèque
Prises de vue	500 \$			189 px X 259 px	
		700 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS-TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Pub Fils RSS					
Graphisme	300 \$		2	170 px X 190 px 189 px X 259 px	Web Bibliothèque
		300 \$			
Pub Formation SPLA					
Graphisme	135 \$			170 px X 190 px 189 px X 259 px	Web Bibliothèque
		135 \$			
Pub Métalib					
Graphisme	180 \$		2	170 px X 190 px 189 px X 259 px	Web Bibliothèque
		180 \$			
Pub Netvibes					
Graphisme	180 \$		1	189 px X 259 px	Web Bibliothèque
		180 \$			
Pubs Portails thématiques					
Graphisme	300 \$				Banque d'heures Aide aux conseillers
		300 \$			
Pub Séances formation recherche					
Graphisme	250 \$		3	170 px X 190 px 189 px X 259 px 235 px X 70 px	Web Bibliothèque
		250 \$			
Site Web					
Contenu, rédaction	9 000 \$				Pages les plus visitées ou stratégiques
Analyse et arborescence	9 000 \$				
		18 000 \$			
Site Web RVM					
Graphisme	2 000 \$		2 pages		Programmation à l'interne
		2 000 \$			
EXPOSITIONS					
Expo ArticNet					
Inauguration					Bibliothèque scientifique
Traiteur - cocktail	850 \$		70 personnes		
Permis de réunion	35 \$				Automne 2009
		885 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Affiches exposition					
Graphisme	700 \$				Couleur
Impression	135 \$		10	18 X 24 po	
		835 \$			
Pubs Web					
Graphisme	225 \$		3	170 px X 190 px 189 px X 259 px 235 px X 70 px	Web Bibliothèque Web Université Laval
		225 \$			
Invitation					
Graphisme	220 \$		1	Électronique	Couleur
Impression	175 \$		100	et papier Fermé : 5 po X 6,75 po	Couleur Enveloppes incluses
		395 \$			
Expo Aménagement Campus					
Cocktail					Bibliothèque des sciences humaines et sociales (BSHS)
Traiteur	700 \$		50 pers.		
Permis de réunion	35 \$				
		735 \$			
Affiches exposition					
Graphisme	450 \$				Couleur
Impression	135 \$		10	18 po X 24 po	
		585 \$			
Pubs Web					
Graphisme	280 \$		3	170 px X 190 px 189 px X 259 px 235 px X 70 px	Web Bibliothèque Web Université Laval
		280 \$			
Invitation					
Graphisme	280 \$			Électronique	Couleur
Impression	90 \$		25	et papier Fermé : 5 po X 6,75 po	Couleur Enveloppes incluses
		370 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Expo Photos-E09					
Pub Web					
Graphisme	280\$		2	170 px X 190 px 189 px X 259 px	Web Bibliothèque
		280 \$			
Expo Hiver 2010 à confirmer					
Inauguration					Bibliothèque des sciences humaines et sociales (BSHS)
Traiteur - cocktail	970 \$		60 pers.		
Permis de réunion	35 \$				
		1005 \$			
Affiches exposition					
Graphisme	450 \$		5	18 po X 24 po	Couleur
Impression	135 \$				
		585 \$			
Pub Web					
Graphisme	280\$		2	170 px X 190 px 189 px X 259 px	Web bibliothèque
		280 \$			
Invitation					
Graphisme	280 \$			Électronique	Couleur
Impression	90 \$		25	et papier	Couleur
				Fermé : 5 po X 6,75 po	Enveloppes incluses
		370 \$			
Expo publications professeurs					
Cocktail					Bibliothèque des sciences humaine et sociales (BSHS)
Traiteur	650 \$		50 pers.		
Permis de réunion	35 \$				
		685 \$			
Pub Web					
Graphisme	235\$		3	170 px X 190 px 189 px X 259 px 235 px X 70 px	Web Bibliothèque Web Université Laval
		235 \$			
Invitation					
Graphisme	80 \$			Électronique	Couleur
		80 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
OUTILS IMPRIMÉS					
PUBLICITÉ					
Affiches Balladodiffusion					
Graphisme	420 \$		10	18 po X 24 po	Couleur
Impression (10)	135 \$				
		555 \$			
Affiches Conseillers à la doc.					
Conception	1 200 \$				Couleur
Graphisme	180 \$		10	17 po X 24 po	
Impression	265 \$		70	11 po X 17 po	
Placement dans facultés	0 \$				
		1 645 \$			
Affiches ZOOM (conseillers à la doc.)					
Graphisme (déclinaison)	180 \$		25	12,5 po X 17 po	Couleur
Impression	55 \$				Automne 2009 et hiver 2010
		235 \$			
Concept publicitaire Bibliothèque					
Graphisme	1 100 \$				
		1 100 \$			
Dépliants facultaires					
Conception	2 400 \$				Couleur
Graphisme	4 300 \$		16 dépliants		
Impression	4 225 \$		2 lots de 8700	11 po X 8,5 po ouvert	
Révision linguistique	500 \$				
		11 425 \$			
Duosprint					
Structure	350 \$		1	30 po X 84 po	
Graphisme	500 \$				Couleur
Impression	250 \$		2		
		1 100 \$			
Feuillets Ariane 2.0					
Graphisme	315 \$			3,125 po X 8,5 po	Couleur
Impression	200 \$		500		
		515 \$			
Feuillets Congrès					
Graphisme	600 \$				RVM et service de traduction
Impression	450 \$		À confirmer	8,5 po X 11 po	automatisée
		1 050 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Signets Ariane 2.0					
Graphisme	600 \$		1000	2 po X 7 po	Couleur
Impression	750 \$				
		1 350 \$			
INFORMATION					
Affiches Sacs réutilisables					
Graphisme	200 \$		10	11 po X 17 po	Couleur
Impression	30 \$				
		230 \$			
Affiches SPLA					
Graphisme	135 \$		6	20 po X 30 po	Couleur
Impression	175 \$				5 sur <i>Foam Core</i>
		310 \$			
Dépliants Collections Université Laval					
Graphisme	900 \$		2000		Couleur
Impression	950 \$			Ouvert : 14 po X 8,5 po	
Révision linguistique	50 \$			(3 plis, 4 volets)	
		1 900 \$			
Dépliants Guide de l'utilisateur A09 ET H10					
Graphisme	1 400 \$		2 lots de 3000	Ouvert : 14 po X 8,5 po	Automne et hiver
Impression	1 550 \$			(3 plis, 4 volets)	Couleur
Révision linguistique	75 \$				
		3 025 \$			
Faits saillants 2009-2010					
Graphisme	2 000 \$		1000	Fermé : 8,5 po X 11 po	Couleur
Impression	950 \$			(2 plis, 3 volets)	
Révision linguistique	65 \$				
		3 015 \$			
Horaire de la Bibliothèque P09-E09					
Affichettes					
Graphisme	45 \$		25	11 po X 17 po	Couleur
Impression	75 \$				
		120 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS-TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Affichettes Portes vitrées					
Graphisme	35 \$		4	18,5 po X 14 po	Couleur
Impression	25 \$				
		60 \$			
Colonne Moris					
Graphisme	0 \$		1	27 po X 48 po	Couleur
Impression	60 \$				Plastification satin
		60 \$			
Feuillets					
Graphisme	35 \$		600	5,5 po X 8,5 po	Noir recto
Impression	35 \$				Papier couleur
		70 \$			
Panneaux entrée					
Graphisme	0 \$		2	27 po X 45 po	Couleur
Impression	130 \$				
Installation	20 \$				
		150 \$			
Horaire de la Bibliothèque A09-H10					
Affichettes					
Graphisme	45 \$				Couleur
Impression	90 \$		25	11 po X 17 po	Plastification satin
		135 \$			
Affichettes Portes vitrées					
Graphisme	35 \$		4	18,5 po X 14 po	Couleur
Impression	25 \$				
		60 \$			
Colonne Morris					
Graphisme	0 \$		1	27 po X 48 po	Couleur
Impression	60 \$				Plastification satin
		60 \$			
Feuillets					
Graphisme	0 \$		2 lots de 1000	5,5 po X 8,5 po	Noir recto
Impression	120 \$				Papier couleur
		120 \$			
Panneaux entrée					
Graphisme	0 \$				Couleur
Impression	130 \$		2	27 po X 45 po	
Installation	20 \$				
		150 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Horaire Séances init. recherche 09-10					
Affiches					
Graphisme	35 \$		4 (2A, 2H)	20 po X 30 po	Couleur
Impression	150 \$				Collées sur <i>Foam Core</i>
		185 \$			
Affichettes			25	11 po X 17 po	
Graphisme	35 \$				Couleur
Impression	50 \$				Plastification satin
		85 \$			
Feuillets					
Graphisme	0 \$		800 (A09)	5,5 po X 8,5 po	Noir recto
Impression	50 \$		500 (H10)		Papier couleur
		50 \$			
Normes graphiques (gabarits)					
Affiches Codes de conduite					
Graphisme	300 \$			11 po X 17 po	(manger, cell., etc.)
		300 \$			
Affichettes cotes					
Graphisme	100 \$				
		100 \$			
Affiches diverses					
Graphisme	500 \$				
		500 \$			
Affiches Événements spéciaux					
Graphisme	300 \$		6	18 po X 24 po	(expos, Francofête, etc.)
Impression	75 \$				Couleur
		375 \$			
Affiches Mini-expositions					
Graphisme	300 \$			11 po X 17 po	
		300 \$			
Couverts Doc. Formation					
Graphisme	400 \$			8,5 po X 11 po	Couleur
		400 \$			
Document Aide-mémoire					Aide-mémoire rech.
Graphisme	240 \$				
		240 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Horaire Conseillers					
Graphisme	180 \$				Couleur
		180 \$			
Rapport annuel RUIS					
Graphisme	550 \$		25	Fermé : 8,5 po X 11 po	Couleur
Impression	275 \$				Modèle intérieur
		825 \$			
Révision linguistique					
Banque d'heures	350 \$				6 heures
		350 \$			
PLACEMENT MÉDIA					
Affichage sur les babillards du campus					
Multi-Services	670 \$				Affiches conseillers 2 fois 2 semaines chaque session
		670 \$			
Pub Agenda ALIES 2009-2010					
Placement media	400 \$		1 pub	12,8 cm X 2,4 cm	Noir et blanc
Graphisme	280 \$				1 bandeau bas de page
		680 \$			
Pub Agenda CADEUL 2009-2010					
Placement media	860 \$		1	14,6 cm X 1,7 cm	Noir et blanc
Graphisme	135 \$			(3 espaces publicitaires)	3 bandeaux bas de page
		995 \$			
Pub Revue Argus					
Placement media	400 \$		3	7,5 po X 10 po	Mai et oct. 2009 et Janv. 2010
Graphisme	500 \$				Noir et blanc
		900 \$			
Envois courriel aux étudiants					
	0 \$				Message Ariane 2.0, Réaménagement, etc.
		0 \$			
Envois courriel aux professeurs					
	0 \$				Message Ariane 2.0, Réserve, etc.
		0 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
RELATIONS DE PRESSE					
Communiqué Activité donateur					
<i>Fil des événements</i>	0 \$				Printemps 2010
		0 \$			
Communiqué Balladodiffusion					
<i>Fil des événements</i>	0 \$				Hiver 2010
		0 \$			
Communiqué Expo ArticNet					
<i>Fil des événements - A09 et H10</i>	0 \$				Automne 2009
Liste de presse U. Laval		0 \$			
Communiqué Expo Aménagement					
<i>Fil des événements - A09 et H10</i>	0 \$				Automne 2009
Envoi à la presse U. Laval		0 \$			
Communiqué Expo Photos Québec					
Relations médias - Université Laval	0 \$				Été 2009
		0 \$			
Communiqué Expo à confirmer					
<i>Fil des événements</i>	0 \$				Hiver 2010
		0 \$			
Communiqué Réaménagement 4^e et BS					
<i>Fil des événements</i>	0 \$				Automne 2009
					Hiver 2010
		0 \$			
Communiqué Nouveaux Règlements					
<i>Fil des événements</i>	0 \$				Politiques et emprunt
		0 \$			
Communiqué Séances initi. recherche					
<i>Fil des événements</i>	0 \$				Automne 2009
					Hiver 2010
		0 \$			
RELATIONS PUBLIQUES - ÉVÉNEMENTS					
Conférences					
Étude du projet	0 \$				
		0 \$			
Jeux interfacultaires					
Rallye-concours	100 \$				Mars 2010
		100 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Journées d'accueil des facultés					
Concours 1 ^{er} cycle	100 \$				Automne 2009
		100 \$			
Lancement Ariane 2.0					
Cocktail					
Traiteur	650 \$		40 personnes		
Permis de réunion	35 \$				
Invitation					
Graphisme	250 \$		25	Doc. électronique	Couleur
Impression	90 \$			et papier	Enveloppes
				Fermé : 5 po X 6,75 po	
		1 025 \$			
Portes ouvertes					
	0 \$				Automne 2009 et hiver 2010
		0 \$			
Rendez-vous Laval A09					
Inscription	300 \$				Automne 2009
Comptoir	30 \$				
2 tabourets	20 \$				
2 prises réseau Internet	110 \$				
2 certificats cadeaux	50 \$				
		510 \$			
Rendez-vous Laval H10					
Inscription	100 \$				Hiver 2010
2 prises réseau Internet	110 \$				
Affiche Conseillers	300 \$				
Graphisme	75 \$		1	18 po X 24 po approx.	Couleur Adaptation format Plastification + velcro
Impression	25 \$				
		610 \$			
Semaines thématiques facultaires					
Organisation	0 \$				
		0 \$			
SIGNALÉTIQUE					
Impression affiches diverses					
Impression	150 \$				
		150 \$			

ANNEXE G (suite)

| Budget communications externes

OBJET	PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES	SOUS- TOTAL	DÉTAILS TECHNIQUES		
			Quantité	Format	Autres
Panneaux électroniques					
Projet	0 \$				Affichage en réseau
		0 \$			
Panneaux					
Panneaux polycarbonate					
Graphisme	0 \$			Grand format	
Matériau (Service Immeubles)	0 \$				
Impression	1 250 \$		25		
Installation	75 \$				
		1 325 \$			
	TOTAL	74 405 \$			

ANNEXE H

| Budget 2009-2010 Communications internes et externes

	BUDGET
Budget total communications externes	74 405 \$
Budget total communications internes	12 465 \$
BUDGET TOTAL	86 870 \$
TOTAL AVEC CONTINGENCE DE 15 %	99 900 \$