

S'alimenter à la source de Pinterest : l'utilisation de Pinterest pour la mise en valeur des nouveautés en format électronique à la Bibliothèque de l'Université Laval

Daniela Zavala-Mora
Bibliothèque Scientifique Université
Laval
Daniela.Zavala-Mora@bibl.ulaval.ca

Résumé

Le 24 septembre 2013, la Bibliothèque de l'Université Laval (BUL) lançait le projet pilote de mise en valeur des nouveautés en format électronique sur Pinterest pour la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation (FSAA). Pinterest, un « tableau d'affichage » virtuel, permet d'organiser et de partager des images, liées à des URL, sur différents sujets. Grâce à son interface conviviale et visuellement attrayante, Pinterest compte, en 2015, 72,8 millions d'utilisateurs, le Canada figurant au deuxième rang quant au nombre d'utilisateurs, après les États-Unis. Plusieurs bibliothèques et établissements scolaires utilisent maintenant Pinterest pour donner une meilleure visibilité à leurs services et à leurs collections.

La BUL est la première bibliothèque universitaire francophone au Canada à utiliser le réseau social Pinterest pour la promotion de sa collection et de ses services. Cet outil permet de mettre en valeur la collection de la Bibliothèque et donne aux usagers la possibilité de partager du contenu. Cet article se penche sur la façon dont l'outil Pinterest a été utilisé à la BUL. Dans un premier temps, les objectifs, le public ciblé et leur contexte seront exposés. Le fonctionnement des statistiques d'utilisation de Pinterest, avec l'outil Pinterest Analytics, sera analysé ainsi que leur utilisation dans le contexte de ce projet. L'article vise également à partager avec la communauté des professionnels de l'information les pratiques appliquées à la mise en place de ce projet.

Abstract

On September 24, 2013 Laval University Library launched a pilot project to promote newly acquired eBooks for the Faculty of Food and Agriculture using Pinterest. Pinterest is an online pinboard that allows organizing and sharing images, linked to a URL, about different subjects. It's user friendly and visually attractive interface reached, in 2015, 72,8 million users. Canada is the second country for its number of users after the U.S. Many libraries and educational institutions are using Pinterest to provide more visibility to their services and collections.

Laval University Library is the first French speaking university in Canada using Pinterest as a tool to promote their collection and services. Pinterest allows showcasing the

library collection and enable users to share its content. This article examines how Pinterest was used at the Laval University Library. First, the objectives, the targeted audience, and their context are presented. Second, this article examines how Pinterest analytics works and how it was used for this project. Finally, the aim is to share with the community of information professionals the practices applied in the development and implementation of this project.

Mots-clés

Pinterest ; bibliothèques universitaires ; réseaux sociaux

Keywords

Pinterest; academic libraries; social media

Introduction

Pour répondre aux multiples besoins documentaires inhérents aux disciplines enseignées à l'Université Laval, la Bibliothèque donne accès à 4 219 809 documents physiques, et à 280 886 documents numériques, dont 212 123 livres électroniques et 68 763 périodiques (Bibliothèque de l'Université Laval [BUL], 2015). On y retrouve des monographies, des périodiques, des thèses, des films, de la musique, des cartes, des atlas, des statistiques et des milliers de ressources électroniques accessibles par l'entremise de son site Web. Elle dessert une clientèle de quelque 48 000 étudiants, dont plus de 10 000 sont inscrits aux cycles supérieurs, ainsi que plus de 3200 professeurs réguliers, chargés de cours et autres membres du personnel enseignant (Université Laval, 2015b).

La FSAA offre sept programmes de baccalauréat. Six d'entre eux sont uniques en Amérique du Nord, entre autres, parce qu'ils sont offerts en français : les baccalauréats en agronomie, en agroéconomie, en génie agroenvironnemental, en génie alimentaire, en sciences de la consommation ainsi qu'en sciences et technologie des aliments. Le septième programme est le baccalauréat en nutrition. Les étudiants diplômés qui désirent poursuivre leurs études ont le choix parmi 16 programmes de 2^e et de 3^e cycles. De plus, 11 programmes de formation continue souples et adaptés sont offerts aux diplômés et autres travailleurs du domaine de l'agroalimentaire et de la nutrition. La FSAA abrite quatre centres et un institut de recherche où travaillent cinq groupes de recherche et 17 chaires de recherche. La Faculté compte également 2200 étudiants et plus de 100 professeurs-chercheurs renommés (Université Laval, 2015a). Les étudiants, les enseignants, et les chercheurs de la FSAA doivent être exposés à un environnement d'information riche en services, en contenus et en ressources de grande qualité. Conséquemment, la Bibliothèque de l'Université Laval (BUL) devient une infrastructure de recherche à part entière et un facteur clef de la diplomation et de la réussite académique en fournissant l'accès à la documentation la plus pertinente.

Les habitudes des utilisateurs de cette documentation sont en pleine évolution, ce qui demande aux bibliothèques une adaptation et une modification de leurs offres de service. La majorité des périodiques scientifiques est maintenant disponible en format électronique et un nombre croissant de livres sont disponibles dans ce format. Par conséquent, 75 % du budget d'acquisition annuel de la BUL est maintenant consacré aux ressources électroniques (BUL, 2015). La popularité des ressources électroniques peut varier d'une discipline à l'autre, mais pour les sciences pures et appliquées, l'accès rapide et facile à l'information, tant sur le campus qu'à l'extérieur, en fait un choix de premier plan. Une partie importante du travail des membres de la FSAA est effectuée sur le terrain et en laboratoire, ce qui peut aussi expliquer le besoin d'un accès rapide et efficace à la collection de la Bibliothèque.

La dématérialisation de la documentation pose un grand défi aux bibliothèques en ce qui a trait à la promotion et la diffusion de ressources électroniques. Le projet Pinterest pour la FSAA s'aligne à la mission de la BUL et à son environnement numérique en facilitant la diffusion, la promotion et l'accès à la collection de la Bibliothèque.

Qu'est-ce que Pinterest ?

Pinterest est un « tableau d'affichage » virtuel qui permet d'organiser et de partager des images et des vidéos, liées à des URL, provenant de l'Internet et portant sur différents sujets. À la suite de la création d'un compte gratuit, l'utilisateur peut créer des tableaux thématiques et épingler des images et vidéos liées à la thématique de chaque tableau. Il peut s'abonner à un ou plusieurs tableaux pour recevoir les nouveautés, ajouter des commentaires et partager les images via Facebook, Twitter, Google+, par courriel ou à même Pinterest. Pour le créateur du compte, il est possible de choisir le type de diffusion des tableaux qui sont créés en sélectionnant un accès public ou un accès privé. La diffusion publique permet aux autres utilisateurs de Pinterest d'avoir accès aux images, de les partager et de les sauvegarder dans leur propre compte. L'accès public offre aussi l'occasion aux autres utilisateurs de suivre le contenu d'un ou de plusieurs tableaux ou de s'abonner à la totalité du contenu d'un compte, ce qui permet de recevoir les alertes sur les ajouts récents des images sur sa propre page d'accueil. Il est aussi possible d'obtenir des alertes pour connaître le nombre de personnes qui ont partagé une image ou une vidéo et qui se sont abonnées à un compte ou à un tableau.

Depuis son lancement en 2010, Pinterest est devenu, avec Facebook et Twitter, un des trois réseaux sociaux les plus populaires. Grâce à son interface conviviale et visuellement attrayante, le taux d'utilisation de Pinterest a augmenté de 66,52 % entre septembre 2012 et septembre 2013 (Wong, 2013). Selon SemioCast, Pinterest comptait déjà 70 millions d'utilisateurs en 2013 et jouissait d'une audience internationale. Parmi tous les nouveaux utilisateurs enregistrés en juin 2013, 45 % proviennent d'autres pays que les États-Unis. Le Canada se classe au deuxième rang avec un total de 3,6 % de tous les utilisateurs et de 3,3 % des visites (SemioCast, 2013). Selon les données provenant de comScore, Pinterest dénombrait 72,8 millions d'utilisateurs actifs en mars 2015 (Mangalindan, 2015).

Un grand nombre de compagnies utilisent Pinterest afin de donner une meilleure visibilité à leurs produits et ainsi attirer une plus grande clientèle. Selon une étude, les utilisateurs de Pinterest dépensent plus et achètent plus souvent et en plus grande quantité que la moyenne des consommateurs en ligne (Bennett, 2012). Pinterest est un outil efficace de promotion pour les organisations. En effet, contrairement à d'autres réseaux sociaux, Pinterest permet la conservation d'images provenant du Web (sélection, édition et partage des contenus les plus pertinents) et privilégie la collaboration avec d'autres réseaux comme Facebook et Twitter plutôt que d'entrer en concurrence directe. Il devient donc possible de partager les images via plusieurs réseaux sociaux et d'offrir une visibilité beaucoup plus grande aux éléments qui sont retransmis. Contrairement à Facebook et à Twitter, Pinterest est un outil basé sur l'utilisation d'images et non de texte. Pour avoir accès à une source ou à un texte lié à une image, l'utilisateur doit tout simplement cliquer sur une image (Harbour, 2012).

Puisque Pinterest met l'accent sur la présentation d'images et non de texte, il devient un outil intéressant de promotion des collections des bibliothèques. En ce sens, il offre plusieurs avantages aux bibliothèques universitaires :

- L'aspect visuel de cet outil permet la promotion des livres électroniques et imprimés sur différents sujets disponibles à la bibliothèque ;
- L'outil permet d'avoir un lien direct avec les usagers et d'avoir accès à leurs commentaires sur la pertinence des livres disponibles en lien avec leurs sujets de recherche ou programmes de cours. Il est ainsi possible de connaître leurs préférences en termes de sujets liés à chaque tableau disciplinaire. Cela oriente le développement des collections en permettant de connaître les préférences des usagers ;
- L'aspect social de cet outil permet aux utilisateurs de partager les images avec des amis ou des collègues, ce qui donne une grande visibilité à la collection de la bibliothèque ainsi qu'une nouvelle façon d'accéder à la collection de façon conviviale, rapide, et mobile ;
- L'application Pinterest pour iOS et Android est disponible pour téléphone intelligent et tablette ce qui permet un accès à distance, et ce, en tout temps ;
- La création d'un compte Pinterest est gratuite et offre des statistiques d'utilisation, par l'intermédiaire de Pinterest Analytics, dans sa version professionnelle ;
- L'ajout d'images se fait facilement et demande peu de temps, de ressources humaines ou de connaissances techniques.

Revue de littérature

Une recherche dans la littérature a montré que plusieurs bibliothèques ont déjà commencé à utiliser Pinterest aux États-Unis et au Canada anglais. Cependant, le nombre d'articles publiés sur ce sujet dans les périodiques scientifiques est faible. La majorité de l'information trouvée sur l'utilisation de Pinterest par des bibliothèques provient de blogues, de nouvelles, de périodiques professionnels et de magazines (Thornton, 2012). Dans la plupart des cas, les articles donnent un aperçu général sur l'utilisation de Pinterest sans faire référence à un projet ou à une méthodologie. Par exemple, dans son blogue *So tomorrow – ideas for libraries and librarians*, Clark (2012) explique dans l'article « Pinterest for librarians », le fonctionnement de l'outil ainsi que les différentes façons de l'utiliser dans le contexte d'une bibliothèque publique. Autre exemple, dans le blogue *Information Space*, l'auteur expose les avantages et désavantages de l'utilisation de Pinterest dans les bibliothèques (Szkolar, 2012).

Ce qui suit est une analyse de la littérature sur l'utilisation de Pinterest spécifiquement dans les bibliothèques universitaires. Cette littérature a été une source importante d'inspiration et d'information pour développer et mettre en place de bonnes pratiques pendant la mise en place du projet Pinterest pour la FSAA à l'Université Laval. On remarque que les bibliothèques universitaires sont de plus en plus présentes sur Pinterest et que les formes d'utilisation de cet outil varient d'une institution à l'autre. Dans son article « Data curation », Mallon (2012) mentionne quelques façons d'utiliser Pinterest dans les bibliothèques, en y ajoutant des suggestions de lecture et de promotion du matériel multimédia. Certaines bibliothèques ont décidé d'inclure plusieurs catégories dans leur compte Pinterest. Par exemple, Central Methodist University a créé des tableaux pour faire la promotion des nouveaux livres pour donner des conseils sur la recherche documentaire et pour générer du contenu lié à un cours (Dudenhoffer, 2012).

Dans une étude réalisée en avril 2012, Thornton a fait une évaluation du profil Pinterest de plusieurs bibliothèques universitaires aux États-Unis. Les bibliothèques ont été évaluées sur les trois points suivants (Thornton, 2012) :

- information trouvée sur le profil ;
- liens vers le site Web de l'institution ou d'autres réseaux sociaux ;
- contenu et objectifs du compte.

Thornton a dénombré 57 bibliothèques universitaires sur Pinterest. Sur ce nombre, 39 % n'affichaient pas le nom complet de la bibliothèque ou de l'institution, ce qui a rendu leur identification difficile. L'article résume les pratiques à éviter et souligne l'importance d'une bonne planification avant la création d'un compte Pinterest. Une liste de conseils est aussi disponible pour bonifier les comptes déjà existants ou pour favoriser la création d'un compte efficace. Cette étude permet de connaître, de façon générale, les pratiques d'utilisation de Pinterest dans plusieurs bibliothèques universitaires aux États-Unis. Cependant, les publications qui expliquent en détail la méthodologie et la mise en place d'un projet Pinterest dans le milieu des bibliothèques

universitaires sont plutôt rares. Le projet mené par l'University of Oregon Portland Library Learning Commons est un exemple remarquable. Dans cet article, les auteurs présentent les usagers ciblés par le projet (des étudiants d'architecture, d'art et de design), leur contexte académique et leurs habitudes de travail. Les auteurs y exposent également les facteurs qui ont motivé le développement du projet. On y présente, entre autres, les problèmes de visibilité de la bibliothèque de même que la nature du travail des étudiants qui les maintient à l'extérieur de la bibliothèque. Les auteurs expliquent comment ils ont adapté l'utilisation de Pinterest aux besoins spécifiques des usagers afin de promouvoir l'identité de la bibliothèque et de générer un sentiment de communauté (Gilman & Vincent, 2013).

Au Canada, les bibliothèques universitaires ont aussi commencé à explorer l'utilisation de Pinterest. Un bon exemple est la bibliothèque de l'Université de Regina qui a publié un article sur la mise en place de son projet Pinterest en 2012. Le compte comprend des tableaux d'images touchant un grand nombre de disciplines enseignées dans cette institution. La procédure qui a été suivie pour la création et l'entretien du compte est décrite succinctement. Une grande partie de l'article est dédié à la réutilisation d'images et de leurs droits d'auteur (Hansen, Nowlan, & Winter, 2012). Cependant, l'article ne montre pas de résultats concernant l'utilisation de Pinterest à la bibliothèque et son impact sur l'utilisation de la collection.

La BUL est la première bibliothèque universitaire francophone à utiliser Pinterest au Canada pour la mise en valeur de sa collection. Cet article se penchera sur la façon dont l'outil Pinterest a été utilisé à la BUL. Nous exposerons, dans un premier temps, les objectifs, le public ciblé et leur contexte. Le fonctionnement de Pinterest Analytics et son utilisation pour ce projet seront ensuite abordés. L'article vise également à partager avec la communauté des professionnels de l'information, les pratiques appliquées à la mise en place de ce projet.

Objectifs du projet

Le projet pilote « Pinterest pour la FSAA » a pour objectif de promouvoir et de faciliter l'accès aux nouvelles acquisitions de livres pour les usagers de la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation. À ce stade, il est important de mentionner qu'à partir du moment de l'acquisition des titres en format électronique jusqu'à leur disponibilité au catalogue de la Bibliothèque, il peut y avoir un délai de plusieurs mois, même si les livres sont déjà disponibles sur les plateformes des éditeurs. Cette situation, due aux délais de traitement, empêche les utilisateurs de prendre connaissance rapidement des nouvelles acquisitions en format électronique et complique l'accès à ces titres. Au cours de la première phase du projet pilote, nous avons effectué une sélection parmi les livres en format électronique publiés depuis janvier 2012 afin de leur donner une meilleure visibilité. Nous avons choisi de commencer le projet par une période test afin d'évaluer l'acceptation du compte Pinterest et de recevoir des commentaires et des suggestions de la part de nos usagers et de nos collègues. Cette période test a débuté le 24 septembre 2013 et s'est étendue jusqu'à la fin de la session en décembre de la même année. Pour faire connaître le projet à l'ensemble de la FSAA, celui-ci a été lancé dans

le cadre du « Salon des nouveautés » organisé par la Bibliothèque, événement qui a eu lieu les 24 et 25 septembre 2013, au pavillon Paul-Comtois de l'Université Laval. Lors de cet événement, une sélection des nouvelles acquisitions en format imprimé a été présentée en même temps que le compte Pinterest. Nous avons utilisé des iPad pour permettre aux enseignants, étudiants et chercheurs de découvrir ce nouvel outil. Par la suite, le compte a également été présenté pendant les formations documentaires offertes aux étudiants de la FSAA. Des signets et des affiches ont été imprimés et distribués à la Bibliothèque et à la Faculté pour faire connaître cette nouvelle initiative. Finalement, le lien vers le compte Pinterest a été ajouté sur chaque portail thématique destiné aux usagers de la FSAA dans le site Web de la BUL (par exemple : <http://www.bibl.ulaval.ca/Web/consommation>).

Pour la période test, le contenu du compte était organisé selon les disciplines suivantes :

- agronomie ;
- nutrition humaine ;
- phytologie ;
- sciences animales ;
- sciences de la consommation ;
- sciences et technologie des aliments ;
- sols.

Des images de jaquettes de livres, en format électronique, se retrouvent dans chaque tableau disciplinaire, suivi d'un résumé du contenu du livre. En cliquant sur l'image de la jaquette du livre, l'utilisateur accède directement au texte intégral du document via EZProxy, ce qui lui permet d'avoir accès au texte intégral en s'authentifiant à l'aide de son identifiant et de son mot de passe. Une sélection des éditeurs qui offrent du contenu pertinent pour les projets de recherche des différentes disciplines de la FSAA a été faite. Avec l'aide du coordonnateur aux ressources électroniques de la BUL, nous avons contacté chacun des éditeurs afin d'obtenir l'autorisation d'utiliser les jaquettes de livres dans ce contexte de valorisation par l'intermédiaire de tableaux thématiques dans Pinterest. Pour le début du projet, la sélection des titres disponibles sur le compte Pinterest de la FSAA provenait des éditeurs suivants :

Springer	World Bank eLibrary
Karger	Wiley
CABI	Cambridge University Press
Oxford University Press	American Society for Microbiology
Taylor & Francis	CRC Press

L'administratrice du compte est la bibliothécaire responsable du service pour la FSAA. Elle est à la fois responsable de l'ajout de contenu, de la gestion du compte, de la révision hebdomadaire de la qualité du contenu et des commentaires ainsi que des abonnements aux tableaux. Trois techniciennes à la documentation effectuent également de l'ajout du contenu. Le choix et l'ajout du contenu sont effectués de façon hebdomadaire. Le travail a été réparti de façon disciplinaire entre la bibliothécaire responsable du projet et les techniciennes à la documentation qui l'appuient dans son travail. La mise en valeur des nouveautés se fait selon un horaire prédéterminé. Le tableau ci-dessous montre le nombre d'images à ajouter par discipline chaque semaine :

Jour de la semaine	Discipline	Nombre
Lundi	Sciences animales	3
Lundi	Sciences de la consommation	2
Mercredi	Nutrition humaine	4
Mercredi	Sciences et technologie des aliments	4
Jeudi	Phytologie	2
Jeudi	Sols	2
Vendredi	Agronomie	5

Le nombre d'images à ajouter est variable et a été choisi en fonction de la disponibilité des livres électroniques par discipline. Il est important de noter que l'ajout hebdomadaire est essentiel afin de maintenir le compte actif. Le temps requis pour faire la sélection et l'ajout des titres sur le compte Pinterest varie entre 1 ou 2 heures par jour. Pour nous assurer de faire une sélection pertinente de livres pour la FSAA, nous nous sommes assurés de bien connaître les préoccupations des utilisateurs potentiels. Pour ce faire, nous avons analysé les sources suivantes :

- le répertoire de projets de recherche actifs à la FSAA disponible sur le site Web de la Faculté ;
- le répertoire des expertises de l'ensemble des professeurs-chercheurs de la FSAA ;
- les résumés du contenu de cours par domaine.

L'exercice intellectuel de sélection des titres pour répondre aux besoins identifiés dans les trois sources mentionnées ci-dessus est certainement la tâche la plus chronophage. En revanche, la partie technique pour l'ajout des images et création des tableaux dans Pinterest est facile, rapide et conviviale, ce qui a facilité l'apprentissage des employés impliqués dans ce projet.

À la suite de demandes d'utilisateurs, nous avons inclus des documents en français dans la deuxième phase du projet qui a commencé en janvier 2014. Nous avons acquiescé à cette demande, car il est très important pour nous de donner davantage de visibilité aux documents en français, l'Université Laval étant une université francophone où les cours sont offerts en français. Cependant, le nombre de publications scientifiques liées aux disciplines de la FSAA disponibles en français est très limité si on le compare

au nombre de publications disponibles en anglais. C'est pourquoi nous avons décidé de rassembler toutes les disciplines mentionnées ci-dessous dans un seul tableau de documents francophones. Certains utilisateurs souhaitaient également que nous incluions des livres en format imprimé. Dans ce cas, lorsqu'il clique sur l'image de la jaquette, l'usager est redirigé vers la notice du document dans le catalogue Ariane de la BUL, ce qui lui permet de connaître la localisation et la disponibilité du document.

L'adresse du site que nous avons créé sur Pinterest pour faire connaître les nouveautés de la BUL est : <https://www.pinterest.com/BULAGRICULTURE/>



Figure 1. Compte Pinterest de la Bibliothèque de l'Université Laval pour la FSAA

Afin d'évaluer la popularité du compte Pinterest, les statistiques d'utilisation, de partage, de « réépinglage » et d'abonnements aux tableaux ont été analysées régulièrement. Pour ce faire nous utilisons l'option Pinterest Analytics que Pinterest offre gratuitement.

Les statistiques de Pinterest : « Pinterest Analytics »

Le compte professionnel de Pinterest offre des statistiques d'utilisation pour connaître la popularité des images et le nombre de personnes qui visitent le compte. Depuis le début de ce projet, en septembre 2013 jusqu'en juillet 2015, l'outil Pinterest Analytics a beaucoup évolué. À partir du 26 août 2014, Pinterest a modifié les fonctionnalités des statistiques d'utilisation afin d'offrir des données plus détaillées. Les statistiques sont classées en trois catégories (Pinterest, 2015) :

1. Profil Pinterest ;
2. Audience ;
3. Votre site Web.

Profil Pinterest

La catégorie profil Pinterest est divisée en quatre sections : « Impressions », « Réépingles », « Clics » et « Toutes périodes ». Les « Impressions » représentent le nombre de fois où ont été vues les images épinglées sur Pinterest. Ceci comprend le nombre de fois où les images d'un compte sont apparues sur le fil de nouveautés de la page d'accueil générale de Pinterest et dans les résultats de recherche effectués par sujet ou par mots-clés. La section « Réépingles » représente le nombre de fois où une personne a sauvegardé les images dans un tableau de son compte personnel et constitue l'équivalent d'un partage sur Pinterest. La section « Clics » montre le nombre de fois où une personne a cliqué sur les images. Cette information est particulièrement intéressante dans le contexte de ce projet, car elle indique le nombre de fois où l'utilisateur a accédé à l'information liée à l'image. Enfin, la section « Toutes périodes » comprend les trois points suivants :

- Le nombre d'images les plus partagées depuis la création du compte ;
- Les images les mieux positionnées dans les résultats de recherche effectués par les utilisateurs. Il est possible d'améliorer la visibilité des images en utilisant des métadonnées de bonne qualité pour décrire les images ;
- Les épingles phares, soit celles qui enregistrent plusieurs « réépinglages » ou partages, de clics et un bon positionnement dans les résultats de recherche.

Audience

La catégorie Audience donne de l'information sur les personnes qui suivent le contenu d'un compte ou, en d'autres mots, sur les personnes qui ont regardé ou partagé les images d'un compte. Il est possible d'identifier le type de technologie utilisée pour consulter un compte (iPad, iPhone, tablette Android, etc.). Il est aussi possible de sélectionner les données qui concernent uniquement les personnes abonnées à son compte. L'audience regroupe les informations en deux types : les « Données démographiques » et les « Centres d'intérêt ». Les « Données démographiques » présentent la moyenne d'impressions des images par mois ainsi que la moyenne des personnes qui ont partagé ou cliqué sur les images. Elles permettent aussi de connaître le pays d'origine, la ville, la langue et le sexe des utilisateurs d'un compte. La partie « Centres d'intérêt » est divisée en trois éléments :

1. Les centres d'intérêt qui permettent de connaître le type d'information qui plaît aux personnes qui sont abonnées à un compte ;
2. Les tableaux créés par les abonnés d'un compte qui reprennent les images de notre compte. Cette information est très utile pour ce projet, car elle permet de savoir si les membres de la FSAA ont créé des listes de lectures à partir de nos suggestions ;
3. Les marques qui permettent de connaître les autres comptes professionnels avec lesquels les abonnés d'un compte interagissent. Ils donnent de l'information sur le type d'organisation, de compagnie ou d'institution qui intéressent les abonnés.

Votre site Web

Cette catégorie permet d'identifier le logo d'un site Web sur chaque image ajoutée à un compte et permet aux abonnés d'épingler des images à partir du site Web de l'institution responsable de la gestion du compte. Cette fonctionnalité est très utile pour des compagnies qui sont intéressées à faire la promotion de produits disponibles sur leur site Web, mais, dans le contexte de notre projet, il ne s'agissait pas d'une option pertinente. Pour avoir accès à cette fonctionnalité, il faut enregistrer le site Web de l'institution dans le compte Pinterest.

Enfin, Pinterest Analytics transmet des notifications pour connaître la moyenne de fois qu'une image a été réépinglée et pour savoir quel usager a effectué cet épinglage. Les notifications apparaissent sur le compte Pinterest et sont envoyées par courriel à l'administrateur du compte.

Les résultats du projet

Pendant la période test de ce projet, le nombre de personnes qui se sont abonnées au contenu complet de notre compte (toutes les disciplines) a été de 74. Pour cette même période, plusieurs personnes ont préféré s'abonner aux tableaux concernant uniquement leur intérêt :

Nombre d'abonnés	Tableau / Discipline
55	Agronomie
44	Sciences de la consommation
47	Sciences et technologie des aliments
42	Sciences animales
45	Phytologie
42	Sols
47	Nutrition humaine

Parmi les abonnés du compte BULAGRICULTURE, on compte des personnes, des organismes et des institutions. Cependant, la plupart des abonnés sont des étudiants, des professeurs et des chercheurs de la FSAA. On y dénombre également quelques collègues bibliothécaires de l'Université Laval. Le compte est indexé sur le Web et est repérable par différents moteurs de recherche. Cela offre une visibilité à la BUL, tant au Canada qu'à l'étranger, et nous remarquons que depuis le lancement du compte, d'autres institutions d'enseignement, des professionnels et des maisons d'édition s'y sont abonnées (la Bibliothèque Archer de l'Université de Regina, l'Université Bretagne

Occidentale, le CDE de Toulouse 1, la Bibliothèque d'Argilliers, la maison d'édition NANE, etc.).

Selon les statistiques de Pinterest, pour la période test de ce projet, le nombre moyen d'« Impressions » a été de 868. Ce nombre d'« Impressions » représente la moyenne de fois par jour où nos épingles sont apparues dans les résultats de recherche, sur la page d'accueil de Pinterest et sur les tableaux d'autres personnes. Au cours de cette période, les fonctionnalités statistiques de Pinterest étaient très différentes. L'ancienne Pinterest Analytics donnait la fonctionnalité « Reach » pour mesurer la moyenne de personnes qui avaient vu nos épingles. La moyenne pour la période de fin septembre à décembre 2013 a été de 200 par jour (voir Figure 2).

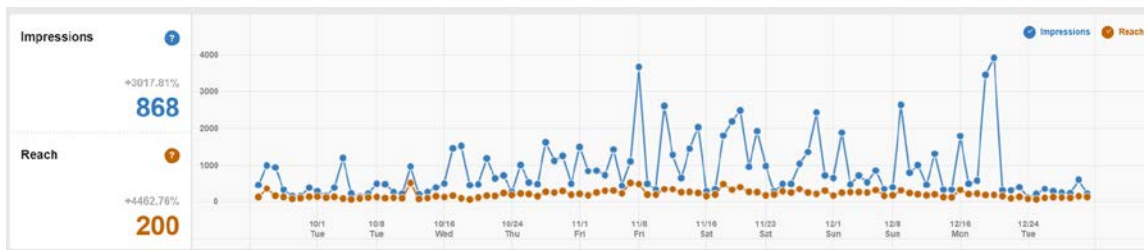


Figure 2. Statistiques Pinterest : « Impressions » et « Reach »

Pendant la même période, 149 images du compte ont été réépinglées en moyenne par les usagers sur leurs tableaux permettant une meilleure visibilité et facilitant le partage d'images. La Figure 3 montre un échantillon des images les plus réépinglées par les usagers durant les mois de septembre à décembre 2013.



Figure 3. Échantillon des images les plus réépinglées par les usagers au cours des mois de septembre à décembre 2013.

Cette fonctionnalité est intéressante, car elle permet de mieux cerner les sujets d'intérêts des usagers. Elle devient ainsi une source supplémentaire d'information pour assurer un meilleur arrimage du développement des collections aux besoins des usagers.

Les résultats à la lumière de la nouvelle version de Pinterest Analytics

À partir du 26 août 2014, Pinterest a modifié les fonctionnalités des statistiques offertes afin d'offrir plus d'informations sur les utilisateurs, leurs préférences, leur provenance ainsi que leurs interactions avec notre compte Pinterest. Pour la période académique équivalente à la période test de ce projet, soit le 24 septembre au 31 décembre 2014, la moyenne d'impressions par jour est maintenant de 343 et la moyenne de lecteurs par jour de 163. Ces résultats sont passablement différents de ceux offerts par l'ancienne version de Pinterest Analytics. La raison en est que Pinterest a ajouté un filtre qui permet d'identifier les polluposteurs qui cliquent sur le contenu d'un compte. Une fois le polluposteur identifié, Pinterest Analytics ne comptabilise plus ces clics, ce qui permet d'obtenir des données plus précises. Cette modification semble expliquer la diminution du nombre d'impressions par jour. La fonctionnalité « Reach » disponible dans l'ancienne version des statistiques a été remplacée par la fonctionnalité « Moyenne de lecteurs par jour ». Pinterest offre également la possibilité de connaître le pic d'impressions par jour et le pic d'accès au contenu pour une période précise. Dans notre cas, le pic d'utilisation est survenu le 24 novembre 2014 avec une moyenne d'impressions de 971 et une moyenne de lecteurs par jour de 238 (voir Figure 4). Cette information nous a permis de connaître le moment de l'année où notre compte a eu le plus de visites et de constater que ce pic coïncide avec la période des examens finaux à l'Université Laval.



Figure 4. Statistiques Pinterest : nombre moyen d'impressions par jour et nombre moyen de lecteurs par jour, 24 septembre 2014 au 31 décembre 2014.

D'autres possibilités d'analyse de données ont été ajoutées à Pinterest Analytics comme la possibilité de connaître le nombre moyen d'impressions des épingles par mois ainsi que le nombre moyen par mois d'utilisateurs qui ont interagi avec nos épingles (réépinglages, clics, etc.) (voir Figure 5).

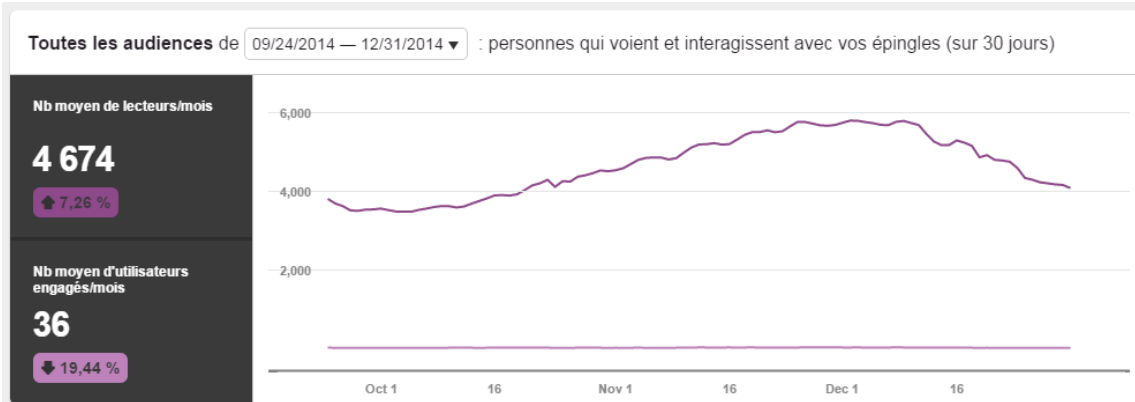


Figure 5. Statistiques Pinterest : nombre moyen de lecteurs par mois et nombre moyen d'utilisateurs engagés par mois de toutes les audiences, 24 septembre 2014 au 31 décembre 2014.

Il est aussi possible de choisir l'audience pour consulter les données concernant toutes les audiences ou uniquement les abonnés à notre compte. Cette information est très importante pour ce projet, car elle nous permet d'identifier plus en détail les membres de la communauté de l'Université Laval et d'évaluer leurs interactions avec le contenu de notre compte. Pour la période du 24 septembre au 31 décembre 2014, la moyenne d'utilisateurs engagés a augmenté de 100 % selon les statistiques de Pinterest (voir Figure 6).



Figure 6. Statistiques Pinterest : nombre moyen de lecteurs par mois et nombre moyen d'utilisateurs engagés par mois de nos abonnés, 24 septembre 2014 au 31 décembre 2014.

En janvier 2014, nous avons élargi la portée du projet et modifié l'objectif d'origine de promotion des livres électroniques pour ajouter des livres imprimés et des livres en français. Il faut mentionner que ce projet a débuté dans un contexte où Pinterest était pratiquement inconnu. La plupart des membres de la FSAA ne connaissaient pas l'outil avant sa présentation dans le cadre de formations documentaires. Nous avons été ravis de constater que le nombre d'abonnements grandissait malgré la méconnaissance de l'outil. Au 4 juillet 2015, le compte Pinterest de la BUL pour la FSAA offre 8 tableaux,

1086 épingles et 165 abonnés au compte. Le nombre d'abonnements par discipline est le suivant :

Abonnés	Tableau / Discipline
108	Agronomie
92	Sciences de la consommation
101	Sciences et technologie des aliments
99	Sciences animales
98	Phytologie
90	Sols
108	Nutrition humaine
95	Documents francophones

Conclusion

La dématérialisation de la documentation et les habitudes des utilisateurs sont en pleine évolution. L'accès rapide et facile à l'information sur le campus et à l'extérieur est une priorité pour les membres de la communauté universitaire. Les bibliothèques sont confrontées aux défis que pose ce contexte. Des outils comme Pinterest permettent la mise en valeur de nos collections numériques de façon conviviale en profitant des avantages d'un réseau social. La possibilité de partage d'information offerte par Pinterest a permis à la BUL de rejoindre une clientèle qu'elle ne réussissait pas à atteindre. De plus, l'information statistique fournie par Pinterest a permis d'en savoir plus sur les besoins et les intérêts des utilisateurs du compte. Les statistiques d'utilisation obtenues jusqu'à présent nous permettent de conclure que le compte a connu un bon départ, qu'il est bien accepté par la clientèle cible qui en fait l'utilisation.

La prochaine étape de ce projet sera de réaliser des tests statistiques pour vérifier s'il y a une augmentation significative de l'utilisation des livres mis en valeur par notre compte Pinterest. De plus il sera intéressant d'évaluer s'il y a des périodes durant l'année scolaire où les usagers consultent davantage les livres. Pour ce faire, il sera nécessaire de vérifier si les mois de septembre à novembre sont les plus consultés en raison de la rentrée scolaire comparativement à la saison d'été et d'hiver. Afin de déterminer si l'augmentation de l'utilisation des livres a été causée par la rentrée scolaire et/ou la mise en place de Pinterest, il sera nécessaire de faire une sélection de livres qui ne sont pas inclus dans notre compte Pinterest. Une comparaison des titres inclus et non inclus dans Pinterest pour une période de 12 mois pourrait expliquer les variantes d'utilisation par période de l'année.

Il est important de souligner que le succès d'un projet comme celui que nous avons mené sur l'utilisation d'un réseau social comme Pinterest dépend d'une bonne planification avant sa mise en place. Une définition claire des objectifs ainsi qu'une méthodologie rigoureuse faciliteront la mise en place et la maintenance du compte. Il sera aussi plus facile d'analyser les résultats obtenus pour évaluer l'atteinte des objectifs. La flexibilité de ces outils permet aux bibliothèques de les adapter aux besoins spécifiques de leurs usagers. À ce jour, nous avons reçu des commentaires très positifs des abonnés aux tableaux Pinterest.

Remerciements

J'aimerais remercier Marie Bourdeau, Julie Bertrand et Josée Dessureault, techniciennes à la documentation, pour leur soutien et leur travail de sélection et d'ajout au compte Pinterest. Merci également à ma collègue Eve Richard, bibliothécaire-conseil, pour son soutien et travail d'organisation pour réaliser le salon de nouveautés qui a servi à promouvoir le projet Pinterest. J'aimerais aussi remercier à Pierre Chicoine, Webmestre, Pierre Lasou, coordonnateur aux ressources électroniques, et Marie-Josée Marquis, chargée de communication, pour leur aide dans l'ajout des liens Pinterest sur notre site Web, pour les demandes d'approbation auprès des fournisseurs pour la diffusion des jaquettes de livres et pour la diffusion de l'information sur ce projet. Enfin, je souhaite remercier Loubna Ghaoui, directrice de la Bibliothèque de l'Université Laval, et Chantal St-Louis, directrice des services-conseils et des collections, pour leur confiance et leur appui.

Références

- Bennett, S. (2012). [Pinterest users more likely to buy, spend twice as much as Twitter, Facebook referrals](#) [Web log post].
- Bibliothèque de l'Université Laval. (2015). [La Bibliothèque de l'Université Laval, innover pour écrire l'avenir : Faits saillants 2013-2015](#).
- Clark, A. (2012). [Pinterest for librarians](#) [Web log post].
- Dudenhoffer, C. (2012). [Pin it!: Pinterest as a library marketing and information literacy tool](#). *College & Research Libraries News*, 73(6), 328–332.
- Gilman, S., & Vincent, A. (2013). [Pinteresting possibilities: Rethinking outreach for design students](#). *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America*, 32(1), 138–151.
- Hansen, K., Nowlan, G., & Winter, C. (2012). [Pinterest as a tool: Applications in academic libraries and higher education](#). *Partnership: The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 7(2).

Harbour, S. (2012). [What makes Pinterest different than other social media sites?](#)

Mallon, M. (2012). [Data Curation](#). *Public Services Quarterly*, 8(4), 326–337.

Mangalindan, J. P. (2015). [Pinterest's Evan Sharp: Guys are on here too](#) [Web log post].

Pinterest. (2015). [Pinterest Analytics](#).

Semiocast. (2013). [Geolocalisation and activity analysis of Pinterest accounts by Semiocast](#).

Szkolar, D. (2012). [Pinterest: A new social media opportunity for libraries](#). *Information Space* [Web log post].

Thornton, E. (2012). [Is your academic library pinning? Academic libraries and Pinterest](#). *Journal of Web Librarianship*, 6(3), 164–175.

Université Laval. (2015a). [Faculté de sciences de l'agriculture et de l'alimentation](#).

Université Laval. (2015b). [Notre université](#).

Wong, D. (2013). [Facebook, Pinterest, Twitter, and Youtube referrals up 52%+ in past year \(report\)](#) [Web log post].