



Marie-Christine Jacquinet (dir.)

## Créer des services innovants Stratégies et répertoire d'actions pour les bibliothèques

Presses de l'enssib

---

## 6. Innover en s'inspirant de l'ailleurs ?

Émilie Garcia-Guillen et Mathilde Servet

---

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.551  
Éditeur : Presses de l'enssib  
Lieu d'édition : Presses de l'enssib  
Année d'édition : 2011  
Date de mise en ligne : 4 avril 2017  
Collection : La Boîte à outils  
ISBN électronique : 9782375460344



<http://books.openedition.org>

### Référence électronique

GARCIA-GUILLEN, Émilie ; SERVET, Mathilde. 6. *Innover en s'inspirant de l'ailleurs ?* In : *Créer des services innovants : Stratégies et répertoire d'actions pour les bibliothèques* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2011 (généré le 01 février 2021). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pressesenssib/551>>. ISBN : 9782375460344. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.551>.

---

## 6

## INNOVER EN S'INSPIRANT DE L'AILLEURS ?

par *Émilie Garcia-Guillen*  
et *Mathilde Servet*

### CRÉER LES CONDITIONS FAVORABLES À L'INNOVATION

+++++

#### QU'EST-CE QUE L'ESPRIT D'INNOVATION ?

Innover ne signifie pas tout révolutionner, cela consiste le plus souvent à s'inspirer de ce qui existe déjà, à en tirer matière à réflexion, à en emprunter des éléments pour réaliser une création unique, adaptée à un contexte spécifique, afin d'être le plus « en phase » possible avec celui-ci. C'est le propos de ce chapitre : montrer comment on peut innover en s'inspirant de l'exemplarité de certaines bibliothèques étrangères particulièrement stimulantes qui ont osé se redéfinir, proposer de nouveaux services et usages, suscitant l'adhésion des publics.

### COMPRENDRE LES FREINS À L'INNOVATION

+++++

#### POURQUOI LES ORGANISATIONS ONT-ELLES DU MAL À INNOVER ?

Malgré leur envie d'innover, de nombreux acteurs peuvent s'y révéler réfractaires et ce, parfois malgré eux. Dans son ouvrage *Manager la créativité. Innover en s'inspirant de Pixar, Ducasse, les Ateliers Jean Nouvel, Hermès...*, Thomas Paris montre à juste titre que l'acte d'innovation entre en contradiction avec les règles établies d'une organisation, dont les nouveaux projets sont évalués en référence à des projets créés par le passé. Il existe une opposition « *quasi antinomique entre les logiques de la création et celle de l'organisation* », empreinte du poids des usages en cours et de la routine, car innover « *implique, de manière plus ou moins radicale, une dimension de remise en cause, de dépassement, de transgression des règles établies et des conventions.* »<sup>4</sup>

---

4. Thomas Paris. *Manager la créativité. Innover en s'inspirant de Pixar, Ducasse, les Ateliers Jean Nouvel, Hermès...* Paris, Pearson Education France, 2010.

Le monde des bibliothèques est confronté actuellement à un contexte en pleine mutation où la surabondance de l'offre culturelle et de loisirs, Internet et la numérisation bousculent un certain nombre de certitudes et le poussent à reconsidérer ses pratiques. Examinées, auscultées par le prisme de nombreux rapports en Europe du Nord, questionnées sur leur bien-fondé par leurs collectivités, parfois menacées de fermeture, notamment au Royaume-Uni ou aux États-Unis, les bibliothèques sont enjointes à reconsidérer leurs pratiques. Plusieurs établissements ont vu le jour dans un environnement tendu, parfois dans l'urgence, ce qui a pu alors renforcer les difficultés déjà inhérentes au processus de création. Ce fut le cas des Idea Stores, projet où l'innovation représentait le seul gage de survie. La désaffection massive des usagers dans le district londonien de Tower Hamlets a imposé aux bibliothèques de repenser complètement leur modèle, en se nourrissant de la plus vaste enquête marketing jamais menée au Royaume-Uni pour un établissement public. Nouveau concept, nouvelle appellation, nouvelle image, nouveaux services. Pari jusqu'à présent remporté, mais non sans risque.

## **SURMONTER LES BLOCAGES ET CHANGER D'ÉTAT D'ESPRIT**

+++++

Les exemples des Idea Stores, des Discovery Centres, de la Norwich Public Library au Royaume-Uni ou des bibliothèques des Pays-Bas comme la DOK<sup>5</sup> de Delft ou l'OBA<sup>6</sup> à Amsterdam interpellent car ils rencontrent les faveurs du public et proposent de nouvelles approches de la bibliothèque. En cela, ils méritent qu'on les prenne en considération, qu'on les examine afin de mieux saisir ce qui fonctionne dans ces établissements et ce que plébiscite le public. En bouleversant la vision traditionnelle de la bibliothèque, ce nouveau type d'établissement génère nombre de craintes. Lors d'interventions sur les bibliothèques troisième lieu aux Pays-Bas ou au Royaume-Uni par exemple, des inquiétudes récurrentes se sont fait entendre parmi les auditeurs : « ce n'est plus une bibliothèque », « ça ne

---

5. DOK : Library Concept Center.

6. OBA : Openbare bibliotheek Amsterdam est la bibliothèque publique centrale d'Amsterdam.

peut pas marcher chez nous », « cette approche ne fait pas partie de notre culture », « nous n'avons pas les moyens », « on nous demande déjà trop de choses, si on peut boire et manger, on devra ramasser les miettes de pains au chocolat, où va-t-on ? », « le marketing ce n'est pas compatible avec la bibliothèque », « si on donne tout ce qu'il veut au public, ça n'a pas de sens », « c'est faire de la démagogie », « le personnel n'est pas formé, ce ne sont pas des bibliothécaires », « ce n'est pas applicable pour des petites communes », « on fait du nivellement de la culture par le bas »...

L'appréhension face à la nouveauté peut se comprendre, elle doit être entendue mais il est important de ne pas s'enfermer, par crainte, dans un refus systématique de l'innovation. Même si le changement pour le changement ne saurait en soi constituer une démarche légitime.

Innover, c'est avant tout changer sa façon de faire, comme l'a fait par exemple la bibliothèque d'Heerhugowaard (Pays-Bas) en associant aux architectes un groupe d'élèves afin d'injecter certaines de leurs idées dans leur projet ou de nombreuses bibliothèques d'Europe du Nord en favorisant de façon plus générale la co-création avec les usagers.

La démarche d'innovation nous invite à entrer dans une dynamique positive et constructive, à adopter une posture d'ouverture. On peut considérer le changement comme une phase particulièrement excitante où de nouvelles bibliothèques et de nouveaux services devront être inventés et ne pas seulement se concentrer sur la perte mais aussi sur tous les gains que cela peut constituer.

## ENCADRÉ 1 STIMULER L'ENVIE D'INNOVER

L'envie d'innover s'entretient, se travaille, se muscle. Différentes attitudes peuvent être encouragées afin de favoriser ce processus :

1) Se tenir informé de ce qui se passe :

- par le biais de blogs, notamment étrangers, à l'instar de l'excellent blog allemand Globolibro<sup>7</sup> qui témoigne de l'actualité internationale des bibliothèques et agit comme un véritable relais vers la créativité ;
- en lisant des publications étrangères. De nombreux rapports ou articles en anglais, ou dans les langues les plus diverses, sont en ligne ; ils font souvent état des offres innovantes qui recueillent l'adhésion du public, à l'instar des services d'aide à la recherche pour l'emploi, de l'apprentissage tout au long de la vie ou de la mise en relation avec des associations ou le voisinage, etc. ;
- en se tenant au courant des divers prix qui ont été remis aux bibliothèques, ils témoignent souvent d'initiatives qui ont fait leurs preuves (ainsi le Prix australien Library Stars a récompensé en 2010 un service bilingue de sensibilisation à la lecture pour les tout petits issus de diverses communautés – plus de 5 000 personnes ont participé au programme en 2008 ! et les emprunts de livres / matériels lui étant

associés ont très fortement augmenté –, ainsi que le portail *MyLanguage* qui permet l'accès à des contenus en plus de 60 langues<sup>8</sup>) ;

- en assistant à des journées d'études et pourquoi pas en faisant faire de la veille par ses équipes, en incluant des heures de veille dans les fiches de postes, car tout le monde ne peut pas faire le formidable travail entrepris par les deux bibliothécaires de la DOK (bibliothèque ayant pour projet de devenir l'une des bibliothèques les plus innovantes du monde) qui visitent dans le monde entier des établissements particulièrement inventifs et rendent compte sur leur site<sup>9</sup>, des trouvailles recensées au-delà de leurs frontières. Faire de la veille, c'est gagner paradoxalement beaucoup de temps, c'est susciter l'envie, créer l'émulation ;
- aller voir ce qui se passe ailleurs (aux Pays-Bas, en Scandinavie, au Royaume-Uni... faire du bibliotourisme\* pour les boulimiques).

2) Faire acte de pédagogie, diffuser l'information, communiquer, pourquoi ne pas faire effectuer en interne une revue de presse électronique sur l'innovation.

7. < <http://globolibro.wordpress.com> >.

8. Summaries of the Winning and Highly Commended Entries : < <http://www.alia.org.au/governance/committees/public.libraries/librarystars2010/> >.

9. < <http://www.shanachietour.com> >.

3) Jeter des passerelles vers d'autres horizons :

- regarder ce qui se passe dans d'autres domaines, à l'étranger, mais aussi dans d'autres types de structures, comme l'a fait Steve Jobs en demandant à ses équipes de s'inspirer des bibliothèques publiques... pour imaginer ses *Apple stores*<sup>10</sup> ;
- faire venir des professionnels d'autres secteurs. Par exemple, pour sensibiliser les bibliothécaires aux changements de la société d'aujourd'hui ; la bibliothèque de Périgueux a invité récemment deux intervenants : un géographe au sujet des nouvelles fractures sociales et territoriales ainsi qu'un maître de conférences de l'Institut d'administration des entreprises de Caen à propos de l'évolution des espaces commerciaux ;
- associer des services de façon inédite, comme le fera la future bibliothèque de Thionville en créant un troisième lieu autour d'une bibliothèque, de salles de concert, de diffusion artistique et d'exposition, d'un café, d'un office du tourisme, ou comme l'a fait à plus petite échelle mais de manière très pertinente la bibliothèque de Lomme<sup>11</sup> ;
- ne pas hésiter à avoir recours au marketing comme l'ont fait les Idea Stores

afin de mieux cibler les besoins de ses publics et de s'adresser à eux de façon plus probante. Par exemple, la bibliothèque de Cambridge a placé de grands panneaux en ses murs véhiculant une vision résolument positive de la bibliothèque : *"If you didn't want them to think, you shouldn't have given them Library cards"*, *"A library is a Gateway to other's minds, hearts and lives"*, etc. ; en France, la bibliothèque de Limoges a lancé une audacieuse campagne de publicité sur le thème de la bibliothèque « comme à la maison » ;

- déposer son costume de bibliothécaire afin de se mettre dans la peau d'un usager de bibliothèque, essayer de comprendre ce qui peut être excitant, ludique pour lui, faire preuve d'humour, de fantaisie, cela se marie très bien avec la culture ! La British Library fait ainsi un travail de marketing remarquable et touche des publics de plus en plus divers, ses expositions sont délocalisées sous forme plus modeste en prison, de nombreux événements culturels et pour certains très récréatifs se déroulent en ses murs : *speed-booking*<sup>12</sup> géant, concours de déguisement d'Henri VIII lors d'une exposition dédiée au personnage...

10. Dossier sur Apple et Steve Jobs, in *Les Inrockuptibles*, n° 785 du 15 au 21 décembre 2010, p. 30. Voir l'article de Jean-Luc du Val : « Services sur mesure pour les habitants : mettre en œuvre des idées simples et peu coûteuses », p. 137.

11. L'Odyssée, médiathèque de Lomme (59) : < <http://www.ville-lomme.fr/category/odysee> >.

12. L'article du *Guardian* : Jenna Lang, "Reading between the lines", mars 2009, < <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2009/mar/05/books-date-impress> >

**IDENTIFIER LES RÔLES DES ACTEURS DE L'INNOVATION :  
DE L'ANTHROPOLOGUE À L'ARCHITECTE D'EXPÉRIENCE  
EN PASSANT PAR LE BUTINEUR TRANSVERSAL  
ET LE SAUTEUR D'OBSTACLE**

+++++

Il semble utile de reprendre une partie de la typologie établie par Tom Kelley dans son ouvrage *The ten faces of innovation*<sup>13</sup> qui présente des jeux de rôle favorisant l'innovation et sa mise en place :

- il importe d'abord de recueillir des connaissances. C'est le rôle de l'« anthropologue » qui, par son immersion en d'autres milieux, va glaner de nouveaux savoirs en observant le comportement humain et en développant une compréhension fine de la façon dont les gens interagissent physiquement et émotionnellement avec des services, des produits ou des espaces. Le « butineur transversal » explore de son côté d'autres industries et d'autres cultures et traduit ces trouvailles afin qu'elles correspondent au contexte unique de son champ d'action ;
- l'innovation a également besoin d'être supervisée par d'autres acteurs. Le « sauteur d'obstacle » gère le projet contre vents et marées et s'assure de sa bonne mise en œuvre en dépit des difficultés. Le « collaborateur » rassemble les différents intervenants et groupes de travail associés au projet et aide à trouver des solutions. Le « directeur », quant à lui, réunit une équipe adéquate au projet et aide à stimuler la créativité. Ils encadrent le projet de sa conception à sa mise en œuvre ;
- les intervenants qui mettent en forme l'innovation :
  - l'« architecte d'expérience » conçoit des expériences attractives qui vont au-delà de la fonctionnalité et correspondent aux attentes latentes et exprimées des usagers ;
  - le « travailleur social » (le soignant) cherche à procurer plus que du simple service à son usager, il

---

13. Tom Kelley. *The ten faces of innovation: Strategies for heightening creativity*. London, Profile business, 2008. L'auteur fait part de sa réflexion et de sa longue expérience en matière d'innovation avec de nombreuses institutions partenaires.

anticipe ses besoins, pense à la façon dont on peut le mettre à l'aise ;

- le « scénariste » communique une valeur humaine fondamentale au projet et lui donne un caractère spécifique.

Identifier cette palette de rôles nous montre que l'innovation est une affaire d'équipe qui doit, pour déboucher sur un résultat concret, être conçue de manière structurée et réfléchie. Elle ne peut en aucun cas être improvisée. Les profils décrits par Tom Kelley permettent de mettre en lumière les différents aspects à envisager lors du processus d'élaboration d'un nouveau service, qui correspondent à des angles d'approche complémentaires et des phases distinctes, de l'imagination à la prise de décision et la réalisation.

Une fois les conditions propices à l'innovation mises en place, une fois les rôles de chacun déterminés, comment passer de l'enthousiasme et de l'envie à l'idée, et de l'idée à son incarnation dans une proposition précise et réaliste ?

## **DE LA RÉFLEXION À LA CONCRÉTISATION : MÉTHODOLOGIE DE L'ADAPTATION**

+++++

Devant la multitude d'initiatives passionnantes développées à l'étranger, il est très tentant de décider d'implanter tel ou tel service dans sa bibliothèque. Mais concrètement, comment faire ? Par où commencer ? Avant de concevoir les modalités de l'adaptation d'un service aperçu à l'étranger, il faut avant tout bien définir son propre projet. Sinon, on risque de plaquer une belle initiative sur une organisation à laquelle elle s'insère mal, car elle n'aura pas été pensée pour elle.

## **OBSERVATION, INSPIRATION, CRÉATION D'UN NOUVEAU SERVICE : LES ÉTAPES DE LA RÉFLEXION**

Se poser quelques questions permet de s'éloigner de l'exemple particulier et de la fascination qu'il exerce, pour passer petit à petit à une démarche centrée sur les objectifs visés. Un exemple est intéressant pour

un bibliothécaire s'il favorise une réflexion contextualisée, concrète et s'il l'incite à passer à l'action. Une interrogation méthodique l'aidera à affiner son idée en le poussant à analyser en profondeur ce qui l'inspire dans ces réalisations. Il ne suffit pas de trouver une idée séduisante, mais il faut garder une orientation « publics » et s'interroger : à qui pourrait s'adresser, chez moi, un tel service ? Ou plutôt : quel est le public que je cherche à atteindre et qu'il est tentant d'aller chercher autrement que par des moyens traditionnels ? Quelle relation voulons-nous instaurer avec lui ? À partir de là, on peut donc se demander ce qui entrave et ce qui favorise, chez nous, l'exploration des idées stimulantes que des bibliothèques étrangères ont approfondies.

La matière alors réunie permettra de faire émerger avec l'équipe des idées et des envies qui conduiront à l'élaboration d'un nouveau service, un service unique, qu'il faudra accompagner et évaluer afin qu'il soit le plus solide possible.

**ENCADRÉ 2****FAISONS UN JEU : « LE BIBLIOTHÉCAIRE QUI VEUT METTRE EN PLACE UN SERVICE POUR ADOLESCENTS »**

Quelles sont les idées les plus enthousiasmantes parmi celles que j'ai vues ?

- Teens Scape, l'espace ados de la bibliothèque de Los Angeles : plus qu'un service aux ados, c'est un véritable environnement conçu pour répondre à leurs besoins, imaginé avec des adolescents et adapté à leurs pratiques et leurs modes de loisirs ;
- Hoeb4U, bibliothèque pour les jeunes d'Hambourg, centrée sur le loisir, co-gérée avec des adolescents, apprentis-bibliothécaires ;
- Les clubs pour adolescents quotidiens de la bibliothèque publique d'Aalborg au Danemark, proposant des activités diverses : Wii le lundi, mangas le mardi, aide aux devoirs le mercredi, discussion sur les livres le jeudi...

Toutes ces expériences sont couronnées de succès<sup>14</sup>.

Quels sont les mots-clés qui me paraissent les plus stimulants dans ces initiatives ?

- le rapport ados-bibliothécaires ;
- la participation des ados aux services qui leur sont dédiés ;
- la présence de l'univers ludique à la bibliothèque ;
- l'adaptation du règlement aux pratiques adolescentes.

Ce que je sais du public-cible dans mon établissement :

- ils viennent en groupe apparemment pour tromper l'ennui mais sont un peu déçus ;
- beaucoup de pré-adolescents que nous avons l'habitude de voir en section jeunesse disparaissent de la bibliothèque à l'adolescence...
- ils utilisent l'espace jeunesse pour le multimédia et pour faire leurs devoirs : l'espace leur paraît visiblement plus accueillant que l'espace adulte pourtant réservé à l'étude.

14. Voir la partie du dossier *Portrait de bibliothèques allemandes* consacrée à Hoeb4U par Dagmar Giersberg (novembre 2008), sur le site Internet du Goethe Institut < <http://www.goethe.de/wis/bib/dos/bip/ham/fr3912314.htm> >.

Sur TeenScape, voir *La bibliothèque jeunesse idéale : un deuxième chez-soi !*, l'article d'Isabelle Pauzé dans *Pluie de science* n°40, hiver 2010, publication en ligne de la Société pour la promotion de la science et de la technologie. < [http://www.spst.org/pluiedescience/0110/0110\\_02.html](http://www.spst.org/pluiedescience/0110/0110_02.html) >.

Sur les clubs de la bibliothèque publique d'Aalborg, voir le rapport de l'IFLA de 2008 *Recommandations pour l'accueil des adolescents dans les bibliothèques publiques*.

**Les enjeux de l'accueil des ados dans mon établissement :**

- créer un rapport de confiance entre bibliothécaires et adolescents ;
- faire en sorte qu'ils considèrent la bibliothèque comme un endroit véritablement à eux, où ils se sentent bien ;
- s'ouvrir à leur univers pour qu'ils puissent être les plus réceptifs possibles à nos propositions destinées à leur faire découvrir les offres de la bibliothèque.

**Quels sont les éléments qui entravent dans mon établissement le développement des innovations ?**

- la disposition des lieux ne permet pas de consacrer un vaste espace spécifique aux ados ;
- nous avons du mal à les capter et à connaître leurs envies ;
- on perçoit une méfiance de certains bibliothécaires vis-à-vis des pratiques adolescentes, comme si elles dénaturaient le lieu.

**Les atouts de l'établissement pour développer de nouveaux services :**

Des moyens humains :

- les bibliothécaires des départements adulte et jeunesse sont partants pour travailler ensemble sur les collections et les services à développer pour ce public à la lisière de leurs domaines.

Des possibilités matérielles :

- si la bibliothèque ne comprend pas un étage entier à réserver aux adolescents, elle comporte différents lieux pour aménager des niches ou des temps pour les ados : l'espace d'animation, le hall, l'espace consacré aux ordinateurs ainsi que certains recoins de l'étage enfants...

**Les pistes à explorer :**

Reprenons les axes qui nous ont paru particulièrement inspirants :

- le rapport ados-bibliothécaires ;
- la participation des ados aux services qui leur sont dédiés ;
- l'ouverture de la bibliothèque à l'univers des adolescents.

Nous avons identifié des blocages qui entravent le changement, mais également des atouts. Il reste à définir plus précisément l'esprit et la forme du service.

La mise en place d'un groupe de travail réunissant quelques collègues enthousiastes de différents départements (jeunesse et adulte, mais aussi, pourquoi pas, audiovisuel et multimédia vu la place de ces domaines dans la culture ado) est bienvenue à cette étape. Cette équipe transversale est chargée de s'occuper plus particulièrement du lancement et du suivi du service, sous la direction d'un responsable.

L'échange permettra d'évaluer le rapport réel qu'entretiennent l'équipe et la bibliothèque avec les ados : envisager d'emblée un service nouveau est-il approprié alors que la question majeure est peut-être de découvrir ce public, avant même d'anticiper sur leurs souhaits ?

C'est là que peuvent naître des idées pertinentes qui tendent à innover en intégrant peu à peu l'univers des adolescents à la bibliothèque pour mieux comprendre leurs envies et mieux les servir. Il est ainsi décidé de mettre en place un collectif d'ados associé à la bibliothèque qui jouera un rôle de médiateur apte à donner une autre image de l'établissement au groupe de pairs. L'appel pour former le collectif pourra être diffusé dans la bibliothèque, mais également dans les collèges ou les lycées, dans les centres de loisirs ou clubs du quartier... Ce collectif serait chargé de faire des suggestions d'acquisitions, d'aider à mettre en place des rendez-vous réguliers, de participer à la création au sein de la bibliothèque d'un outil de communication spécialement destiné aux ados (blog, journal...).

#### **Accompagner le service**

- à travers les collections et leur valorisation : en imaginant des tables thématiques en section jeunesse et en section adulte, en apposant un macaron reconnaissable sur les documents acquis avec l'aide du collectif d'ados, en proposant des lots « ados » permettant d'emprunter des packs de livres ados et adulte réunis autour d'un thème... ;
- en communiquant à l'extérieur de la bibliothèque : le collectif ado est un allié de choix dans cette quête de visibilité car il peut aider le personnel de l'établissement à mieux discerner les pratiques des jeunes, leurs lieux de rendez-vous (cafés, boutiques, etc.). Les bibliothécaires, pour leur part, auront à identifier les partenaires possibles ;
- en assouplissant ponctuellement le règlement : les rendez-vous ados viseront la venue des adolescents : le cadre ne doit pas les rebuter. Ainsi, on peut suggérer que pendant ces rendez-vous, les règles soient momentanément suspendues et qu'il soit possible de parler plus fort, de boire un soda...

#### **Évaluer le service**

Une fois le nouveau service lancé, il convient d'établir des critères permettant d'évaluer concrètement, après une période donnée, les premiers impacts de l'initiative, qu'ils soient quantitatifs (influence sur la fréquentation, sur les chiffres de prêts des documents...) ou qualitatifs (amélioration du lien avec les publics...). L'essentiel est de ne pas perdre de vue les buts fixés et de favoriser un espace d'échange entre bibliothécaires mais aussi avec les usagers-cibles afin d'encourager l'évolution du service pour rester au plus près de leurs attentes.

---

Au-delà de cet exemple, les exemples étrangers invitent à aborder bien d'autres axes :

- *les services destinés aux étrangers* : cet axe est très développé en Scandinave et en Amérique du Nord et peut augurer des expériences passionnantes. À Copenhague, les bibliothécaires se rendent au domicile des primo-arrivants jeunes parents ; à la Queens Library à New York, le New American Program est un service entièrement conçu pour ce public et propose des rencontres et des supports de communication dans les langues des principales communautés afin de favoriser leur intégration. La bibliothèque de Toronto est également très active dans l'accueil des immigrés (aide à la préparation de l'examen de citoyenneté...)
- *les services destinés aux seniors* : la bibliothèque de Las Vegas propose un panel de services et d'activités dédié aux personnes âgées, avec une rubrique spécifique sur le site Internet ;
- *les services personnalisés* : en Finlande, on peut emprunter des bibliothécaires pour une demande d'informations spécifique ; au Danemark, des bénévoles rencontrent, à leur demande, des adolescents pour les aider dans leurs démarches d'orientation professionnelle ;
- *les services ludiques et de sociabilité* : à Rotterdam, lors de la fête des lecteurs, la bibliothèque se transforme en discothèque ; la section jeunesse de la DOK à Delft comprend une ludothèque.