

Prix international IFLA PressReader du marketing en bibliothèque

Gagnez 3000€ destinés à couvrir vos frais de voyage et de participation au congrès de l'IFLA 2022!

La section Marketing & Management de l'IFLA s'associe à [PressReader](#) pour l'édition 2021 du Prix international IFLA-PressReader du marketing en bibliothèque.

“Au moment où les bibliothèques du monde entier relèvent les défis logistiques de la crise du Covid, l'importance d'une communication et d'un marketing innovant à destination du public est d'autant plus grande”, dit James Fairbotham, responsable de secteur chez PressReader. “Nous sommes enthousiastes à l'idée de soutenir à nouveau le Prix du Marketing de l'IFLA et de mettre en avant les campagnes de marketing les plus percutantes de l'année 2021.”

Le prix est décerné aux bibliothèques qui mettent en place les campagnes de marketing les plus créatives et les plus stratégiques. Trois finalistes sont sélectionnés sur la base de leurs contributions innovantes au marketing en bibliothèque. Les bibliothèques lauréates reçoivent un financement pour le trajet, l'hébergement et l'inscription permettant de participer au prochain Congrès Mondial des Bibliothèques et de l'Information à Dublin, en Irlande, en août 2022. Le gagnante reçoit 3000€, la seconde, 2000€ et la troisième, 1500€.

Le prix récompense également les 10 meilleures propositions via un certificate d'excellence et un abonnement Premium à PressReader.

“À travers ce prix, nous identifions les meilleures campagnes marketing dans le monde mais nous apportons aussi des idées et de l'inspiration à toutes les bibliothèques pour améliorer leur propre marketing, dit Anya Feltreuter, présidente de la section Management et Marketing de l'IFLA.

Les propositions seront acceptées jusqu'au 19 janvier 2022 à l'adresse iflapressreader2022.org.

Des questions ? Vous pouvez contacter le coordinateur de l'information de la section Management et Marketing, Jeremiah Walter, à l'adresse jwalter@ppld.org.

[###](#)

Objectifs du prix

- Récompenser les meilleurs projets de marketing mis en place en bibliothèque en 2021
- Encourager l'utilisation des méthodes de marketing en bibliothèque
- Fournir aux bibliothèques une occasion de partager leur expérience de marketing en lui donnant une audience mondiale

Règles de participation

- Toute bibliothèque – ou organisation liée aux bibliothèques qui promeut les bibliothèques et leurs services – peut candidater au prix
- Les candidatures doivent être rédigées dans l'une des sept langues officielles de l'IFLA (allemand, anglais, arabe, chinois, espagnol, français ou russe). Les candidats peuvent également soumettre une traduction anglaise s'ils le souhaitent.
- Les candidatures doivent être envoyées avec leurs documents annexes avant le 19 décembre 2021 à minuit

Les propositions doivent

- Présenter une stratégie de marketing originale
- Répondre à toutes les questions du formulaire
- Expliquer l'intérêt et le bénéfice attendu de la stratégie
- Fournir une description complète de leur stratégie marketing
- Utiliser le vocabulaire du Glossaire du Marketing (<https://www.ifla.org/node/8227>)
- Résumer la stratégie et ses résultats

Les candidats sont encouragés à détailler les aspects imaginatifs et inventifs de leurs projets.

Critères de sélection

Les projets seront évalués selon les critères suivants :

- Une approche stratégique du marketing, mise en évidence par les étapes de recherche et de planification du projet soumis
- La créativité et l'innovation, telles que démontrées par l'originalité des solutions aux défis du marketing
- Le potentiel médiatique permettant de changer l'image des bibliothèques à grande échelle, quel que soit le type ou la quantité des moyens utilisés
- L'efficacité, illustrée par des objectifs mesurables et des méthodes d'évaluation adaptées

Les candidats sont encouragés à inclure des projets faisant usage du marketing pour :

- les ressources numériques, journaux électronique, bases de données, répertoires institutionnels, etc.
- les bibliothèques numériques
- l'éducation aux médias et à l'information
- les nouveaux services proposés par les bibliothèques

Les autres facteurs de sélection sont :

- La clarté de la planification du projet et des partenariats avec des organisations extérieures
- L'efficacité de l'utilisation des ressources (personnel, matériel, temps)

Les membres du jury du prix sont issus du Comité Permanent de la section Management et Marketing de l'IFLA :

- Nick Boxem (Pays-Bas), président
- Azenath Ateka (Kenya)
- Nie Hua (Chine)
- Roxana Huaman (Pérou)
- Elena Stöhr (Allemagne)
- Antoine Torrens (France)

Les candidatures seront acceptées entre le 19 août et le 19 janvier 2022.

[###](#)

À propos de PressReader

PressReader est plus grande plateforme de lecture illimitée de journaux et de magazines du monde, plateforme grâce à laquelle on peut découvrir des contenus pertinents et fiables provenant du monde entier, avec des titres comme le *Wall Street Journal*, *La Vanguardia*, le *Washington Post*, le *Los Angeles Times*, le *Globe and Mail*, le *Guardian*, *Newsweek*, *Forbes*, *Le Figaro* et *Vanity Fair* – pour n'en nommer que quelques uns.

À l'aide de leur téléphone, de leur tablette ou de leur ordinateur, les lecteurs peuvent [parcourir les contenus en ligne](#) ou télécharger des articles complets via [l'application PressReader](#). Ils souscrire à un accès illimité ou faire prendre en charge leur expérience complète par un des nombreux partenaires commerciaux de PressReader – les entreprises qui donnent accès à un contenu privilégié pour améliorer l'expérience de leurs clients – des têtes d'affiche comme British Airways, Iberia, Turkish Airlines, Cathay Pacific, Air Canada, Marriott, Fairmont Hotels, Seabourne Cruise Lines, l'université de Princeton ou la New York Public Library.

À propos de PressReader Limited

PressReader Limited est un groupe d'entreprises technologiques qui s'est donné pour mission de transformer la manière dont les gens lisent et apprennent à l'âge numérique. PressReader développe une plate-forme guidée par les données et orientée vers l'utilisateur afin d'aider les créateurs de contenus, les lecteurs et les entreprises à chaque étape de la création de contenu, de la distribution, de l'appréhension de l'information et de l'engagement de marque.

PressReader travaille avec les éditeurs de plus de 14 000 journaux magazines et publications éducatives. Il collabore avec des partenaires commerciaux issus de 150 pays afin de fournir du contenu de qualité aux personnes des quatre coins du monde. La plateforme de lecture en ligne [PressReader](#) est le plus grand kiosque de presse du monde et offre en lecture illimitée plus de 7000 journaux et magazines dans 64 langues et de 125 pays.

Fondée en 1999 à Vancouver (Canada), PressReader a grandi jusqu'à rassembler plus de 500 employés dans le monde entier avec des bureaux internationaux à Dublin (Irlande), Manille (Philippines) et Phoenix (USA).