

Virage numérique du programme culturel des Bibliothèques de Laval

Communication numérique – médias sociaux



Contexte

Migration du présentiel au virtuel

En raison de la pandémie qui a pris toute la population par surprise, les bibliothèques ont dû fermer leurs portes entre le 14 mars 2020 pour rouvrir partiellement seulement au début du mois de juin 2020 et uniquement pour des prêts au comptoir. Par conséquent, le taux de fréquentation a connu une baisse de fréquentation exceptionnelle de l'ordre de 80 % par rapport au taux pré-pandémie.

De plus, avant la crise sanitaire, la promotion du programme culturel se faisait essentiellement par le biais d'une brochure détaillée disponible exclusivement en bibliothèque auprès des usagers. La pandémie a mené non seulement à l'annulation de l'ensemble des activités régulières en présentiel, mais aussi à un virage forcé pour transformer le programme culturel de causeries, de conférences et d'ateliers en offre numérique vidéo. Pour y parvenir, la Ville a créé une chaîne YouTube pour diffuser la programmation virtuelle des bibliothèques.

Pour les Bibliothèques de Laval, la saison estivale a servi de laboratoire à cette nouvelle offre de capsules offertes en ligne gratuitement, sans inscription et répertoriées en quatre catégories, soit Escapades, Jeunesse, Techno et Vivre.

Le besoin était donc de trouver une manière de faire la promotion du réseau des Bibliothèques de la Ville et de son programme d'activités virtuelles, de même que susciter l'intérêt de l'ensemble des Lavallois, qu'ils soient déjà usagers des bibliothèques ou non-abonnés.

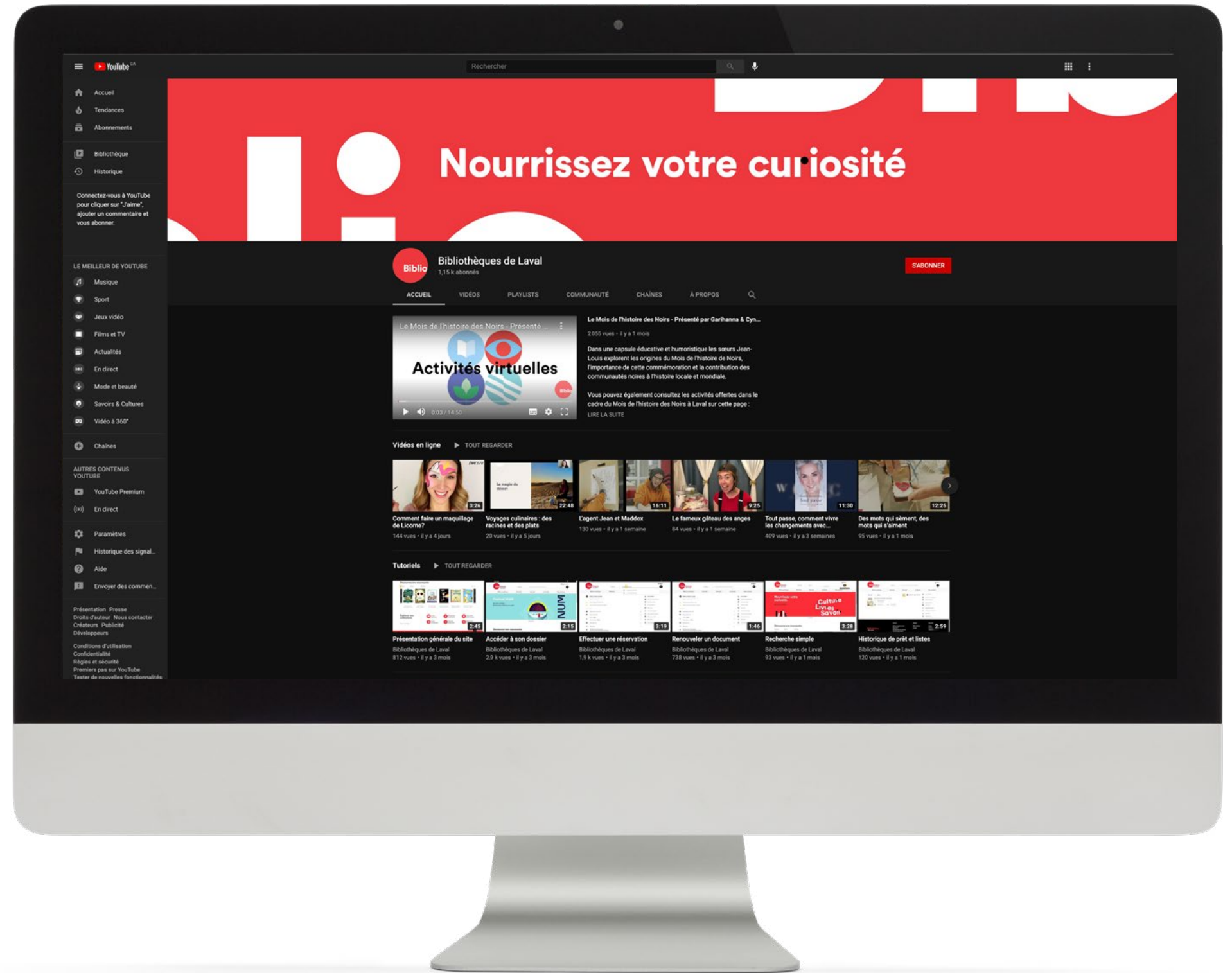
Chaîne YouTube

Une chaîne YouTube a été créée afin d'y déposer les contenus vidéos des fournisseurs proposant des activités dans le cadre de la programmation.

En date du 31 décembre 2020

- 85 277 visionnements
- 881 abonnés

Elle se classe devant celles des Bibliothèques de Montréal (622 abonnés) et des Bibliothèques de Québec (223 abonnés).



 [youtube.com/
bibliothequesdelaval](https://youtube.com/bibliothequesdelaval)

Teaser vidéo

Un teaser vidéo a été réalisé présentant l'offre culturelle selon quatre catégories : *Escapades*, *Jeunesse*, *Techno* et *Vivre*. La vidéo a fait l'objet d'une campagne publicitaire YouTube pre-roll.

En date du 31 décembre 2020

- C'est la vidéo la plus populaire sur la chaîne
- Elle compte 31 565 visionnements (organique et payant)

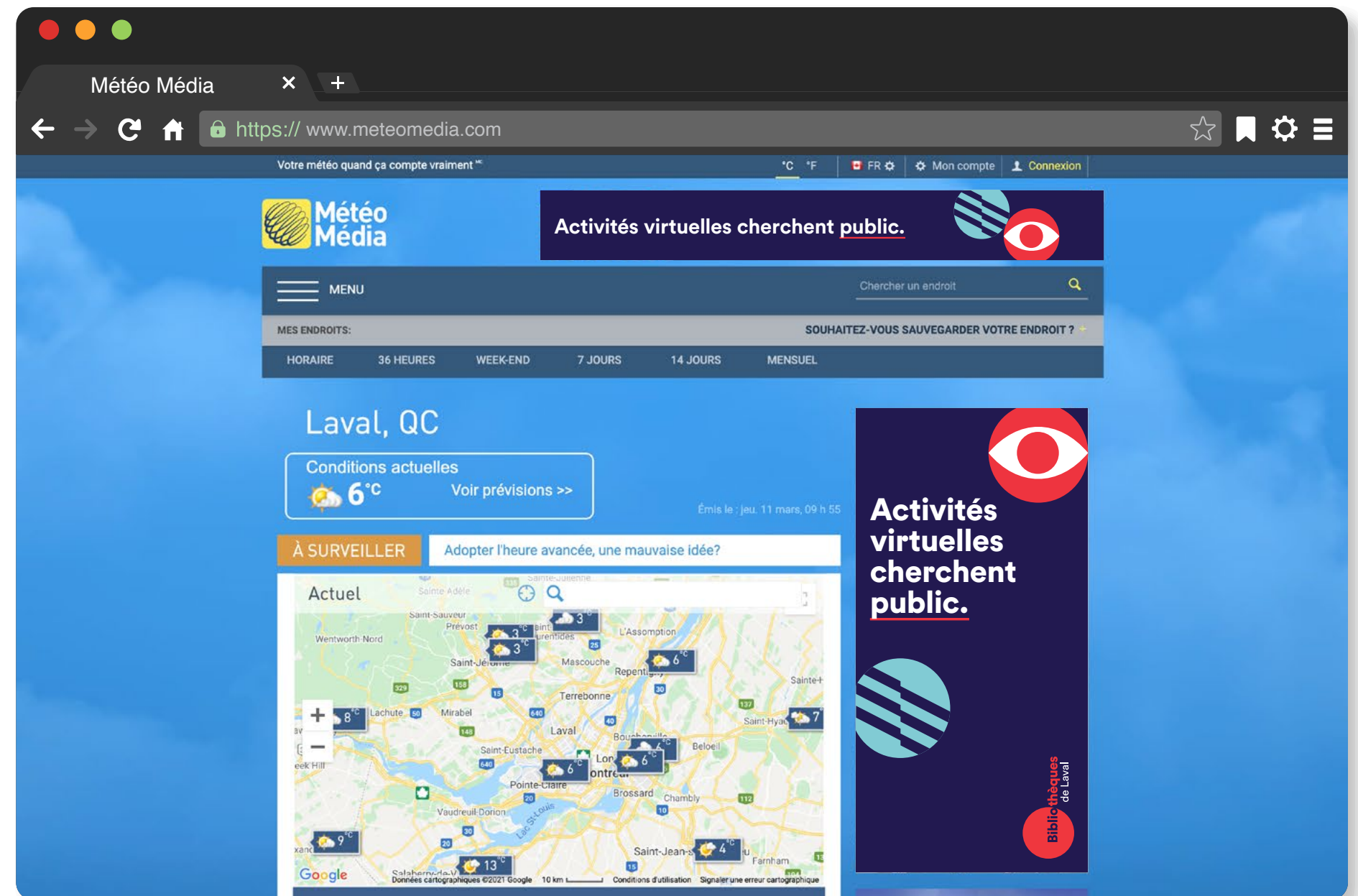


 youtu.be/QNfZBvESfiA

Deux déclinaisons de la campagne sur le Web

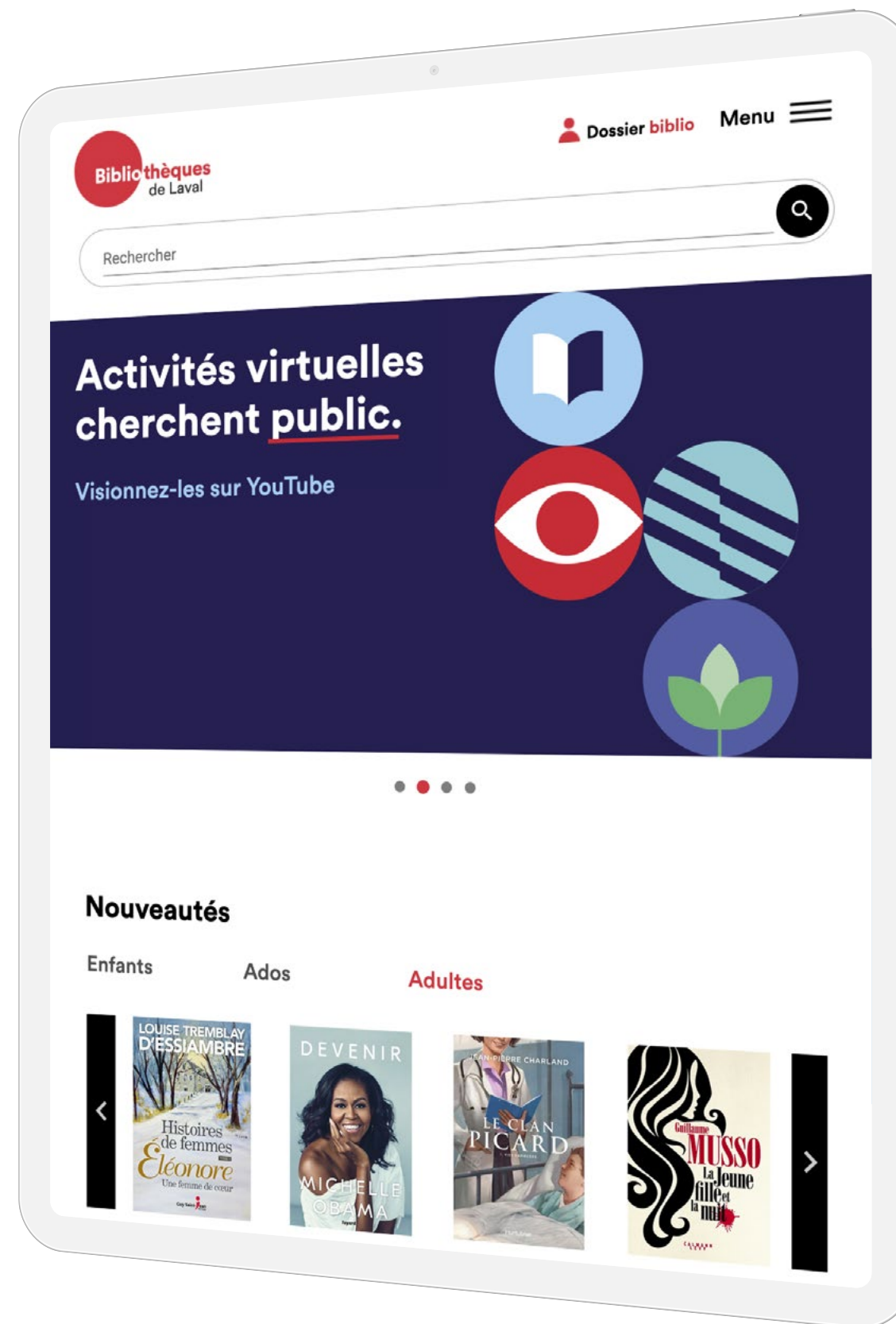
Deux signatures visuelles distinctes ont été créées afin de rejoindre les deux cibles principales des campagnes : les adultes et les familles. Le visuel a été décliné en 6 formats de bannières display diffusées auprès des audiences ciblées.

1. **Activités virtuelles cherchent public.**
2. **Activités virtuelles cherchent familles.**



Nouvelle plateforme Web

En parallèle, le 26 novembre dernier, un nouveau site Web revampé des Bibliothèques de Laval a été mis en ligne où une page pointe vers la programmation virtuelle des Bibliothèques.



Un affichage optimisé pour :
mobile, tablette
et bureau

Campagne médias sociaux

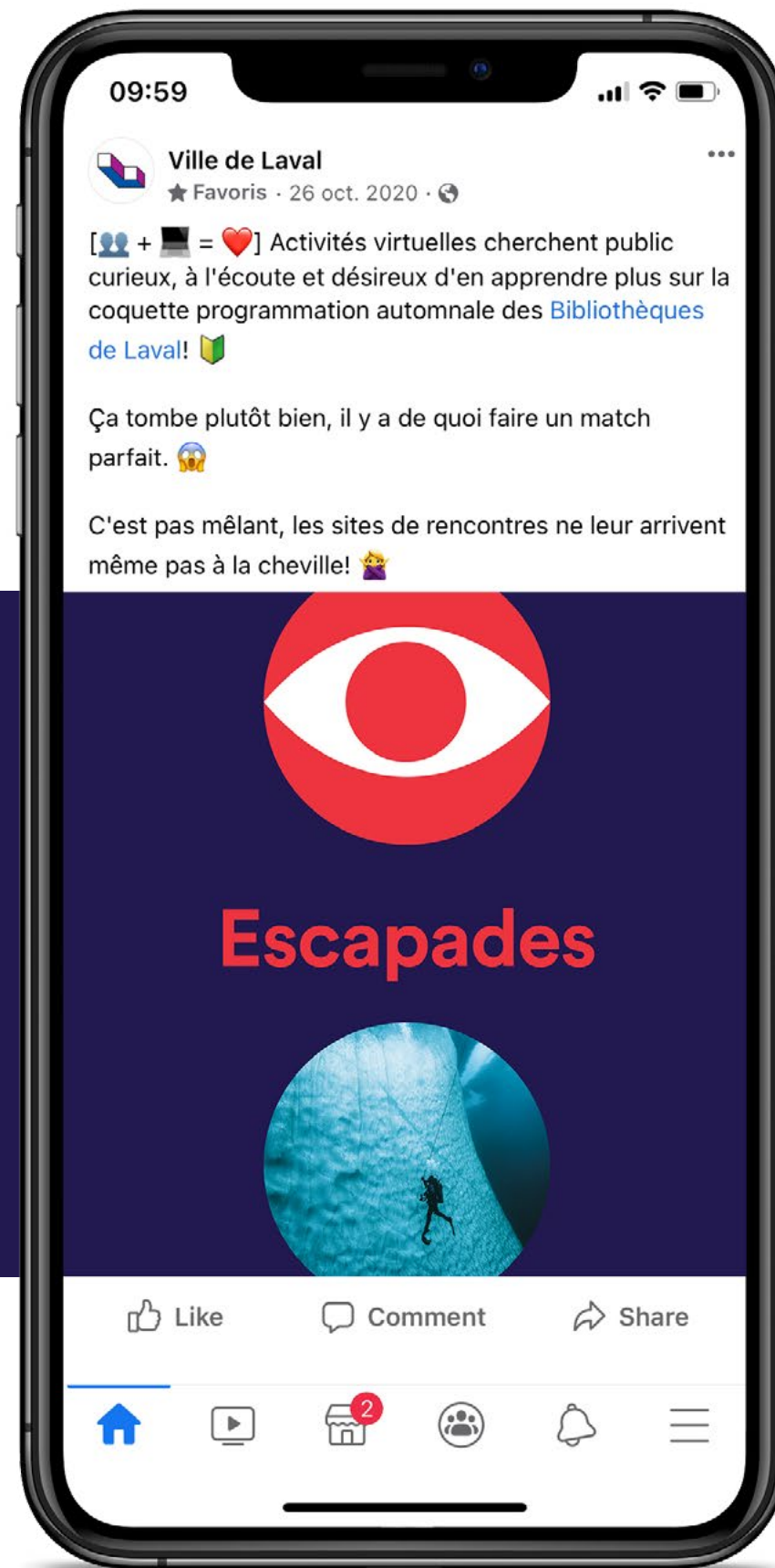
Carrousel Facebook du 26 octobre

tés
elles
hent
c.

maintenant sur YouTube!



Jeunesse



22 527 personnes atteintes
1 162 interactions
433 clics



Vivre



Techno



facebook.com/
villedelavalpageofficielle/

Affichage

Des panneaux Astral et abribus ont été diffusés à proximité de certaines bibliothèques du réseau.

