



Corporation des bibliothécaires
professionnels du Québec

Corporation of Professional Librarians of Quebec

Bilan de la campagne *Passeurs de savoirs*

Montréal le 15 janvier 2013 – La Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec a pour mission principale la protection du public et le rayonnement de la profession. Le rayonnement de la profession de bibliothécaire passe par la reconnaissance du savoir-faire des bibliothécaires professionnels, par l’actualisation de la pertinence de la profession et la dynamisation de son image.

La Corporation a développé une campagne de communication visant à démontrer les compétences du bibliothécaire, afin de contribuer à changer la perception générale du public, encore très ancrée dans la culture de l’imprimé et les stéréotypes. *Passeurs de savoirs* s’adressait au grand public. Cette campagne a pris fin le 30 novembre. Elle a suscité de nombreuses réactions dont la grande majorité ont été positives.

Le message principal diffusé par la campagne a été relayé dans les médias web :

NOUS TRAVAILLONS À FAIRE TOMBER LES MURS DE L’IGNORANCE ET DE L’EXCLUSION. NOUS SOMMES CONSERVATEURS DU PASSÉ, DIFFUSEURS DU PRÉSENT, GARDIENS DU FUTUR. NOUS SOMMES PASSEURS DE SAVOIRS. NOUS SOMMES BIBLIOTHÉCAIRES.

L’effort de communication a mis en valeur le sens du bien commun et de l’engagement des bibliothécaires. L’objectif était de réactualiser la pertinence du bibliothécaire, de dynamiser l’image du métier et de permettre au lecteur d’avoir quelques exemples de notre contribution. Ainsi, une équipe de bibliothécaires professionnels a contribué au projet en développant des dossiers thématiques qui ont été mis en ligne dans le site passeursdesavoirs.ca. Par ailleurs, un nombre important de fournisseurs de contenus et d’éditeurs ont gracieusement permis la diffusion de certaines de leurs publications.

La campagne s’est exclusivement déroulée sur le web. Ce choix n’est pas neutre. Malgré le fait que les bibliothécaires travaillent au quotidien sur le web, le public ne fait généralement pas cette association entre la profession et la culture numérique. C’est précisément sur cette question que la campagne *Passeurs de savoirs* a voulu agir.

La campagne a duré quatre semaines. Néanmoins, la campagne a eu un succès tout à fait mesurable et quantifiable.

Les bannières de la campagne *Passeurs de savoirs* ont été vues 17 000 000 de fois sur le réseau social Facebook, plus de 1 000 000 à travers les mots clés (*Google*) et plus de 1 700 000 de fois dans les médias web (*Le Devoir*, *La Presse*, *Le Soleil* et les quotidiens affiliés). Plus de 13 000 visites ont été comptées sur le micro-site de la campagne, dont 4 550 visites à partir des bannières dans les médias web, avec un taux de clics deux fois supérieur à la moyenne canadienne (0,16% contre 0,08%). L'intérêt et la curiosité du grand public ont donc été piqués. En plus de cette présence web, la campagne a attiré l'attention des journalistes : un article sur la profession a été publié dans le magazine *L'itinéraire* et une entrevue à la radio a été donnée à une heure de grande écoute. Ainsi, la Corporation considère que l'objectif de la campagne de faire faire à des personnes du grand public, l'association entre « espace numérique » et « bibliothécaire » est atteint. Pour une première offensive, les résultats obtenus sont très satisfaisants.

En cette période d'adhésion et de renouvellement des cotisations, il ne fait aucun doute que plus la Corporation comptera de membres, plus nous aurons collectivement les moyens de faire la promotion et la défense de la profession de bibliothécaire. Ces premiers résultats sont garants des succès à venir. Déjà, la deuxième phase de la campagne est en préparation. Vous pouvez aussi y voir une invitation à vous joindre à l'un des comités de la Corporation pour contribuer à un projet que vous considérez important pour la promotion et le développement de la profession.

- 30 -

Pour information :

Guylaine Beaudry
Guylaine.beaudry@concordia.ca

Régine Horinstein
dg@cbpq.qc.ca
514 845 3327