

Les bibliothèques, facteur
d'attractivité d'un territoire

Notre-Dame-de-Bondeville

28 avril 2022

Atelier n°2

Connaître les attentes des publics

Dominique Lahary – dom.lahary@orange.fr

<http://www.lahary.fr/pro> | <http://lahary.wordpress.com>

Plan

Tour de table

Les publics

Les champs concernés

Méthodes de connaissance

Données sociodémographiques

Enquête Pratiques culturelles des Français

Enquête Publics et usages des bibliothèques

UX

Utile utilisable désirable

Design thinking

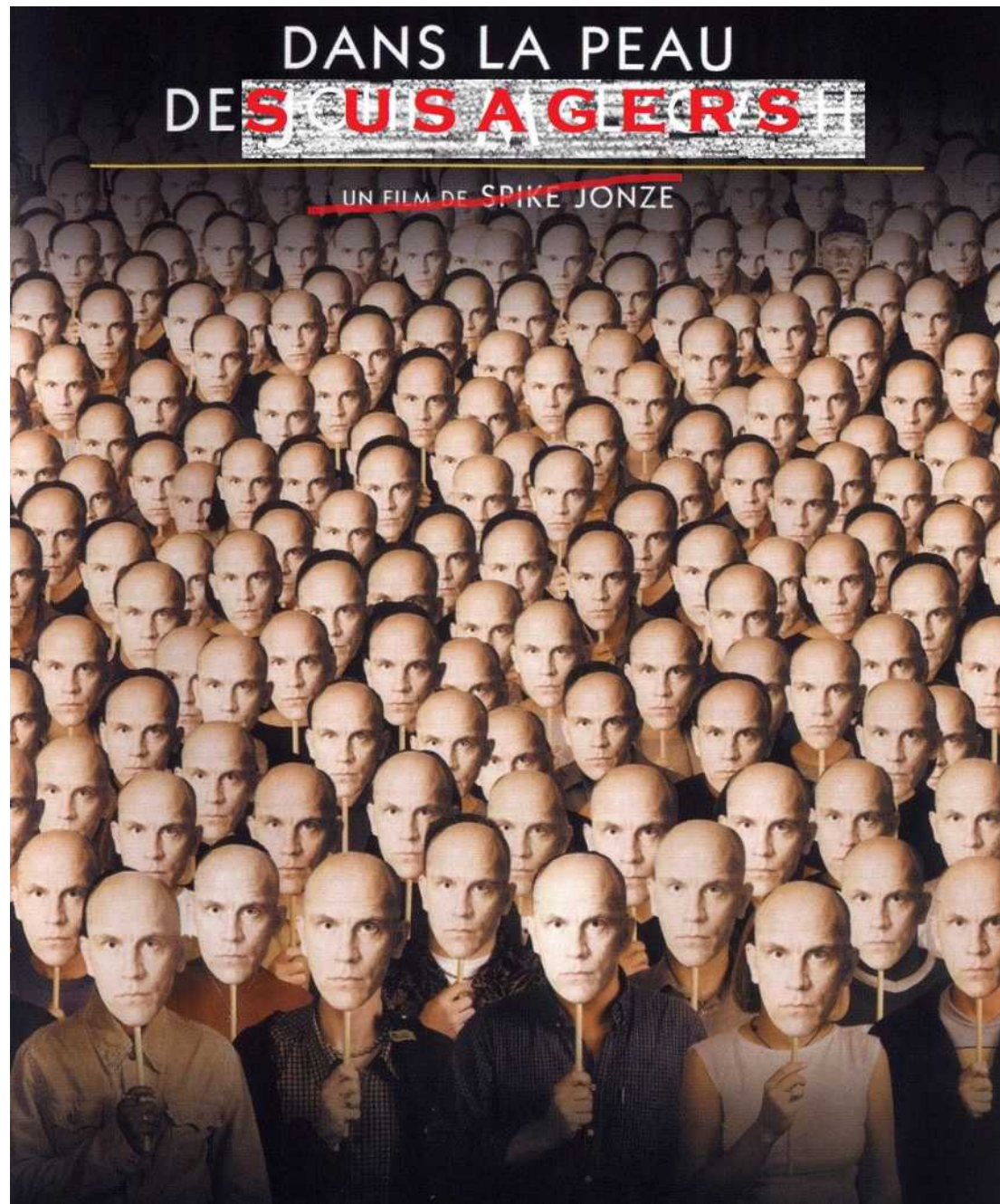
Remix

Facteurs de réussite des bibliothèques (Val-d'Oise)

Contrepoints

Conclusions

Les publics



Journée Attractivité, atelier n°2 Attentes des publics, Notre-Dame de Bondeville, 28 avril 2022

Comment les appelle-t-on ?

Lecteurs

Adhérents

Inscrits

Usagers

Publics

Population

Segmentation

Âge / Génération

Genre

Activité

Diplôme

Univers socio-culturel

Domicile

Habitat

mais chaque individu est unique !

Quels publics viser ?

Public

Actuel

Potentiel

Pente naturelle

Attirer ses semblables

Tout le monde ?

Choix de cibles

Politique !

« Attentes » ?

Attentes

exprimées

latentes

Besoins

latents

Usages

constatés

Choix de posture

Orientation usager

Troisième lieu ?

Représentation

... de la bibliothèque, de la part des gens

... des gens de la part des bibliothécaires

Champs concernés

Les lieux

Accueil
Espaces
Horaires

Les ressources documentaires

Texte

Livres

Périodiques

Son

Image

Jeux

Matérielles ou en ligne

De cette bibliothèque ou accessible en réseau

Sur place

Séjour

Services

Activités proposées

par la bibliothèque

par le public

En ligne

Informations

Services

Ressources

Méthodes

La norme 16439 sur l'impact des bibliothèques

Indicateurs induits

générés par les outils

Indicateurs sollicités

on interroge les gens

Attention aux biais

Indicateurs observés

on observe les gens

Livre blanc

AFNOR/CN46-8

Qualité - Statistiques et évaluation des résultats

Février 2016

Qu'est-ce qui fait la valeur des bibliothèques ?

Sommaire

Sommaire	1
Préface	3
Auteurs	5
Introduction du livre blanc sur la norme ISO 16439	6
1. Qu'est-ce que l'impact ?	10
2. La mesure de la satisfaction des usagers	12
2.1 Mesures de satisfaction	13
2.1.1 La satisfaction mesurée par des données induites.....	13
2.1.2 La satisfaction mesurée par des données sollicitées	15
2.2 Connaître le profil des répondants	16
2.3 Exemple dans le monde universitaire	17

Données socio-territoriales

Connaissance de la population

Âges

Emploi

Diplômes

Habitats, composition des ménages

PCS (ex CSP)...

Sources

Les services de votre collectivité

[Data.gouv.fr](https://data.gouv.fr) > INSEE

Statistiques de la bibliothèque

Inscrits, emprunteurs

Données sur les inscrits

Prêts

Nombre, ventilation

Activités et services

Mesure d'affluence et de personnes servies ?

Sources

SIGB

Compteur d'entrées !!!!!!!!!!!

Divers

Enquêtes par questionnaire

Nationales

Pratiques culturelles des Français

Usages des bibliothèques

Locales ?

Sous-traitées ou pas

Auto-administrées ou pas

En ligne, par téléphone, sur papier

En BU : LibQUAL (en ligne)

Enquêtes par questionnaire : quanti/quali

Quanti

Plus facile à exploiter

Limite des réponses imposées

Limite des reconstitutions (combien / an...)

mieux : sortir de bib (que venez-vous de faire ?)

Éviter le jargon professionnel ! Ex : « document »

QCM et/ou notes de 1 à 10

« Qui êtes-vous ? » à la fin !

Avec un peu de quali : questions ouvertes

Intéressant mais donne plus de travail

Exploitation à partir des mots des répondants

Enquêtes par questionnaire : échantillon

Sur la population générale

Échantillon représentatif (âges, PCS...)

Contre-intuitif : quantité indépendante de la population totale (enquête nationale ou locale) : moins il y a d'interrogés plus il y a de marge d'erreur.

1000 personnes à la rigueur 500

Autres panels

Tirage au sort

Sortie de bibliothèque

Personnes dans la bibliothèque (surévalue les séjournateurs)

Volontaires pour répondre (biais : on n'a que les réponses des motivés pour répondre)

Autres enquêtes qualitatives

Entretiens individuels

Entretien en face à face, une trame peut aider l'interrogateur mais on laisse la personne parler à sa guise

Pas d'échantillon mais recherche de types différents

Focus groupes

Mélange de participants de statuts différents

Un ou plusieurs sujets, modérateur, preneur de notes

Observation

Une personne observe les activités, comportements, postures et trajets des usagers dans les locaux de la bibliothèque

Méthodes et techniques actuelles

Remix

Design Thinking (design de service)

UX (User eXperience)

Les 8 commandements de l'UX en bibliothèque

1

« Nous ne sommes pas nos usagers »

Nous ne pouvons pas présumer que les usagers ont les mêmes repères que nous, qui sommes des professionnels.

2

« Les usagers ne sont pas cassés »

Si un outil simple nécessite un mode d'emploi compliqué, c'est l'outil qui est défectueux, pas les gens.

3

« Nous étudions les usages »

Nous prenons le temps d'observer et d'interroger nos usagers pour mieux les connaître... Et c'est facile à faire !

4

« Nous utilisons notre empathie »

Nous essayons de nous mettre dans la peau de nos usagers et nous accordons de la valeur à leur point de vue.

5

« Nous préférons une bibliothèque facile à utiliser plutôt que tape-à-l'oeil »

Il faut que les choses soient belles, mais il faut surtout qu'elles marchent.

6

« Nous tendons vers l'universel »

Tenir compte de besoins spécifiques (par exemple de personnes âgées, enceintes ou handicapées) est souvent bénéfique pour tout le monde.

7

« Nous faisons de vrais choix »

Et nous assumons nos partis pris. Il est interdit de dire « C'est comme ça parce qu'on l'a toujours fait. »

8

« Nous pensons globalement »

Nous savons qu'un service implique une multitude d'étapes, avant, pendant et après son utilisation, et nous nous soucions de chacune d'entre elles.

CC BY Nicolas Beudon - @Mr_Kochka - <http://lrf-blog.com>
D'après « Utile, utilisable, désirable », d'Aaron Schmidt et Amanda Etches

Et la participation des usagers ?

Thème-athon

20 à 60 personnes travaillent à trouver des solutions à un problème dans un délai donné

Le mur de post-it

La rivière du doute

Une phrase, les participants se placent sur 3 lignes OUI / NON / DOUTE, on discute, on peut changer de ligne

Les 5 « pourquoi »

Poser 5 fois la question « pourquoi ? »

Le circept

Faire inscrire autour d'un mot tous les concepts auxquels les participants estiment qu'ils se rapportent

La carte conceptuelle

Dresser une cartographie des idées de sorte à les relier les unes aux autres

Raphaëlle Bats, in *Bibliothèques* n°83, mars 2016

Données sociodémographiques

Quelques exemples
sur la commune de
Notre-Dame-de-Bondeville

[Accueil](#) > [Jeux de données](#) > [Population](#)

Population

Mis à jour le 31 mars 2021 — [Licence Ouverte / Open Licence](#)

Producteur

Métadonnées

Actions



Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Insee)

L'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) collecte, produit, analyse et diffuse des informations sur l'économie et la société françaises. Ces informations intéressent les pouvoirs publics, les administrations, les entreprises, les chercheurs, les médias, les

← → ↻ 🏠 🔒 https://www.insee.fr/fr/information/2008354



Institut national de la statistique
et des études économiques

Insee Mesurer pour comprendre

• Menu • Co

Rechercher si

 **STATISTIQUES ET ÉTUDES** **DÉFINITIONS, MÉTHODES ET QUALITÉ** **SERVIC**

[Accueil](#) > [L'Insee et la statistique publique](#) > [Les activités de l'Insee](#) > [Réaliser le recensement de la](#)
[Les résultats des recensements de la population](#)

Les résultats des recensements de la population

Populations légales

Les populations légales de l'année N des circonscriptions administratives de France métropolitaine, de Martinique, Guadeloupe, Guyane, de La Réunion, de Saint-Barthélemy, Saint-Martin et Saint-Pierre-et-Miquelon sont actualisées tous les ans et mises en ligne à la fin décembre de l'année N+2. Pour Mayotte, la Nouvelle-Calédonie, la Polynésie française et Wallis et Futuna, elles sont mises à jour tous les cinq ans et dépendent du millésime de réalisation du recensement propre à chacun de ces territoires.

- **Population légale 2019 de ma commune**
- **Populations légales 2019 de toutes les circonscriptions administratives**
- **Population légale de Mayotte et des collectivités d'outre-mer**
- **Séries chronologiques depuis 1876**
- **Cartographie des populations légales 2018 (et en historique depuis 1876)** [🔗](#)

Résultats statistiques

Les résultats statistiques de l'année N des territoires de France métropolitaine, de Martinique, Guadeloupe, Guyane, de La Réunion, de Saint-Barthélemy, Saint-Martin et Saint-Pierre-et-Miquelon sont actualisés tous les ans et mis en ligne au mois de juin de l'année N+3. Pour Mayotte, la Nouvelle-Calédonie, la Polynésie française et Wallis et Futuna, ils sont mis à jour tous les cinq ans et dépendent du millésime de réalisation du recensement propre à chacun de ces territoires.

- **Recensement 2018** : résultats sur un territoire, bases de données et fichiers détail

Recensement 2018 : résultats sur un territoire, bases de données et fichiers détail

Information pour l'utilisation du recensement de la population 2018

Le fichier suivant apporte les informations sur les nouveautés du recensement de la population 2018
accéder au fichier PDF.

Résultats sur un territoire

Les résultats sont classés selon sept thèmes. Après avoir choisi votre territoire, sa commune ou son libellé de votre territoire.

- Évolution et structure de la population
- Couples - Familles - Ménages
- Logements
- Diplômes - Formation
- Population active - Emploi - Chômage
- Caractéristiques de l'emploi
- Étrangers - Immigrés

Choisir une zone géographique

NIVEAU GÉOGRAPHIQUE

Supprimer les critères

Commune



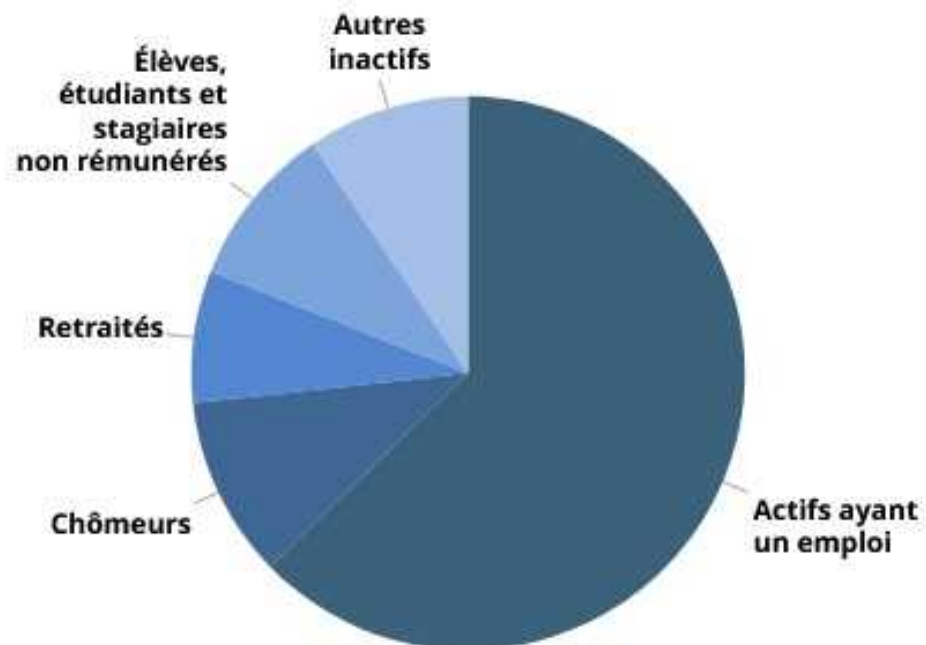
Rechercher une zone géographique



Commune : Notre-Dame-de-Bondeville

EMP G1 - Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2018

EMP G1 - Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2018



EMP T3 - Population active de 15 à 64 ans selon la catégorie socioprofessionnelle

	2008	dont actifs ayant un emploi	2013	dont actifs ayant un emploi	2018	dont actifs ayant un emploi
Ensemble	3 327	2 917	3 236	2 748	3 247	2 815
dont						
Agriculteurs exploitants	0	0	0	0	0	0
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	152	148	133	133	126	106
Cadres et professions intellectuelles supérieures	492	484	409	394	462	457
Professions intermédiaires	829	775	833	740	869	824
Employés	997	862	1 154	992	972	821
Ouvriers	804	648	627	489	774	608

Sources : Insee, RP2008, RP2013 et RP2018, exploitations complémentaires, géographie au 01/01/2021.

FAM1 - Type de famille regroupé

	Aucun enfant de moins de 25 ans	1 enfant de moins de 25 ans	2 enfants de moins de 25 ans	3 enfants de moins de 25 ans	4 enfants ou plus de moins de 25 ans	Ensemble
Couple sans enfant	870	0	0	0	0	870
Couple avec enfant(s)	55	302	302	90	30	779
Famille monoparentale composée d'un homme avec enfant(s)	5	35	15	5	0	60
Famille monoparentale composée d'une femme avec enfant(s)	55	176	50	15	5	302
Ensemble	985	513	367	111	35	2 011

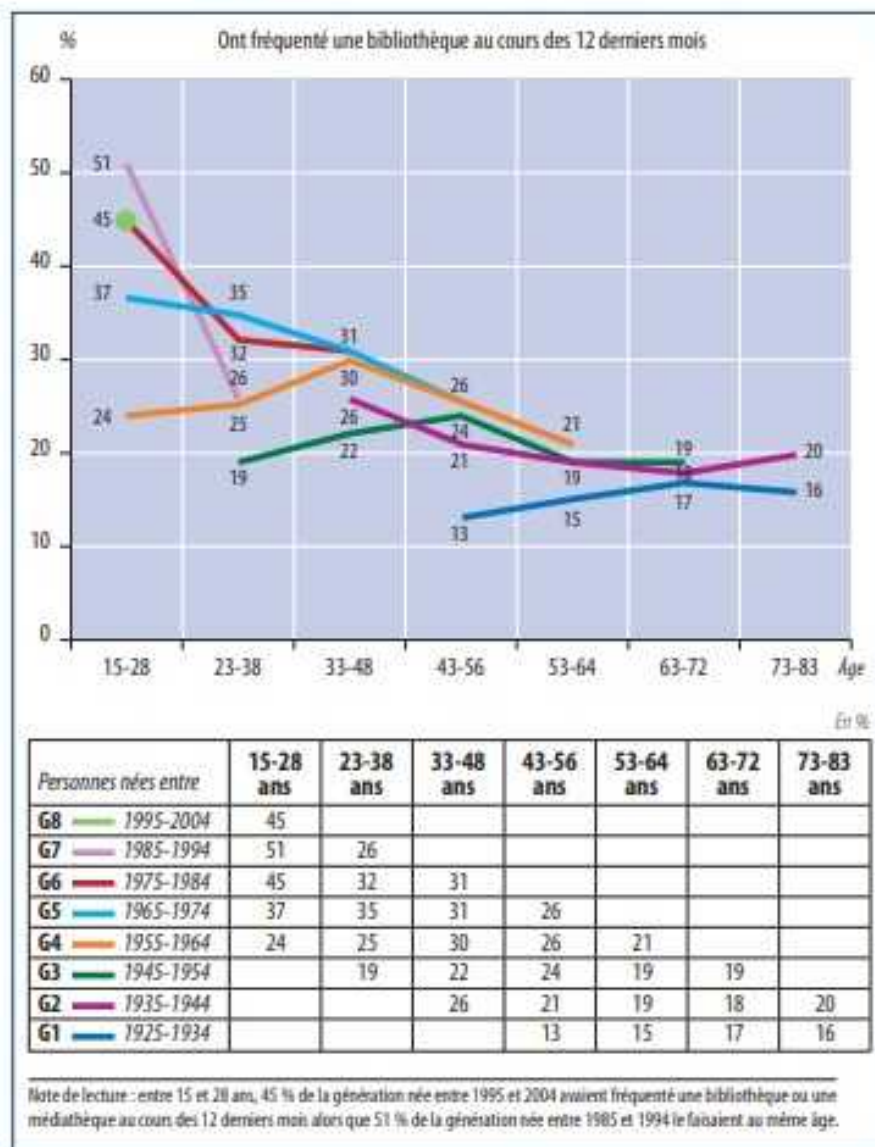
PRINC3 - Type de logement : Ensemble

	1 personne	2 personnes	3 personnes	4 personnes	5 personnes	6 personnes ou plus
1 pièce	72	5	1	0	0	1
2 pièces	266	63	3	0	0	0
3 pièces	319	251	59	21	2	1
4 pièces	230	328	151	119	25	15
5 pièces	152	316	118	110	24	17
6 pièces ou plus	53	188	88	87	43	13
Ensemble	1 093	1 151	420	337	95	47

Enquête *Pratiques culturelles des Français*

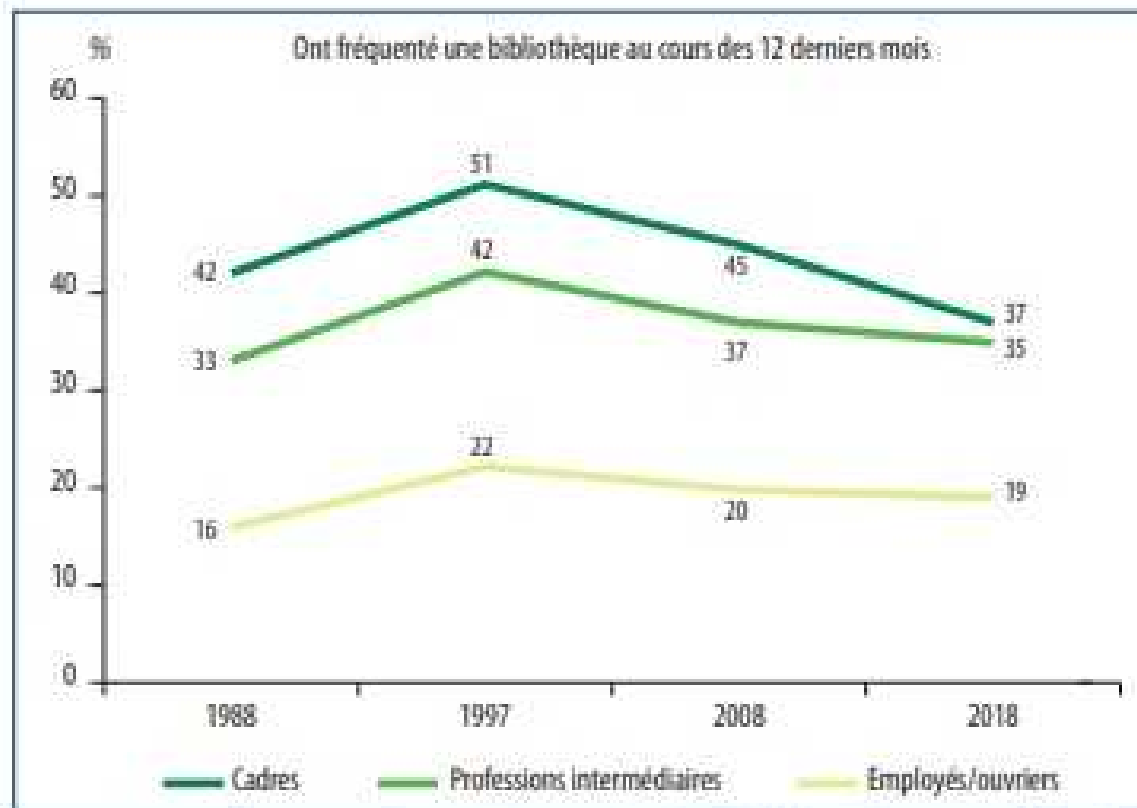
2020

Graphique 26 – Fréquentation des bibliothèques selon la génération, 1988-2018



Source : enquête sur les pratiques culturelles, 1973-2018, 2019, Ministère de la Culture, 2020

Graphique 28 – Fréquentation des bibliothèques selon la catégorie sociale, 1988-2018



Source : enquête sur les pratiques culturelles, 1978-2018, INSEE, Ministère de la Culture, 2020

Enquête

Publics et usages des bibliothèques

2016

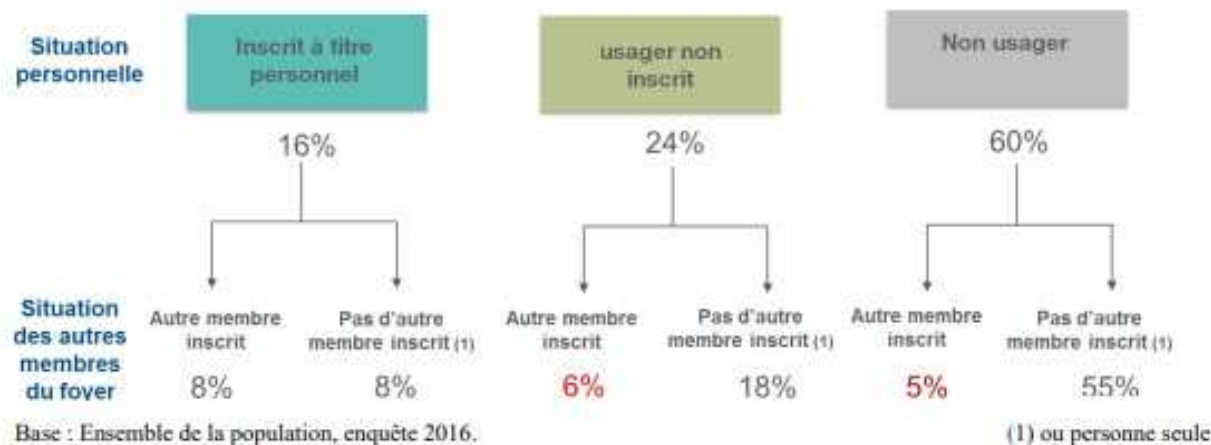
Niveau de fréquentation des bibliothèques au cours de la vie



En pourcentage

Base : Ensemble de la population, enquête 2016.

Caractérisation de la population française au regard de la fréquentation des bibliothèques municipales lors des 12 derniers mois, de leur inscription ou de celle des autres membres de leur foyer



***Mode de transport habituel
pour se rendre à la bibliothèque
municipale habituellement fréquentée***

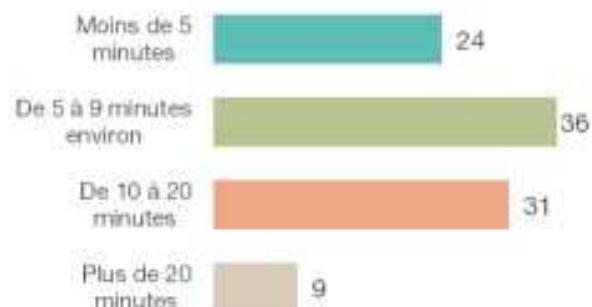


En pourcentage

Total supérieur à 100% en raison de réponses multiples

Base : Usagers des bibliothèques municipales

***Durée des déplacements vers
la bibliothèque municipale
habituellement fréquentée***



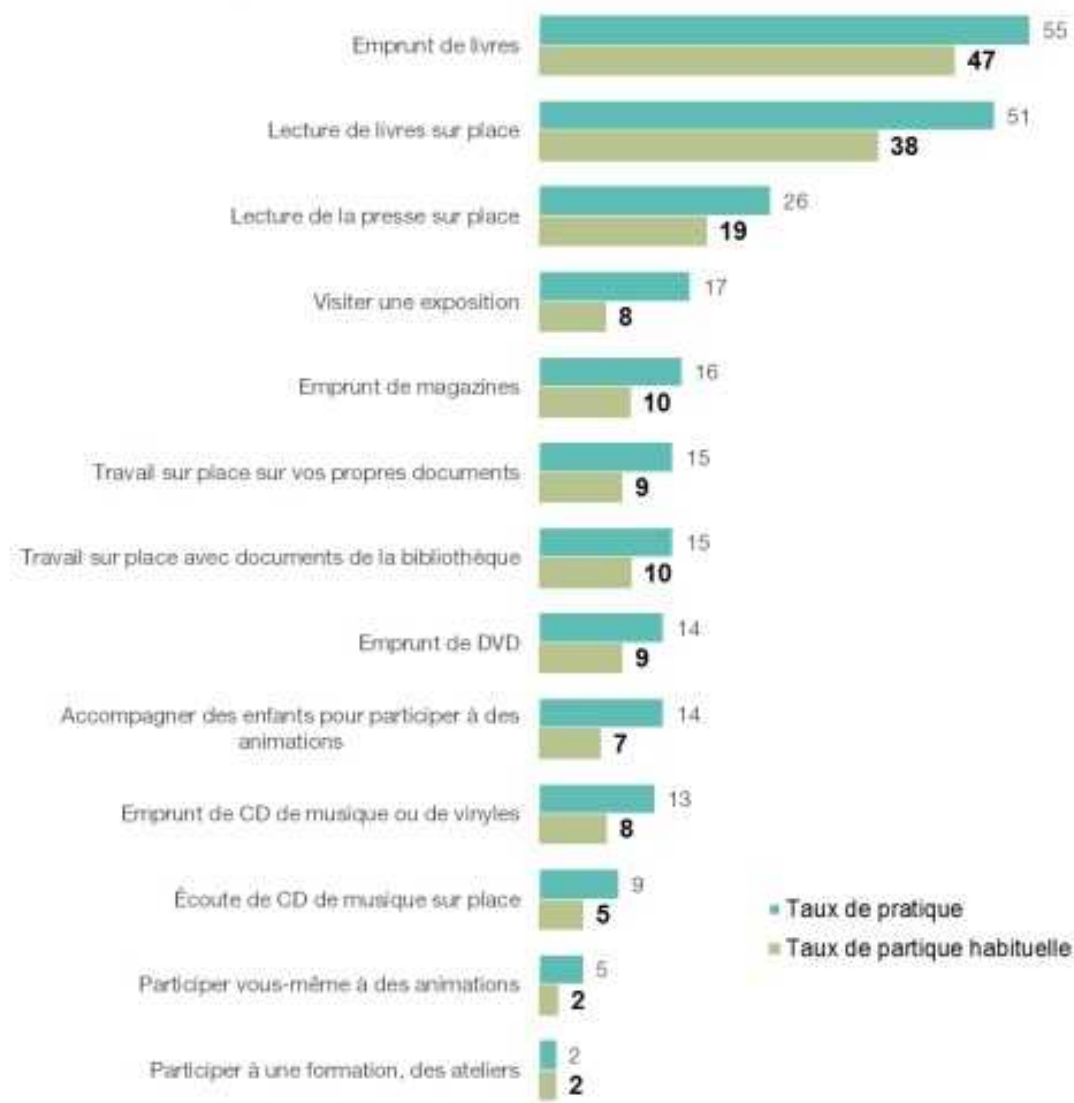
En pourcentage

Base : Usagers des bibliothèques municipales

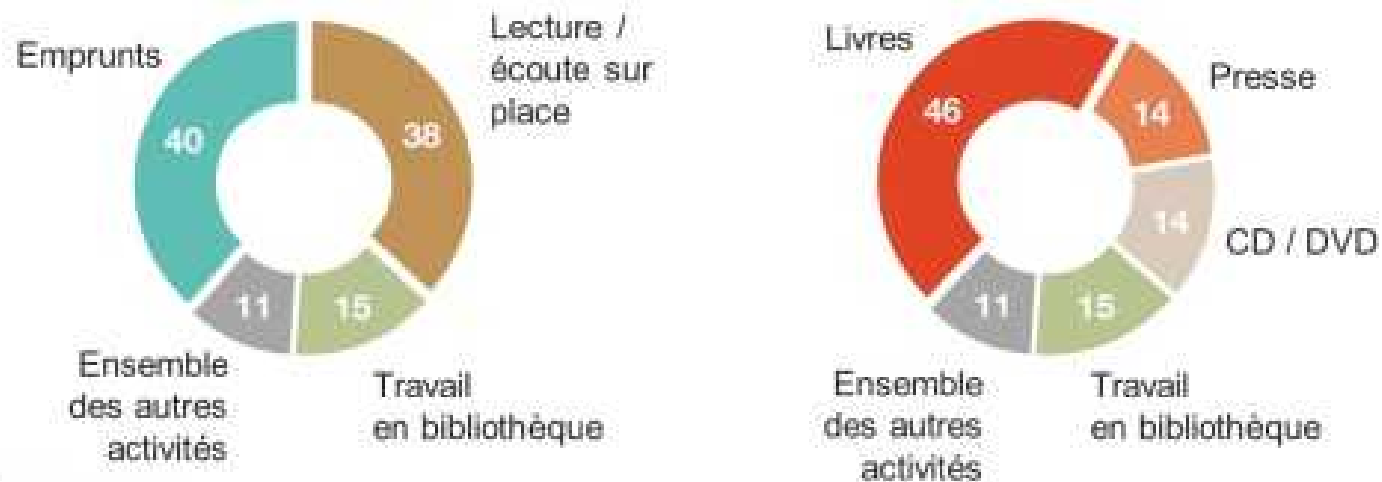
Proportion des usagers fréquents parmi les usagers



Activités pratiquées par les usagers lors de leurs visites des 12 derniers mois



Estimation de la répartition des motifs de visites

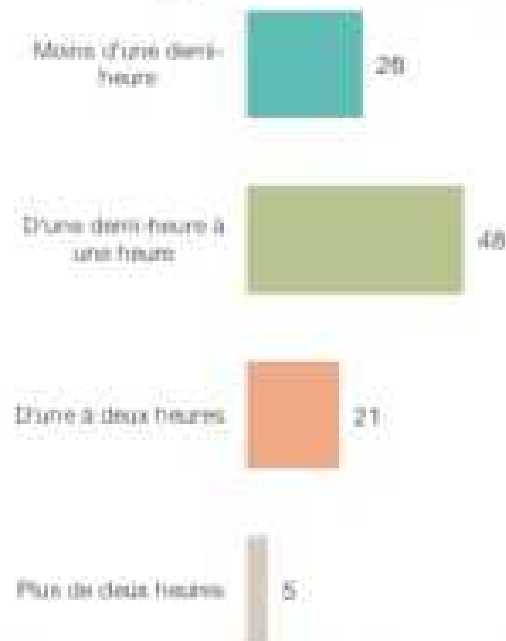


En pourcentage

Base : Usagers des bibliothèques municipales, enquête 2016.

Lecture : Parmi l'ensemble des visites des usagers, on peut estimer que les emprunts (livre, CD, DVD, presse) représentent 40% des motifs de visites. Sur les mêmes bases, on peut estimer que le livre (emprunt ou lecture sur place) représentent 46% des motifs de visite.

En moyenne, quand vous allez dans une bibliothèque ou médiathèque municipale, y restez-vous...?



Base : Usagers des bibliothèques municipales, enquête 2016.

Raisons expliquant la faiblesse ou l'absence de fréquentation des bibliothèques municipales

En pourcentage, total supérieur à 100% en raison des réponses multiples.

Base : Ensemble des non usagers et es usagers venant moins d'une fois par mois, enquête 2016



Utile Utilisable Désirable

**Un ouvrage sur l'UX en bibliothèque
traduit en français
et disponible sur le web**

Les points de contact

Bâtiment

Propreté, pas encombré

Personnel - Signalétique

Mobilier - Collections - Animations

Ordinateurs – WiFi

Brochures, affiches

Accès

Téléphone - Parking - Transports en commun

En ligne

Site - Catalogue – E-mail – Chat



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

**Utile, utilisable, désirable :
redessiner les bibliothèques
pour leurs utilisateurs**

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

Les 3 piliers

Utile

Utilisable

Désirable



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

Utile, utilisable, désirable : redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

Analyser les usages

Analyse des opinions

Sondage

Focus group

Entretien

Analyse des comportements

Enquête contextuelle

Cartes d'itinéraires

Test d'usabilité

Enquêtes ethnographique allégée

Autres techniques

Personna – Test A/B – Test de 5 secondes

Enquête sociodémographique



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

**Utile, utilisable, désirable :
redessiner les bibliothèques
pour leurs utilisateurs**

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

Le lieu bibliothèque

Autodiagnostic

Le bâtiment est propre

Il fonctionne bien

Il n'est pas encombré

Il s'adapte à des comportements variés

Le mobilier répond aux besoins des usagers

Les usagers ont facilement accès à des prises de courant



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

Utile, utilisable, désirable : redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

Les espaces d'accueil

Accessibles ou intimidants ?

Les gens reçoivent de l'aide quand ils
en ont besoin
et le type d'aide dont ils ont besoin

Règlements et service

Il y a aussi peu de procédures et de
règles que possible

Elles donnent des marges de décision aux professionnels

L'équipe est accueillante et serviable

La qualité de service est homogène



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

**Utile, utilisable, désirable :
redessiner les bibliothèques
pour leurs utilisateurs**

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

La signalétique

Une charte graphique bien conçue
La signalétique est minimale
Les nouveaux visiteurs repèrent
facilement l'organisation générale

La présence en ligne

Trouver des documents et les réserver
est facile

La page d'accueil exprime clairement ce qu'on peut faire sur le site

Le site s'adapte à tous les écrans Responsive Web Design

Les réseaux sociaux sont utilisés à bon escient



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

Utile, utilisable, désirable :
redessiner les bibliothèques
pour leurs utilisateurs

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

Philosophie, processus et culture

Penser la bibliothèque
comme un tout

Concevoir la bibliothèque
en termes de design

Développer de manière
collective une vision et des valeurs
communes

L'UX n'est pas un frein à l'innovation



AARON SCHMIDT
AMANDA ETCHES

Utile, utilisable, désirable :
redessiner les bibliothèques
pour leurs utilisateurs

*[Useful, usable, desirable: applying user
experience design to your library]*

Traduction collective
sous la direction de Nathalie Clot

Design thinking

PREMIÈRE ÉDITION FRANÇAISE

PREMIÈRE ÉDITION FRANÇAISE/DEUX MILLE SEIZE

LE DESIGN THINKING EN BIBLIOTHÈQUE

WWW.LRF-BLOG.COM/DESIGN

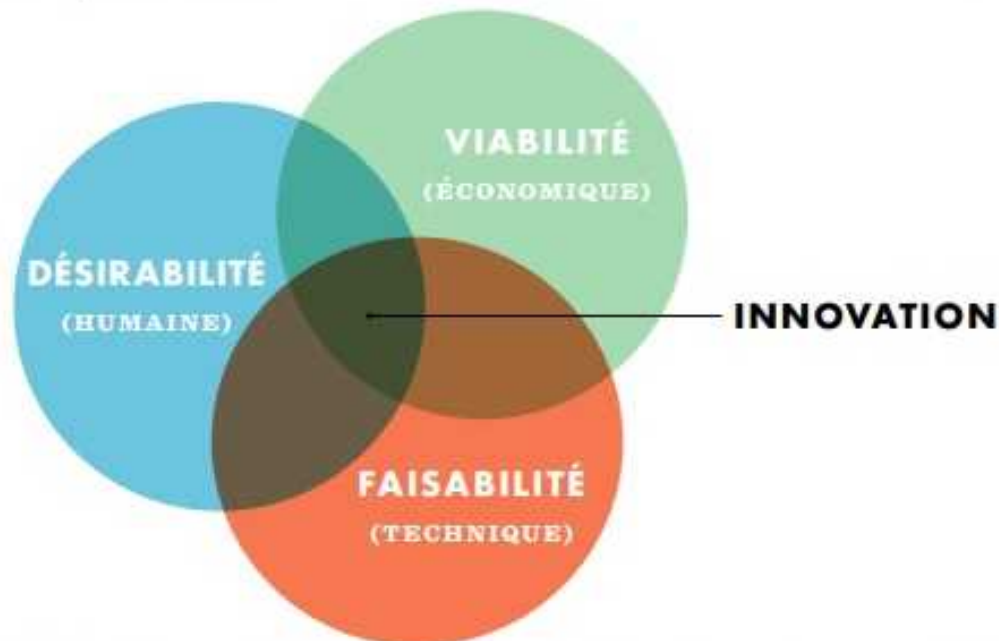
LE DESIGN THINKING EN BIBLIOTHÈQUE

Traduction et adaptation françaises
coordonnées par Nicolas Beudon
Traduction : Émilie Barbier,
Coline Blanpain, Pascale Chartier
Mise en pages : Emmanuelle Painvin

**UN KIT PRATIQUE POUR
LA CONCEPTION DE PROJETS
CENTRÉS SUR LES USAGERS**

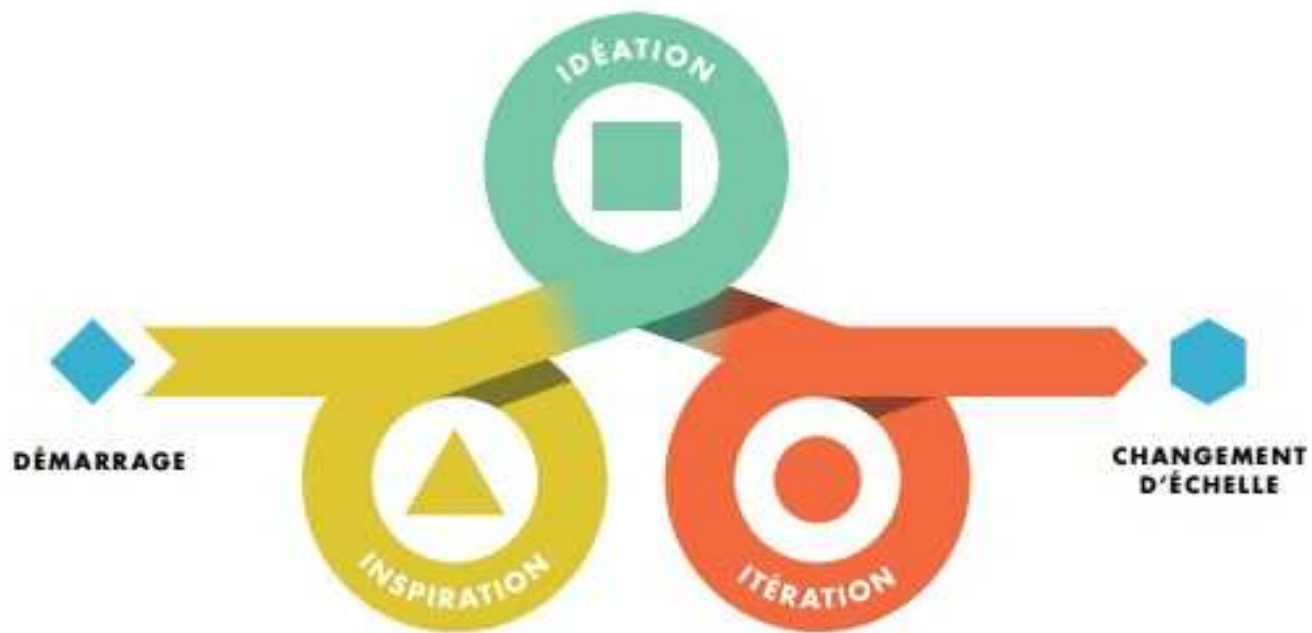
LE DESIGN THINKING EST À LA FOIS UNE MÉTHODE ET UNE FAÇON DE PENSER

Le design thinking est une méthode créative qui permet de mettre en place des services innovants en bibliothèque. L'innovation est un phénomène qui se situe à l'intersection de trois facteurs : la désirabilité, la faisabilité et la viabilité. Autrement dit, quand une offre est désirable, quand elle est économiquement viable et quand elle est techniquement réalisable, les conditions sont réunies pour innover.



Le cœur de la méthode consiste à rencontrer des gens et à les observer pour comprendre leurs besoins, à fabriquer des prototypes et à les tester pour les améliorer. Les usagers sont au centre de ce processus, c'est pourquoi il va de pair avec une philosophie que nous appelons le « design centré sur l'humain. » Tout cela peut paraître intimidant à première vue, mais il s'agit en fait d'une démarche extrêmement intuitive basée sur l'empathie. Elle mobilise des dispositions que nous avons tous naturellement, mais que nous avons tendance à sous-exploiter, comme l'intuition, l'intelligence émotionnelle ou le goût pour l'action.

LE PROCESSUS DE DESIGN THINKING





L'INSPIRATION

consiste à définir une problématique et à découvrir des approches originales.



L'IDÉATION

consiste à produire de nouvelles idées et à les concrétiser.



L'ITÉRATION

consiste en une série d'expérimentations basées sur l'avis des usagers.

J'ai
un problème.



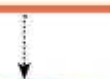
Comment
l'aborder ?

J'ai fait
des recherches.



Comment
les interpréter ?
Comment
concrétiser
mes idées ?

J'ai
un prototype.



Comment
le tester et le
perfectionner
avec l'aide
des usagers ?

Remix

Principe et objectif



Le principe

Réunir des participants aux compétences diverses et leur proposer d'esquisser leur vision de la bibliothèque idéale, à travers des questions, des problèmes concrets et des projets à réaliser

Objectif

prototyper et expérimenter des réponses aux problématiques rencontrées par les professionnels des bibliothèques dans la mise en œuvre de leurs missions, avec les habitants (usagers ou non), les acteurs des politiques publiques et les porteurs de créativité (artistes, designers, développeurs informatique et web, communauté des makers et des hackers...)

Déroulement

Remue-méninges

Nombreuses idées lancées et collectées

Modélisation de certaines idées

S'impliquer dans la création de nouveaux services



Facteurs de réussite des bibliothèques

Réussir les bibliothèques 7 leçons pour l'action

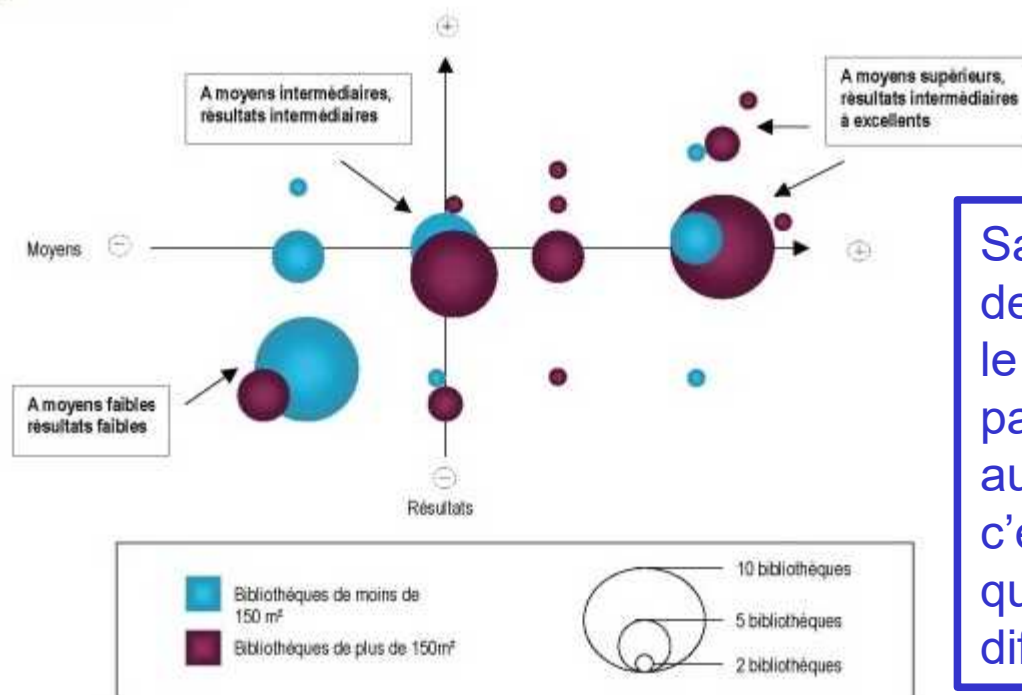
**Synthèse du rapport d'enquête
sur les facteurs de réussite des
bibliothèques et médiathèques
publiques**

Conseil général du Val-d'Oise
septembre 2011

UNE QUESTION DE MOYENS...

Leçon 1 A fréquentation importante, moyens conséquents

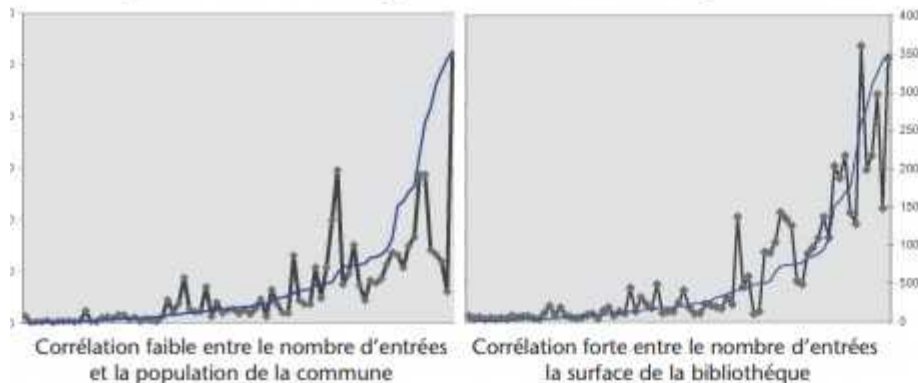
De faibles moyens conduisent à des résultats médiocres. C'est systématique pour les **bibliothèques de plus de 150m²**, bien que ce ne soit pas une condition suffisante. **Toutes les bibliothèques qui réussissent bénéficient de moyens conséquents**, en termes de budget, surface, personnel...



Sans moyen pas de succès mais le succès n'est pas proportionnel aux moyens : c'est le qualitatif qui fait la différence

Leçon 2 La bibliothèque crée son public

Les analyses statistiques ont montré que c'est le volume global des moyens qui détermine l'importance du public. **La fréquentation d'une bibliothèque est moins liée au nombre d'habitants qu'à la surface.** Il en est de même pour le nombre de prêts, qui dépend principalement du budget d'achat. En ce sens, la bibliothèque crée son public. Il faut donc dimensionner les moyens au public potentiel. Lorsqu'ils sont mal proportionnés, l'équipement est moins utilisé, moins rentabilisé. Ainsi, un sous-investissement peut finalement se révéler plus coûteux au regard du nombre d'utilisateurs réels.

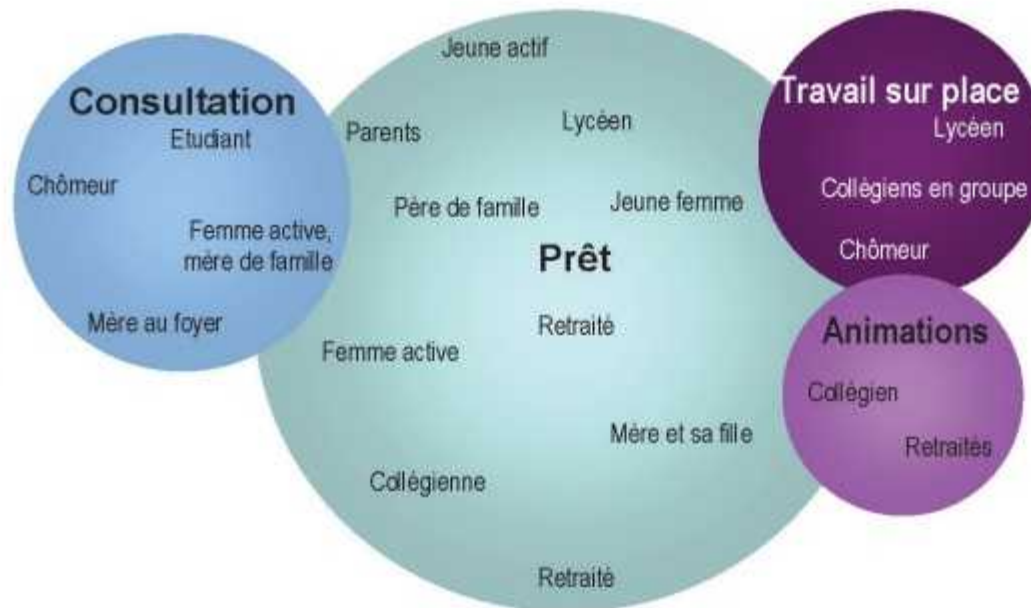


La courbe bleue représente les entrées par bibliothèque, par ordre croissant. La courbe noire représente à gauche la population communale et à droite la surface de la bibliothèque. Les coefficients sont respectivement de 0,58 et 0,83 sur 1.

Leçon 3 Faciliter des usages différents

Il existe des usages diversifiés des bibliothèques. Les habitués y croisent des visiteurs occasionnels. Les actifs empruntent le samedi. Les retraités, chômeurs ou femmes au foyer s'y rendent les jours de semaine, pour feuilleter des magazines et rencontrer d'autres personnes. Les élèves et étudiants viennent surtout après les cours et recherchent souvent une ambiance studieuse.

Ne pas proposer toutes ces possibilités en termes d'offre documentaire, de service, ou d'horaires, **c'est exclure certains publics** et limiter ainsi le niveau général de fréquentation.



Leçon 4 La complémentarité, pas la concurrence



On révise le bac, je ne suis pas inscrit ici. Pour les livres, j'en achète et je vais dans une ville voisine, à côté, il y a une bonne bibliothèque. Mais je n'y travaille pas : il n'y a pas trop d'espace pour réviser. Lycéen

Le contraste des usages est tel qu'il peut être difficile d'apporter une réponse de qualité à chacun. Spécialiser l'offre d'une bibliothèque en fonction des besoins prioritaires de sa population ou des contraintes peut être compensé par **l'organisation d'une offre diversifiée** sur un territoire plus large, correspondant par exemple à un bassin de vie pour la population.



Moi, je préfère les grandes bibliothèques : plus y a de choses, plus c'est intéressant, forcément ! Moi je préfère quand il y a plein de choses, quand c'est grand ! Employée

Organiser la complémentarité permet de servir :

- un public de proximité³
- les usagers habitués à combiner les services public et marchands



Si ça ferme à 18h, je reste jusqu'à 19h, sinon, je pars à 17h. Les autres jours, moi je vais à l'annexe. Et puis il y a le bibliobus, là, on peut aller prendre des livres là bas. Lycéenne

³ 80% des visiteurs d'une bibliothèque ne se déplacent pas au-delà d'1/4 d'heure de leur lieu de vie. Source : Usages et usagers des bibliothèques publiques en Pays de France et Plaine de France, Conseil général du Val-d'Oise, 2003.

Leçon 5 Proposer une offre actualisée, variée, adaptée

Les usagers sont satisfaits de leur bibliothèque, la fréquentent et s'y réinscrivent en jugeant la pertinence des services au regard de leurs besoins et de leurs goûts. Ainsi, ils attendent que la **collection** soit **adaptée** en terme de niveau, **diversifiée** en genres et en thèmes, et qu'elle **évolue** dans ses contenus et ses supports.



Donc je suis venu, je me suis inscrit... et puis après sont arrivés les CD, sont arrivés les DVD... donc je reste et je suis toujours là ! Retraité



Je lis l'Equipe, j'étais venu parce qu'il fallait que j'écoute un document en anglais, y avait les écouteurs, et tout le matériel... Si j'emprunte, ce sont des livres en lien avec mes études. Et puis, un ami m'a dit qu'il y avait des films. Etudiant



Au début, j'utilisais la bibliothèque que l'on a sur mon lieu de travail, et puis comme ça m'intéressait un peu moins, ils mettaient un peu plus de temps à avoir les nouveautés... Employée



Y a des matières sur lesquelles on ne trouve rien, par exemple en Biologie. Je suis au lycée, et pour les lycéens, je trouve qu'il y a pas assez de livres... c'est davantage pour un niveau supérieur. Lycéenne



Je suis allée juste une fois à la BnF, je n'y suis plus retournée... trop grand... énorme, trop de monde... Lycéenne

Leçon 6 Aménager un lieu accueillant pour tous



Tables de travail à la médiathèque
François Mauriac de Goussainville

Le confort dépend tout autant du bâtiment que de la qualité du contact avec le personnel. Si le public attend un accueil chaleureux, il peut être attaché à son autonomie. Certains usagers apprécient tout particulièrement la personnalisation du service. Quant à l'aménagement des espaces, s'il doit concilier quiétude des places de travail, intimité des coins de lecture, convivialité ailleurs, **une qualité est un animent saluée : la luminosité.**



Espace presse de la médiathèque Stendhal de Saint Ouen l'Aumône

Leçon 7 **Rendre visible la bibliothèque et ses services**



Page Facebook de la bibliothèque Aimé Césaire de Montmorency

Une fois l'offre définie, il est indispensable de la faire connaître. Les bibliothèques qui réussissent jouissent d'une situation stratégique dans la ville, le village ou le quartier. En outre, elles se rendent présentes sous les formes les plus variées : panneaux lumineux, plaquettes, une présence sur le web et les réseaux sociaux. Elles y diffusent une image dynamique de leurs services. **Lorsque la collectivité a investi dans la communication, le succès est souvent au rendez-vous.**



Panneau lumineux annonçant une animation à la médiathèque Georges Sand d'Enghien-les-Bains

En quelques mots

- ▶ Les moyens doivent être dimensionnés par rapport au public potentiel.
- ▶ Si les moyens sont nécessaires, ils ne sont pas suffisants. Le succès repose aussi sur la qualité du bâtiment, l'adéquation de l'offre documentaire et des services aux besoins identifiés de la population. Un accueil équilibré entre autonomie de l'utilisateur, chaleur du contact et souplesse dans l'application des règles est une autre clef de la réussite.
- ▶ Une bibliothèque cible inévitablement un ou des publics particuliers. Il convient de le faire en connaissance de cause et dans le cadre d'un projet. Si toutes les attentes ne peuvent être satisfaites, organiser la complémentarité entre les équipements d'un même territoire est la solution.

Conseil général du Val-d'Oise
septembre 2011

Contrepoints



« Si j'avais demandé aux gens ce qu'ils voulaient, ils auraient répondu des chevaux plus rapides. » (citation apocryphe d'Henry Ford à propos de la Ford T)

Les besoins des utilisateurs ne sont qu'un des éléments du développement du produit final, les autres étant les contraintes financières, les nécessités techniques et les exigences de contenu.

Jesse James Garrett,
Elements of User Experience, 2002

Conclusions

Que conclure ?

Une pluralité d'attentes...

explicites ou non

... et de publics

actuels et potentiels, dans leur catégorie et leur singularité

Un éventail de méthodes

mais on peut aussi faire simple et pas cher

On peut choisir des publics cibles

et y consacrer des moyens particulier

La bibliothèque relève d'une politique de l'offre

et peut expérimenter l'inattendu

A vous de jouer