

**SAVINA Erwan**

**Université Rennes 2**  
Département lettres

**Licence professionnelle Gestion et Médiation de Ressources Documentaires**  
Année 2014-2015

**Médiathèque municipale Théodore Monod**  
5 bis rue du Vau Chalet, 35830 BETTON

# Une médiathèque en quête de nouveaux publics



*Enquête sur les publics et préconisations  
pour la médiathèque de Betton*

**Tuteur : Catherine DANIEL**  
**Maître de stage : Muriel PIFFETEAU**

---

## **Remerciements**

Je tiens à remercier Muriel Piffeteau, responsable de la médiathèque de Betton pour son accompagnement et sa bienveillance tout au long du projet, ainsi que toute l'équipe pour son accueil, sa bonne humeur, ainsi que pour son implication et son intérêt manifeste pour le travail effectué ensemble.

Merci à Catherine Daniel, tuteur du stage et responsable de la formation à l'université, pour ses conseils avisés.

Merci aux personnels et aux élus de la Mairie de Betton qui ont contribué à la préparation ou ont participé à l'enquête, à François Brochain, adjoint à la culture et à la vie de la cité pour son attention au projet.

Merci aux 560 habitants qui ont fait part de leurs réponses au sondage et aux neuf personnes rencontrées en entretien.

Merci à Espacil Habitat pour avoir facilité l'accès aux habitants des logements sociaux, et aux responsables associatifs de la commune pour le relai d'information qu'ils ont constitué auprès de leurs adhérents. Merci aux responsables et animateurs du Point Accueil Emploi, de la Semaine de la petite enfance, du centre de loisirs La Chaperonnais, de l'Épicerie Sociale, du Club de l'Amitié et de Relais Atout'Age pour leur accueil, aux directions des écoles de la commune, du Carrefour Market, de la Flambée, des cafés Le Longchamp et Le Trégor, de la Boulangerie d'Armorique pour avoir accepté le sondage dans leurs locaux. Merci enfin aux médiathèques de Châteaugiron (35), de Lucien-Rose à Rennes (35), de Quimperlé (29), de Saint-Herblain (44), et de Vezin (35), à Coop-Habitat et à Vincent Doulain pour leurs réponses à mes sollicitations.

## **Résumé**

Ce mémoire évoque le projet de stage mené à la Médiathèque de Betton d'octobre 2014 à avril 2015 : une enquête auprès des publics de la commune, visant à émettre des préconisations pour permettre à la médiathèque d'attirer de nouveaux publics, et initier les réflexions pour la mise en œuvre d'une action de médiation, en vérifiant la pertinence de l'hypothèse d'une démarche participative.

La mise en œuvre du projet a suivi trois grandes étapes : un premier volet du projet a consisté à s'interroger sur la méthodologie à mettre en œuvre, d'octobre à décembre. L'élaboration des questionnaires et la mise en œuvre concrète par une enquête sur le terrain ont été entreprises de décembre à février. Enfin, l'analyse des réponses et la rédaction de préconisations ont mobilisé les mois de mars et d'avril.

Ce mémoire fait le point sur la méthodologie envisagée, les résultats de l'enquête, et les réponses apportées aux questions qui se posent tout au long du processus.

---

## Table des matières

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
<b>I - PRÉPARER.....</b>	<b>7</b>
<b>I.1 - Attirer de « nouveaux publics » ?.....</b>	<b>8</b>
I.1.1 - Les Bettonnais en quelques chiffres.....	8
I.1.2 - Qui sont les publics ? Usagers, non usagers.....	10
I.1.3 - Identifier les publics potentiels de l'enquête.....	12
<b>I.2 - Vous avez dit « médiation » ?.....</b>	<b>14</b>
I.2.1 - Qu'entendre par « médiation » ?.....	14
I.2.2 - Les actions de médiation existantes.....	15
<b>I.3 - Une enquête sur les publics .....</b>	<b>17</b>
I.3.1 - Un partenariat nécessaire.....	17
I.3.2 - Approche des publics pour le sondage de terrain.....	18
I.3.3 - Le panel pour les entretiens.....	19
<b>II - ENQUÊTER.....</b>	<b>21</b>
<b>II.1 - L'élaboration des questions de l'enquête.....</b>	<b>22</b>
II.1.1 - Le questionnaire en ligne, une approche quantitative.....	22
II.1.2 - Les entretiens, un apport qualitatif complémentaire .....	25
<b>II.2 - La récolte des données .....</b>	<b>26</b>
II.2.1 - Une lecture différenciée des réponses.....	26
II.2.2 - Quatre catégories d'usagers.....	28
<b>II.3 - Résultats de l'enquête.....</b>	<b>30</b>
II.3.1 - Une diversité d'usages.....	31
II.3.2 - Un besoin d'accompagnement et de médiation, de relation humaine.....	33
II.3.3 - Les horaires en question.....	34
II.3.4 - Faire ensemble, partager, participer.....	36
<b>III - FAIRE LE LIEN.....</b>	<b>43</b>
<b>III.1 - Des questions d'orientations.....</b>	<b>43</b>
III.1.1 - Des conflits d'usage ? .....	43
III.1.2 - Aller au-devant des publics : l'accueil et de l'accompagnement.....	45
III.1.3 - Ouvrir aux initiatives participatives : quelle implication du public ? .....	46
III.1.4 - La question de l'augmentation de l'amplitude horaire.....	47

---

<b>III.2 - Une multitude de pistes possibles.....</b>	<b>48</b>
III.2.1 - L'apport des expériences extérieures.....	48
III.2.2 - Les pistes non développées.....	50
III.2.3 - La définition de trois axes principaux.....	52
<b>III.3 - Les préconisations formulées à la médiathèque .....</b>	<b>53</b>
III.3.1 - Favoriser la venue de nouveaux publics par des dispositifs passerelles.....	53
III.3.2 - Améliorer l'accès à l'équipement et aux ressources .....	55
III.3.3 - Favoriser l'implication des publics par l'échange de pratiques.....	57
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>63</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>67</b>



---

# INTRODUCTION

Le projet de stage mené à la Médiathèque de Betton<sup>1</sup> pendant 12 semaines, d'octobre 2014 à avril 2015, est issu du souhait de la structure de prendre du recul sur ses pratiques, d'initier une réflexion sur des propositions de médiation vers les publics et d'en attirer de nouveaux.

Depuis quelques années, les évolutions des pratiques culturelles transforment en profondeur le paysage médiatique et les usages en bibliothèque. La baisse des inscriptions, l'évolution des emprunts selon le type de support, le maintien ou la progression de la fréquentation des équipements de lecture publique<sup>2</sup> en sont les signes les plus tangibles, visibles également dans les dernières statistiques de la médiathèque de Betton.

Cette évolution interroge le fonctionnement des structures et incite celles-ci à modifier leurs pratiques professionnelles pour attirer les publics, à se penser davantage comme accompagnatrices d'usagers qui s'impliquent, participent aux actions, à leur initiation et à leur mise en oeuvre. Les publics sont de nouveaux prescripteurs, remettant en questions par leurs pratiques, notamment numériques, la place des figures traditionnelles d'autorités. C'est, selon Xavier Galaup, « *la fin de l'aura des lieux concentrateurs et des intermédiaires privilégiés que sont les bibliothécaires, les journalistes et autres professions intellectuelles prescriptrices* »<sup>3</sup>, dans une société aux relations plus transversales et moins verticales. Ce constat renvoie à un questionnement sur la posture du service vis-à-vis de son public, sur le choix qui peut être complémentaire entre le *faire-avec* et le *faire-pour* son public (ou non-public), sur la place de chacun dans une relation à repenser<sup>4</sup>.

---

1 La médiathèque Théodore Monod, service public de la Mairie de Betton en Ille et Vilaine (10085 habitants) .

2 Selon la *Synthèse nationale des données d'activité 2012 des bibliothèques municipales*, publiée par l'Observatoire de la lecture publique, le taux d'inscrits actifs des bibliothèques est passé de 18,9% à 17,1% de 2007 à 2012, tandis que le taux de fréquentation passe de 205% à 227% sur la même période.

3 GALAUP, Xavier. *Usagers et bibliothécaires : concurrence ou co-création ?* Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2012.

4 Dans *Petite Poucette*, le philosophe Michel SERRES, pour qui « *une nouvelle démocratie du savoir est en marche* », préconise une reconstruction des relations entre publics et tenants traditionnels du savoir, qui doivent avoir la « *présomption de compétence* » des usagers.

---

Après une première phase de réflexion sur la méthodologie à mettre en œuvre, les objectifs du projet se sont précisés à partir des attentes formulées par la structure et des premiers éléments de reconnaissance du terrain :

- Emettre des préconisations pour permettre à la médiathèque d'attirer de nouveaux publics.
- Initier les réflexions pour la mise en œuvre d'une action de médiation.

De ces objectifs découlent des sous-objectifs :

- Mieux connaître les publics potentiels, repérer des motifs de décrochage de la médiathèque.
- Aboutir à des préconisations pour rendre la médiathèque plus proche de ses usagers.
- Proposer une démarche innovante, participative ou collaborative impliquant des usagers, notamment ceux qui ne se sentent pas concernés par ce type de service.

Il s'agit également d'être davantage en phase avec les rythmes et habitudes de vie des habitants, et de prendre en compte certaines demandes émergentes, comme celle de l'ouverture le dimanche par exemple. Pour aboutir à ces préconisations, le moyen choisi est de mener une enquête auprès des publics et des non-publics de la médiathèque.

La problématique de ce mémoire de stage en découle : comment mener une enquête qui permette de vérifier la pertinence de futures actions de médiation, en particulier l'hypothèse selon laquelle une démarche participative pourrait contribuer à attirer de nouveaux publics ?

Le temps du stage s'est structuré autour de trois grandes étapes de l'enquête, qui forment également les trois parties de ce mémoire :

Un premier volet du projet consiste à s'interroger sur la méthodologie à mettre en œuvre : état des lieux et analyse du besoin en fonction du contexte, objectifs de l'enquête, choix des publics à cibler, des moyens mobilisables, le type de dispositif, le périmètre et le calendrier de l'enquête. Cette étape s'échelonne d'octobre à décembre 2014.

La seconde partie du projet est élaboration des questionnaires et sa mise en œuvre concrète. Il a consisté en un sondage accessible sur internet pendant un mois, une enquête sur le terrain pendant quinze jours en janvier et février 2015, et des entretiens.

Enfin, l'analyse des réponses et la rédaction de préconisations mobilisent les dernières séquences du stage, de mars à avril.

---

# I - PRÉPARER

*« La nouvelle bibliothèque doit s'écrire de façon collective, progressive et réactive à l'environnement local et global, puisqu'on ne rend pas service de la même façon dans tous les contextes. »*

Claude POISSENOT, *La nouvelle bibliothèque*, 2009.

Les intentions générales à l'origine du projet sont de rendre la médiathèque et ses services attrayants pour de nouveaux publics, et de réfléchir sur la médiation à mettre en oeuvre. L'éventualité d'une enquête de publics est posée. Cette démarche doit cependant être questionnée au préalable afin d'en évaluer le besoin et d'en préciser les modalités, comme le préconise Françoise Gaudet, responsable du service Etudes et recherches à la BPI<sup>5</sup>. Il ne s'agit pas, dans cette enquête, de viser l'exhaustivité : le cadre des douze semaines de stage permet de mettre en place un processus simple dans lequel sont effectués des choix, afin de tendre vers des résultats exploitables.

La première étape consiste à s'interroger sur la méthodologie : un bref état des lieux permet de préciser les objectifs de l'enquête, de choisir les publics auxquels s'adresser, de se prononcer pour un dispositif, de s'enquérir des moyens mobilisables, de définir le périmètre et le calendrier de l'enquête. Cette collecte de données et de préparation s'échelonne d'octobre à décembre, aboutissant à une méthode présentée en réunion de service et validée par les élus.

Auparavant, questionnons les deux notions clés citées dans les objectifs du projet : les « nouveaux publics » et la « médiation ».

---

<sup>5</sup> GAUDET, Françoise. *L'enquête de public en 10 leçons ½*, dans *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011.

---

## **1.1 - Attirer de « nouveaux publics » ?**

En 2014, 38% des habitants de la commune sont « abonnés actifs » de la médiathèque : ils sont inscrits et empruntent des documents. Si ce chiffre place la structure parmi celles qui affichent un taux d'inscrits<sup>6</sup> les plus importants du département, il est à pondérer par une évolution en léger repli depuis deux ans. Il ne doit pas non plus cacher les 62% de bettonnais non-inscrits, dont certains fréquentent l'établissement.

Qui sont ces publics ? Pour imaginer des actions originales, adaptées au territoire et à ses habitants, il est important de commencer par en étudier certaines caractéristiques. Puis nous définirons ce que peuvent recouvrir les termes de « nouveaux publics », afin de procéder à des choix de ciblage pour l'enquête.

### ***1.1.1 - Les Bettonnais en quelques chiffres***

Betton est une commune périurbaine de 10 085 habitants<sup>7</sup>, située à 10 km au nord de la ville de Rennes. Membre de Rennes Métropole, elle est constituée d'un centre-ville entouré de zones résidentielles et de zones artisanales. La commune est bien reliée au pôle urbain : elle est traversée par un canal navigable, un chemin de fer, et est bordée par une voie express<sup>8</sup>. Cette ville connaît une progression notable de sa démographie (Betton compte 9103 habitants en 2006).

Les statistiques concernant les habitants de Betton indiquent des marqueurs d'éloignement de la lecture<sup>9</sup> moins déterminants que ceux relevés aux niveaux départemental et national : elles témoignent d'une population à haut niveau de formation, d'un faible taux de familles

---

<sup>6</sup> Le « taux de pénétration » dans la population ou « taux d'inscrits » est le nombre d'emprunteurs effectifs issu d'un territoire donné, sur une période de douze mois consécutifs, rapporté au nombre d'habitants de ce territoire.

<sup>7</sup> *Commune de Betton (35024) - Dossier statistique de la commune*. Paris : INSEE, 2011. disponible sur le web : <[http://www.insee.fr/fr/themes/dossier\\_complet.asp?codgeo=COM-35024](http://www.insee.fr/fr/themes/dossier_complet.asp?codgeo=COM-35024)>.

<sup>8</sup> Voir annexe A.

<sup>9</sup> Ces indicateurs sont utilisés par le consultant et formateur Vincent DOULAIN comme marqueurs dont peuvent se saisir les bibliothèques pour s'adresser aux publics les plus éloignés de la lecture, en partie au regard des résultats de l'enquête de Olivier DONNAT *Les pratiques culturelles de Français à l'ère du numérique : enquête 2008*. Paris : Editions La Découverte, 2009. Selon cette source, la part de la population sans diplôme a une propension à fréquenter un équipement culturel six fois plus faible qu'un diplômé Bac +3. La situation de famille monoparentale peut être caractérisée par un isolement et une précarité qui peuvent impacter les apprentissages éducatifs, scolaires et culturels. Les périodes de chômage, en particulier celles des 15-24 ans constituent des moments d'adaptation, de fragilisation ou de construction dans lesquels les équipements publics dont les bibliothèques ont un rôle à jouer. <http://www.pro-mouvoir.fr/>

---

monoparentales et d'un taux de chômage bien inférieur à la moyenne française<sup>10</sup>.

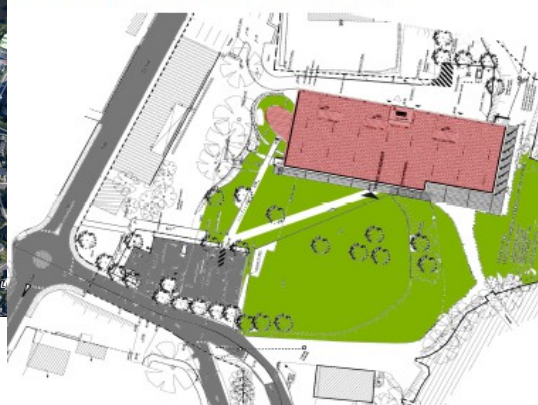
Les données concernant les catégories socioprofessionnelles des habitants de la commune indiquent une présence de « cadres » et de « professions intermédiaires » plus forte que la moyenne nationale. Les personnes des catégories d'âges 45-59 ans et 60-74 ans sont également plus nombreuses que la moyenne de la France métropolitaine. Il en est de même, dans une moindre mesure, pour les 0-14 ans et les 15-29 ans<sup>11</sup>. Ces indicateurs contribuent à décrire une commune dont les habitants ont en majorité un niveau de vie moyen à supérieur et sont professionnellement actifs, ce qui ne doit pas empêcher le questionnement vis-à-vis des autres catégories moins aisées de la population.

La médiathèque Théodore Monod est une structure très récente. Le bâtiment est construit de 2005 à 2007 au centre-ville, dans un coin de verdure au bord de l'eau, et ouvre ses portes au public en septembre 2008. Son grand espace ouvert<sup>12</sup> et lumineux, baigné de tons chauds rouges et jaunes, abrite les collections et les services sur deux niveaux, le niveau bas étant attribué aux collections pour la jeunesse, et le niveau haut à celles pour adultes et adolescents et à l'espace informatique. Le service emploie 7 agents et fait partie d'un pôle « Vie de la cité » qui regroupe les activités municipales dans les domaines de la culture, des associations, du sport, de la jeunesse et de l'éducation.



La médiathèque (indicateur rouge) dans son environnement (vue GoogleMap)

Plan de situation de la médiathèque



Nord ↑

---

10 Données issues du Système d'Informations Géographiques de l'INSEE par zones IRIS (Îlots Regroupés pour l'Information Statistique), sur des indicateurs considérés comme des marqueurs pertinents d'éloignement des publics des pratiques culturelles : taux de hauts diplômés, taux de non diplômés, taux de chômage, taux d'emploi des 15-24 ans, taux de familles monoparentales. Voir graphiques en annexe C.

11 Voir annexe B.

12 Voir annexe A'.

---

### ***1.1.2 - Qui sont les publics ? Usagers, non usagers.***

« Emprunteurs », « séjourneurs », « visiteurs », « non-usagers », « utilisateurs du site », « auditeurs », publics « captifs », publics « éloignés », publics « empêchés », la diversité des mots désignant les publics reflète surtout celle des usages (et des non-usages) qui les font passer d'une catégorie à l'autre, au delà de celles des situations liées à l'âge, à une singularité ou aux catégories socio-professionnelles.

Les « abonnés actifs » sont souvent les seuls publics pris en compte dans les statistiques des structures pour évaluer leur activité. Nous distinguons ici quatre principaux groupes, dont deux peuvent être isolés par les statistiques du SIGB<sup>13</sup> – les inscrits et les anciens inscrits – et deux échappent à ce chiffrage – les visiteurs et les non fréquentants.

**Les inscrits** - En 2014, 38% de la population de Betton est « abonné actif » de la médiathèque. Il s'agit du deuxième plus fort taux d'Ille-et-Vilaine. Cela représente 3950 personnes, qui empruntent 192 000 documents en 2014, ce qui est largement au-dessus de la moyenne française des médiathèques aux moyens comparables<sup>14</sup>. Son rayonnement géographique en dehors de la commune est notable<sup>15</sup>. Avec 85 000 entrées par ans, la structure maintient sa fréquentation mais connaît une érosion du nombre d'inscrits, selon les documents statistiques tirés du SIGB de la structure et les rapports d'activité.

L'étude à partir des données du SIGB de la typologie des usagers actifs de la bibliothèque, montre qu'une faible proportion d'ouvriers, de chômeurs, d'agriculteurs ou de commerçants est inscrite à la bibliothèque. C'est également le cas des retraités, nombreux sur la commune mais sous-représentés dans les statistiques d'usagers, ainsi que des jeunes (15-29 ans). A l'inverse, les professions intellectuelles et d'encadrement, les professions intermédiaires et les employés sont

---

13 Le Système Intégré de Gestion de Bibliothèque est le logiciel informatique gérant les différentes activités de la bibliothèque : gestion des collections et des usagers, de la circulation des documents, des acquisitions, édition de rapports statistiques. A Betton, il s'agit du logiciel Carthame, de Décalog. La connaissance des publics via le SIGB est recommandée par Claude POISSENOT dans *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011.

14 Les médiathèques des communes de 15000 habitants déclarent en moyenne 2420 inscrits actifs pour une activité de 74500 prêts, en 2012, selon la synthèse nationale des données d'activité 2012 des bibliothèques municipales, publiée par l'Observatoire de la lecture publique, citée par le rapport d'activité de la médiathèque de Betton, 2014.

15 Voir annexe G.

---

fortement représentés<sup>16</sup>. Cette situation n'est pas spécifique à Betton : en Ille-et-Vilaine, les publics de 15-29 ans forment 12% du public des bibliothèques municipales, alors qu'ils constituent 20,4% de la population du département. Les catégories surreprésentées dans les statistiques d'inscription y sont également les cadres et les professions intermédiaires, tandis que les catégories sous-représentées sont les ouvriers, les commerçants et artisans et les retraités<sup>17</sup>.

**Les anciens inscrits** - L'étude des anciens inscrits à partir des données du SIGB montre que les 18-25 ans forment la plus forte proportion à ne pas se réinscrire à la médiathèque de Betton. Peut-être faut-il y voir le choix d'une bibliothèque universitaire ou d'un départ ? Cette indication est à pondérer car certains parents gardent l'inscription gratuite de leur enfant étudiant. L'étude indique également une forte non-réinscription des chômeurs.

**Les visiteurs ou usagers non-inscrits** - La diversification des usages conduit à une importance grandissante de la catégorie des visiteurs. Ils fréquentent la médiathèque, parfois assidûment, sans être identifié par la structure, car ils ne prennent pas de carte d'inscription. Ils viennent lire des livres, la presse, assister à des spectacles, des rencontres d'auteurs, voir des expositions, accompagner d'autres usagers, leurs enfants ou petits enfants. D'autres types de visiteurs sont ceux du site internet ou des réseaux sociaux. Le nombre de ces visiteurs et leurs usages sont difficiles à déterminer, la présente étude cherche à rendre plus visibles leurs habitudes et leurs motivations.

**Les non-fréquentants** - Parmi les personnes qui ne fréquentent pas la médiathèque figurent des publics dits « éloignés » du bain culturel. Le milieu social, l'éducation, la fragilisation économique, les habitudes de loisirs, parfois le manque de temps, l'éloignement géographique, la fatigue, le manque de réseau relationnel en lien avec la médiathèque sont autant de facteurs qui peuvent influencer négativement sur leur attrait pour un tel lieu. Ils peuvent ne pas ressentir de besoin particulier à le fréquenter, et même ne pas se sentir autorisés, légitimes à venir dans un endroit encore parfois perçu comme intimidant.

---

16 Voir annexes E et F.

17 Données issues d'un diagnostic de 2009 de la BDP d'Ille-et-Vilaine : *POLDOC, Public potentiel, public réel. Restitution de projet, médiathèque départementale. Rennes : 2009. Disponible sur le web : <[http://www.mediathèque35.fr/sites/default/files/asset/document/synthese\\_publics\\_5.pdf](http://www.mediathèque35.fr/sites/default/files/asset/document/synthese_publics_5.pdf)>*.

---

Nous avons choisi de ne pas aborder les réalités spécifiques des publics dits « empêchés »<sup>18</sup> : les personnes en situation de handicap ou pris en charge par une institution participent à des actions d'animation et de médiation en fonction de partenariats bilatéraux avec la médiathèque. En faire le bilan et proposer de nouvelles pistes pourrait faire l'objet d'un travail à part entière, prenant en compte la singularité de chaque public et de chaque structure.

### ***1.1.3 - Identifier les publics potentiels de l'enquête***

Qui peut-on, considérer comme « nouveaux publics » potentiels de la médiathèque ? Assurément tous ceux qui ne viennent pas ou plus, et particulièrement les personnes les plus éloignées des habitudes culturelles, mais aussi les personnes qui fréquentent sans être inscrits, ou les abonnés dont les usages changent. Cependant l'augmentation du taux d'inscrits ne peut être le seul but. Comme le rappelle Jean-François Hersent, « *l'objectif d'accroissement des publics et celui de la réduction des inégalités ne sont pas systématiquement liés : le public d'un équipement culturel peut parfaitement augmenter sans que, pour autant, on enregistre une réelle démocratisation, c'est-à-dire, sans qu'il y ait accroissement significatif des catégories sociales traditionnellement les plus éloignées des possibilités d'accès à la culture.* »<sup>19</sup>

Les publics cibles auxquels s'adresser font l'objet d'hypothèses à tester :

- les « nouveaux bettonnais » : la commune de Betton étant en croissance urbaine et accueillant de nouveaux habitants chaque année, une attention particulière peut être adressée aux nouveaux venus, qui ne connaîtraient pas encore la médiathèque ou n'auraient pas eu l'occasion d'y venir.

- les publics non-fréquentants au sens général, dont les publics bénéficiaires de dispositifs d'aide à l'emploi, du CCAS<sup>20</sup>, des réseaux de solidarité...

- les anciens inscrits, car ils sont plus faciles à repérer, via le SIGB. Connaissant le service et n'y adhérant plus, ils peuvent permettre de comprendre les raisons de leur désaffection.

---

18 L'appellation conventionnelle "publics empêchés" désigne « les personnes ne pouvant se déplacer à la bibliothèque : malades, personnes à mobilité très réduite, personnes très âgées, hospitalisés, détenus... » Source : <http://www.enssib.fr/>

19 HERSENT, Jean-François. *Les bibliothèques municipales en France 1980-2000, de la marginalité à l'institutionnalisation culturelle*, dans la préface de *Les bibliothèques municipales et leurs publics, pratiques ordinaires de la culture*, Paris, BPI, 2001.

20 Le Centre Communal d'Action Sociale de Betton met à notre disposition le *Bilan 2013 du dispositif Sortir !*. Ce dispositif de Rennes Métropole permet aux bénéficiaires de pratiquer des activités ou de voir des spectacles à tarifs préférentiels. Une carte *Sortir !* est délivrée en fonction des revenus et de la situation familiale.



---

Un premier relevé de données est effectué, alimenté par plusieurs types de sources d'information consultés au mois de novembre : statistiques existantes sur documents officiels, statistiques à partir du SIGB, rencontre de trois élus, de responsables associatifs, de responsable d'accueils sociaux (CCAS, Point Accueil Emploi).

Une étude sur les habitants des nouveaux quartiers<sup>21</sup> a conduit à la non-priorisation du public des « nouveaux bettonnais » pour l'enquête.

Les données recueillies auprès des bailleurs sociaux, offrent un regard différent<sup>22</sup>. Les habitants de ces logements présentent un taux de chômage et un taux de familles monoparentales plus élevés que dans le reste de la commune.

**En résumé** de la récolte de données, les anciens inscrits de la médiathèque, les locataires des logements locatifs sociaux, les chômeurs et les personnes ayant de faibles ressources, les ouvriers et les commerçants, les jeunes parents, les jeunes actifs, les retraités... forment des pistes potentielles pour l'enquête. Dans la perspective de favoriser l'implication des usagers, il est également important de permettre aux abonnés de répondre au questionnaire.

Ce panorama paraît disparate et morcelé, probablement incomplet, ce qui plaide pour une approche globale pour un questionnaire en ligne, avec ciblage lors de l'enquête de terrain<sup>23</sup>.

---

21 Des démarches ont été entreprises auprès des trois promoteurs immobiliers opérant sur le secteur de la Basse Renaudais, livré en 2013, à l'ouest de la zone urbanisée. Via les données transmises par l'un d'entre eux, il a été possible de dresser une typologie sommaire d'un échantillon de bénéficiaires du programme d'urbanisation. L'étude a porté sur deux programmes de *Coop Habitat*, comportant au total 46 logements. Ces logements comptent au total 66 adultes et 28 enfants. Il s'agit en grande majorité de personnes de catégories socioprofessionnelles fréquentant déjà assidument la médiathèque : professions d'encadrement, professions intermédiaires ou employés. Il n'y a pas d'agriculteur, peu d'ouvriers, pas de chômeur ni de retraités.

22 Voir annexe D.

23 Nous avons décidé d'adresser le questionnaire uniquement aux personnes de plus de quinze ans (limite basse de la catégorie INSEE des 15-34 ans). En effet une étude auprès des publics jeunes et des enfants relève d'une méthodologie spécifique qu'il n'était pas possible de mettre en œuvre dans le temps imparti : il aurait signifié d'appliquer des méthodes d'approche spécifiques en fonction des âges, de baser l'enquête sur la rencontre directe, un questionnaire informatique étant inapproprié. Il aurait aussi impliqué d'établir des questionnaires différents, de distinguer les réponses des enfants de celles des parents. Ceci ne signifie pas pour autant qu'il faille bannir la question des usages des enfants dans la médiathèque, bien au contraire, mais de la prendre en compte sous l'angle des usages familiaux.

---

## I.2 - Vous avez dit « médiation » ?

### I.2.1 - Qu'entend par « médiation » ?

« Médiation » est un mot central de la sémantique des bibliothèques, des centres culturels, des associations d'éducation populaire. Il désigne des notions très diverses en fonction des pratiques : médiation sociale, culturelle, documentaire... *Media* est le pluriel du mot latin *medium*, dérivé de l'adjectif *medius*, signifiant *milieu*. La médiation désigne la mise en place d'un *intermédiaire*, qui ne doit pas être un écran, mais un lien, un facilitateur entre les publics et les collections, les œuvres. Cette notion est devenue nécessaire en médiathèque avec la généralisation du libre accès aux collections, et son importance s'accroît avec le développement d'Internet. Le président du Centre national de la médiation Jean-François Six<sup>24</sup> distingue quatre types de médiation : « *créatrice de rapports nouveaux* », « *renovatrice de liens distendus* », « *curative* » et « *préventive de différends en gestation* ». En ce qui concerne les bibliothèques, Abdelwahed Allouche<sup>25</sup> définit la médiation du livre comme « *une démarche professionnelle ou citoyenne qui consiste à organiser des rencontres autour des écrits, et des livres en particulier, en sollicitant la participation active des bénéficiaires* ».

L'élément médiateur, matériel ou humain, favorise l'accès au document, afin de rendre possible le rapprochement, la rencontre et l'appropriation. Certaines tâches peuvent se faire avec ou sans l'utilisateur, comme la veille, la sélection, le traitement, la valorisation, d'autres tâches s'adressent directement à l'utilisateur ou se font avec lui : communication, accueil, prescription, conseil, formation. Enfin, certaines actions sont à l'initiative de l'utilisateur : demander, s'informer, se renseigner, suggérer, emprunter, lire, écouter, partager, créer, interagir, échanger.

Il s'agit donc d'une démarche globale<sup>26</sup> d'accueil, de communication, d'éducation aux contenus et aux outils, afin d'instaurer une relation, de produire du sens, de livrer des clés de compréhension des codes implicites du lieu, des modes d'accès aux documents. Il s'agit donc aussi

---

24 SIX Jean-François, MUSSAUD, Véronique. *Médiation*. Paris, Seuil, 2002.

25 ALLOUCHE Abdelwahed, *Les médiations dans les bibliothèques publiques*. Bulletin des Bibliothèques de France, 2007, n°6. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0071-002>>.

26 CHEKIB, Vincent. *L'accueil des publics en bibliothèque : une pratique politique d'ouverture sans se perdre ni exclure*. Mémoire d'études de diplôme de conservateur des bibliothèques, 2008, p.28.

---

de comprendre la façon dont ceux-ci sont reçus, les motivations et usages des publics.

Une démarche de médiation implique de créer un espace relationnel, d'interaction et de participation. Elle doit laisser à l'utilisateur la liberté de ses choix, sa force de proposition et d'action, sa volonté de dialogue avec le bibliothécaire ou avec le lieu. Une partie de la réflexion concerne donc la place de l'utilisateur, celle que lui laisse le bibliothécaire en dehors des rapports de consommation courants : lire, écouter, emprunter, jouer. Cette place peut être créée du côté du professionnel par l'invitation, la suggestion, et du côté du public par le fait de se sentir autorisé à investir cet espace - de conversation, d'implication, de transformation. Il s'agit « *d'envisager le métier de bibliothécaire comme un ensemble de relations socioculturelles.* »<sup>27</sup>

### ***1.2.2 - Les actions de médiation existantes***

La médiathèque de Betton développe une programmation diversifiée tournée vers la médiation : spectacles pour les tout-petits, séances de cinéma documentaires, rencontres avec des auteurs, ateliers informatiques, conférences, accueils des enfants des écoles... 213 événements ont eu lieu en 2014, dont l'organisation d'un prix littéraire, d'un jeu de piste, de tournois de jeux vidéo. Elle propose un certain nombre de services numériques : portail en ligne, vidéo à la demande<sup>28</sup>, tablettes, liseuses, accès Internet sur ordinateurs reliés à une imprimante, wifi gratuit, jeux vidéos sur place (Wii et DS).

**Des outils de valorisation des contenus sont mis en œuvre dans et hors-les-murs.** Dans la médiathèque, un espace de présentation des coups de cœur des lecteurs et des nouveautés est situé près de l'entrée, des tables thématiques sont installées par les agents, la médiathèque est présente sur le réseau social Facebook et son catalogue est en ligne sur son site internet. Les agents sont sensibilisés à l'accueil et chaque nouvelle inscription donne lieu à une visite personnalisée de la structure et une présentation des services. De plus l'équipe est attentive à l'acquisition de supports adaptés aux personnes présentant une déficience visuelle : textes lus, sélection de contenus « faciles à lire ». Des lectures à voix haute sont animées en partenariat avec *Bibliopass*<sup>29</sup> avec les

---

27 ALLOUCHE Abdelwahed, *Les médiations dans les bibliothèques publiques*, op.cit.

28 *Médiathèque Numérique*, un service d'Arte VOD et Universciné. Ce service est proposé par la médiathèque depuis octobre 2014.

29 *Bibliopass*, fondé par Françoise Sarnowski, travaille avec les structures de lecture publique sur les questions d'accessibilité.

---

publics de l'ESAT<sup>30</sup> et de la Résidence de la Lande<sup>31</sup> et le MAS Ty Héol<sup>32</sup>, des séances d'initiation à l'animation autour du livre à l'attention des ATSEM et des animateurs de la commune.

A l'origine du projet de stage, il est question d'imaginer des actions hors-les-murs qui pourraient permettre d'attirer de nouveaux publics à la médiathèque. Ce type d'actions permet en effet d'intégrer les acteurs sociaux ou en charge de publics spécifiques dans la réflexion et le partenariat, de ne pas se cantonner au lieu « bibliothèque » dans les actions envisagées pour se rapprocher des publics, en particuliers de ceux qui sans pour autant être « empêchés », éprouvent des difficultés à fréquenter les établissements culturels traditionnels<sup>33</sup>.

Des actions hors-les-murs sont déjà menées en partenariat bilatéral avec le Centre Communal d'Action Sociale, les assistantes maternelles, la Halte garderie, le foyer de personnes âgées La Résidence de l'Ille, l'Institut Tomkiewicz<sup>34</sup>, les centres de loisirs, les écoles... Par ailleurs, il existe un service de portage à domicile qui, bien qu'il soit très peu utilisé, est proposé par la médiathèque en partenariat avec l'association de services de proximité Relais Atout'Age.

La médiathèque réfléchit régulièrement à d'autres pistes qu'elle pourrait développer, en fonction du bilan de ces actions, qu'elles soient couronnées de succès ou qu'elles éprouvent des difficultés à se mettre en place.

Une initiative emblématique du souhait de la médiathèque de se rapprocher de ses publics est la mise en place en 2013 du dispositif « Betton se livre ». Un kiosque à livres est installé sur la place du marché, au centre-ville près du canal. Il s'agit d'une boîte vitrée contenant des livres ou revues issus du désherbage et des dons effectués à la médiathèque. Il est possible pour chacun « *de se servir, de lire sur place ou d'emporter, de garder, ou de redéposer, de donner à d'autres... mais pas de vendre !* »<sup>35</sup> Un triporteur « Betton se livre » permet d'assurer le renouvellement de la boîte deux fois par semaine, et de rendre mobile le dispositif en fonction des besoins.

**La médiathèque peut s'appuyer sur une vie locale très dynamique :** le *Guide de Betton* recense un grand nombre d'associations, dont le *Club Sportif Bettonnais (CSB)* qui rassemble une

---

30 Etablissement et Service d'Aide par le Travail du Halage, à Betton.

31 Foyer d'accueil médicalisé pour personnes cérébrolésées.

32 Maison d'Accueil Spécialisée, service municipal d'aide aux personnes handicapées.

33 TABET, Claudie. *La bibliothèque "hors les murs"*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2004.

34 Etablissement médico-social au bénéfice d'adolescents présentant des difficultés psychologiques.

35 Présentation du dispositif sur le site municipal *betton.fr*.

---

diversité de sections disciplinaires. Il existe plusieurs centres municipaux accueillant les plus jeunes (un lieu d'accueil parent-enfants, un centre 3/11 ans, un centre 10/14 ans et un centre pour les plus de 14 ans), des associations de loisirs permettent l'activité des personnes âgées, des réseaux de solidarité et des services d'information fonctionnent sur le territoire de la commune. Cependant il n'existe ni centre social ni maison de quartier. La médiathèque peut endosser le rôle fédérateur que joue habituellement ce type de structure, conjointement et en cohérence avec les dynamiques existantes, afin de développer d'autres modes de médiation auprès des publics.

### **I.3 - Une enquête sur les publics**

La préparation de l'enquête s'inspire des guides méthodologiques proposés par Christophe Evans<sup>36</sup>, Claude Poissenot<sup>37</sup>, ainsi que de François de Singly<sup>38</sup> et Alain Blanchet<sup>39</sup>. Après avoir collecté les données locales et étudié la faisabilité (accès aux publics, moyens...) de l'enquête, nous fixons le périmètre et le calendrier de celle-ci, et nous prononçons pour deux approches complémentaires :

- un sondage en ligne d'une quinzaine de questions, avec l'objectif minimum de 200 réponses afin de limiter les marges d'erreur<sup>40</sup> et le recours à une approche de terrain.
- des entretiens avec un panel d'habitants, idéalement 20 personnes.

#### ***1.3.1 - Un partenariat nécessaire***

Comme pour toute action en direction des publics, qui plus est dans une démarche participative, le partenariat est nécessaire afin de mener ensemble l'action, de favoriser l'implication de tous, de permettre un meilleur relai auprès des publics ciblés, que se soit pour l'enquête comme pour les actions à venir.

---

<sup>36</sup> EVANS, Christophe. *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011.

<sup>37</sup> POISSENOT, Claude, RANJARD, Sophie. *Usages des bibliothèques : approche sociologique et méthodologie d'enquête*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2005.

<sup>38</sup> SINGLY, François de. *L'enquête et ses méthodes : Le questionnaire*. Paris : Nathan, collection 128, 1992.

<sup>39</sup> BLANCHET, Alain, GOTMAN, Anne. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris : Nathan, collection 128, 1992.

<sup>40</sup> La marge d'erreur est évaluée de 3,1 à 7,1% pour 200 réponses selon Romuald RIPON, dans *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011, p.66.

---

Le premier partenariat à engager est avec l'équipe de la médiathèque elle-même : s'enquérir des actions déjà menées vers ou avec les publics, tester les questionnaires auprès d'eux et l'ouvrir à leurs suggestions, faire un point sur le projet afin de les informer à chaque réunion d'équipe, prendre en compte leur avis dans les préconisations, vérifier auprès d'eux la pertinence des idées émises, évaluer avec eux les répercussions possibles des propositions.

Le travail de préparation, la présentation du projet, sa mise en œuvre jusqu'à son bilan se font en lien avec l'élu à la culture et le responsable du pôle *Vie de la Cité* de la Mairie. Une présentation du projet est réalisée pour le conseil municipal. Le partenariat avec toutes les composantes du tissu associatif et social de la commune est recherché pour approcher les publics.

### ***1.3.2 - Approche des publics pour le sondage de terrain***

Le sondage étant accessible uniquement par des voies numériques risque de ne concerner que les publics qui se servent spontanément des outils informatiques, et qui répondront de façon totalement volontaire au questionnaire, ce qui suppose un premier degré d'intérêt pour le sujet de la médiathèque. Il s'agira donc d'approcher le plus possible les publics éloignés de ces outils et de cette démarche, en s'appuyant sur l'ensemble des acteurs pertinents du territoire de la commune.

Les partenaires usuels de la médiathèque sont sollicités : le Centre Communal d'Action Sociale, le Point Accueil Emploi de la Mairie, la Halte garderie les associations culturelles, de loisirs, sportives...

Une vingtaine de lieux de rencontre des publics sont choisis pour l'enquête de terrain :

– Deux lieux associatifs d'activités de loisirs de personnes âgées : le Club de l'Amitié qui se réunit chaque jeudi, et le local de *Relais Atout'Age* animé par l'ADMR (Association d'Aide en Milieu Rural) et l'association *Relais Services*.

– La salle polyvalente de la Mairie lors de la *Semaine de la Petite enfance*, organisée par la Mairie de Betton à destination des professionnels de la petite enfance et des familles.

– Les bénéficiaires de l'Epicierie sociale, service de solidarité alimentaire et réseau de convivialité et d'activité.

---

– Les bénéficiaires du Point Accueil Emploi, espace d'information et d'accompagnement municipal des personnes en recherche d'emploi, bénéficiaires du RSA ou ayant un rendez-vous avec l'assistante sociale.

– Les locataires des cinq principaux ensembles de logements sociaux de la commune.

– Les salariés de trois entreprises situées dans la zone artisanale des Forges.

– Les passagers du train descendant à la gare SNCF, qui reviennent du travail.

– Un lieu de restauration ouvrier en centre ville : *La Flambée*.

– Les clients et gérants des boutiques des quatre principales zones commerciales de la commune : grande surface *Carrefour market*, commerce de la rue de Rennes, de l'avenue d'Armorique et du *centre commercial du Trégor* : cafés, boulangeries, services...

– Les clients du marché du dimanche matin.

– Les parents d'élèves à la sorties des quatres écoles de la commune.

– Les parents d'enfants accueillis au centre de loisirs municipal *La Chaperonnais*.

– Les citoyens venus rencontrer les élus dans le quartier HLM de Haut-Betton.

Un rendez-vous est fixé pour décembre avec chaque partenaire concerné. Il s'agit de présenter la démarche, de fixer les modalités de ma présence auprès des publics en février (dates, heures et lieux précis, durée...)

### ***1.3.3 - Le panel pour les entretiens***

Le panel est constitué selon deux méthodes : après acceptation au téléphone des personnes concernées, ou « en direct » sur le terrain, ce qui comporte une part de hasard. Il était prévu à l'origine de consulter vingt personnes<sup>41</sup>. Le manque de temps disponible conduit à réduire le groupe, mais le principe a été conservé car il permet de recueillir des ressentis et des avis personnels sur les thématiques abordées dans le questionnaire :

– 5 personnes tirées au sort dans la commune (pages blanches de l'annuaire). Le rendez-vous est pris par téléphone. Cette méthode permet de toucher davantage les personnes relativement âgées, en recherche d'emploi ou sans activité professionnelle, trois catégories qui figurent parmi celles qui s'inscrivent le moins à la médiathèque.

---

<sup>41</sup> Mariangela ROSSELLI recommande un nombre d'entretiens variant de 20 à 50, dans *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011, p.87.

---

– Des personnes interrogées « en direct » dans le cadre d'un porte à porte dans des immeubles HLM, au risque d'affronter des refus, car il n'est pas possible de contacter préalablement les personnes. Un badge est mis à disposition par le bailleur social *Espacil* afin de faciliter l'accès aux logements.

– 3 agents de la commune. Cette catégorie de personne est également peu représentée dans les inscrits de la médiathèque, et il semble intéressant de recueillir leur avis sur un service qu'ils connaissent par le biais de leur activité professionnelle, sans pour autant le fréquenter. Les trois personnes sont désignées au hasard dans divers secteurs professionnels : accueil administratif, entretien des locaux et espaces verts.



---

## II - ENQUÊTER

*« Les propositions d'amélioration faites par les non-usagers de bibliothèques (...) sont probablement à prendre (...) comme des incitations à (re-)mettre les bibliothèques au centre de la Cité et de la vie de ses habitants. »*

Olivier MOESCHLER,

*« Fontaines de connaissance » ou « musées du livre » ?... Les bibliothèques municipales selon leurs non-usagers.*

Ressi no.6, octobre 2007.

La seconde partie du projet consiste en l'élaboration des questions du sondage et de la grille d'entretien, en la mise en œuvre concrète, et en l'analyse des réponses.

Les questions du sondage et des entretiens sont élaborées et présentées en Mairie au mois de décembre pour validation<sup>42</sup>.

Le questionnaire est ensuite diffusé. Il est disponible en ligne<sup>43</sup> du 24 janvier au 28 février 2015, et relayé par messagerie auprès des adhérents des associations locales. L'enquête de terrain sur la base du sondage et de périodes d'entretiens se déroule du 24 janvier au 7 février.

La récolte et l'analyse des données est effectuée en mars 2015. 560 personnes ont répondu au sondage en ligne, et 9 personnes sont entendues en entretien. Cette partie du mémoire présente dans un même développement les questions posées et les résultats de l'enquête à travers une analyse des principales données, mis en relation avec les propos issus des entretiens et des questions ouvertes.

---

42 Voir annexe M.

43 Le lien vers le questionnaire a été publié sur le site de la Mairie de Betton dans l'article disponible à l'adresse [http://www.betton.fr/accueil/lettres\\_dinfos/lettre\\_dinfos\\_du\\_5\\_fevrier\\_2015](http://www.betton.fr/accueil/lettres_dinfos/lettre_dinfos_du_5_fevrier_2015), sur le site de la médiathèque et sur sa page Facebook.

---

## II.1 - L'élaboration des questions de l'enquête

Les champs de questionnements de l'enquête peuvent être nombreux : Quelles sont les pratiques culturelles, les attentes et les besoins des usagers qui empruntent, ceux qui ne font que fréquenter, ceux qui ne viennent pas ou plus ? Quel est leur rapport à la structure ? Quelles ont les raisons de la non fréquentation, de la non-inscription ? Quels changements sont souhaités dans les horaires d'ouverture ? Quelles actions peut-on imaginer ? Les publics souhaitent-ils s'impliquer dans les décisions ? Le peuvent-ils ? Selon quelles modalités ? Quels seraient les avantages de leur implication, les limites ?... Afin de circonscrire le sujet, il faut dégager quelques grandes idées sur que ce que la structure souhaite faire avec les publics.

L'élaboration du questionnaire doit également tenir compte de plusieurs facteurs : les questions ne doivent pas être trop nombreuses ni trop longues, pour ne pas égarer les sondés dans un exercice fastidieux. Le logiciel utilisé impose aussi ses contraintes formelles<sup>44</sup>. Seules sont retenues les questions qui peuvent déboucher sur des enseignements utilisables pour les actions à imaginer. Un travail est effectué sur la formulation des questions, leur ton, afin qu'elles puissent être comprises avec le moins d'ambiguïtés possibles. Nous verrons que des zones d'ombre persistent dans l'interprétation des réponses.

### II.1.1 - Le questionnaire en ligne, une approche quantitative

Le questionnaire<sup>45</sup> porte donc davantage sur quelques grandes questions en rapport avec des points de fonctionnement et de programmation de la bibliothèque, plutôt que sur un profil social ou un portrait exhaustif des pratiques culturelles des publics potentiels, ce qui serait hors de notre portée, tant l'analyse serait complexe et difficile à exploiter pour en dégager des propositions concrètes d'évolution pour la médiathèque. Ces aspects peuvent reposer davantage sur les études existantes, comme celle de Claude Poissenot dans la Meuse<sup>46</sup>, ou de Olivier Moeschler à Genève<sup>47</sup>.

---

44 Le sondage a été élaboré à l'aide des fonctionnalités gratuites de *Google Forms*, dont certaines limites ont conditionné la forme des questions, en particulier en ce qui concerne la question sur l'amplitude horaire, qui aurait nécessité l'emploi d'une grille.

45 Voir le texte de l'enquête en annexe H.

46 POISSENOT, Claude. *Les non usagers des BDP : Le cas de la Meuse*. Les publications en ligne de l'ADBDP, mars 2003. Disponible sur le web : <<http://www.adbdp.asso.fr/ancien/association/publications/enligne/poissenot2003.htm>>.

47 MOESCHLER, Olivier. *"Vous avez dit bibliothèque ?"*, enquête sur les non-usagers des bibliothèques municipales de Genève. Genève : Haute Ecole de Gestion de Genève, 2006.

---

La question du hors-les-murs n'est finalement pas abordée dans le questionnaire, afin de ne pas en faire un axe d'action *a priori*, mais une éventuelle modalité dans le cadre global des actions à envisager.

Lors du sondage les personnes doivent répondre à 17 questions, dont une question ouverte, auxquelles s'ajoutent 5 questions de connaissance du public : lieu d'habitation, âge, sexe, catégorie socio-professionnelle.

Après une première partie permettant d'identifier les différents types de publics (inscrits, visiteurs, anciens visiteurs, non fréquentants) et de connaître les principales motivations de leur fréquentation ou de leur non-fréquentation, les questions abordent quatre grands points de vérification :

- La communication sur les services de la médiathèque.
- Les attentes en termes d'horaires d'ouverture.
- La pertinence et la nature des actions de médiation à mettre en place.
- Le degré d'implication potentielle et l'adhésion à un projet participatif.

**Le questionnaire** est disponible en ligne du 24 janvier au 28 février 2015, publié sur le site et sur la page Facebook de la médiathèque, et sur le site de la commune. Il est relayé par la lettre d'information de la médiathèque aux usagers et par messagerie auprès de plusieurs associations locales, dont le *Club Sportif Bettonnais*, la plus importante fédération de la commune regroupant 2600 adhérents, les associations de parents d'élèves, de services à domicile, d'assistantes maternelles, les crèches, les associations de quartier, de solidarité, les associations culturelles. Ces associations transmettent pour la plupart le lien à l'ensemble de leurs adhérents.

**L'enquête sur le terrain** se déroule pendant 40 heures du samedi 24 janvier au samedi 7 février<sup>48</sup>. L'utilisation d'une tablette tactile 3G prêtée par la commune permet la connexion au questionnaire en ligne quel que soit l'endroit de la commune<sup>49</sup>.

Le choix de diffuser l'enquête par le biais des associations et par la rencontre des

---

48 Voir le calendrier en annexe J.

49 Voir la répartition des lieux en annexe K.

---

habitants pendant deux semaines en différents points de la commune permet de contrebalancer en partie le fait que le questionnaire était uniquement disponible sur Internet. Au total, environ 200 personnes ont été interrogées par oral, à l'aide d'une tablette tactile connectée au questionnaire en ligne.

**La typologie des publics** ayant répondu à l'enquête offre des motifs de satisfaction assortis de manques. Le questionnaire a recueilli 560 réponses<sup>50</sup>, dont 456 réponses de Bettonnais, soit un taux de sondage<sup>51</sup> de 5,56% des 8195 personnes de plus de 15 ans habitant la commune.<sup>52</sup>

Si la répartition des réponses par catégories socio-professionnelles se rapproche de celle dont rendent compte les données de l'INSEE, le rapport hommes/femmes est de 2 tiers/1 tiers, similaire à celui des abonnés à la médiathèque<sup>53</sup>. L'enquête a touché davantage les catégories d'âge intermédiaires que les plus âgés et surtout les plus jeunes.

La répartition des réponses par catégories socio-professionnelles est assez proche de de Betton, à deux exceptions : les professions intermédiaires et les étudiants sont sous-représentées dans les réponses, peut-être du fait de l'usage peu explicite des termes « *profession intermédiaire* » et de l'absence des étudiants pendant l'enquête<sup>54</sup>.

L'enquête avait pour ambition de viser les catégories socio-professionnelles sous-représentées dans les statistiques des inscriptions : les artisans et commerçants, les agriculteurs, les ouvriers, les chômeurs, les retraités. Malgré une forte représentation des catégories des employés et des cadres dans les réponses, l'enquête touche de façon satisfaisante les chômeurs, les retraités et les commerçants<sup>55</sup>.

---

50 Ce résultat réduit la marge d'erreur par rapport à l'objectif initial de 200 réponses. Celui-ci est évalué de 2% à 4,5% pour 500 réponses, selon Romuald RIPON, dans *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011, p.66.

51 « *Le taux de sondage exprime le rapport entre la quantité de personnes sondées par rapport à la population mère* ». EVANS, Christophe. *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011.

52 Statistiques INSEE 2011.

53 Voir les graphiques de synthèse en annexe W.

54 Il convient de considérer les chiffres de catégories socio-professionnelles avec précaution, car il existe des différences entre le contenu réel des catégories fixées par l'INSEE et l'appréciation des personnes qui ont rempli le questionnaire eux-même, ou les données du SIGB rempli sur indications des inscrits. Voir annexe W.

55 6% des réponses sont issues de chômeurs (6,7% de chômeurs dans la commune), 23% de retraités (23% de retraités dans la commune), 5% d'artisans et commerçants (2,5% d'artisans et commerçants dans la commune). En revanche l'enquête n'a que peu touché les ouvriers : 2% (8,5% dans la commune), et les agriculteurs (1 réponse sur 24 agriculteurs, 0,3% dans la commune).

---

### **II.1.2 - Les entretiens, un apport qualitatif complémentaire**

Les objectifs concernant les entretiens avec les publics sont de fournir des informations complémentaires au questionnaire qui permettent de « répondre à la question du pourquoi »<sup>56</sup>. Les questions se présentent dans une grille d'entretien, qui permet de mener la conversation en fonction des propos de l'interlocuteur, de formuler des relances, de modifier l'ordre des questions. Celles-ci sont davantage fondées sur le ressenti des personnes concernant leurs usages et leurs rapports ou absence de rapports au lieu : « Allez-vous à la médiathèque de Betton ? », « Que vous inspire-telle ? », « Quels sont les freins/motivations à votre venue à la médiathèque ? », « Qu'est-ce qui vous attire/vous rebute ? »... Il s'agit également de dégager des idées originales ou des commentaires qui pourraient entrer en résonance avec les résultats du sondage, ou à l'inverse apporter un contrepoint : « Avez-vous des idées d'activités que vous souhaiteriez partager avec d'autres personnes, ou apprendre ? »...

Au total, neuf personnes ont été interrogées par entretien entre le 27 janvier et le 7 février, sur le lieu de leur choix : chez elles, sur leur lieu de travail ou à la bibliothèque, pendant 10 à 40 minutes selon les réponses plus ou moins approfondies qu'elles formulaient. Ces neuf personnes sont 3 salariés de la Mairie et 6 habitants de Betton, soit 6 femmes et 3 hommes. Ils représentent 5 non-inscrits, 3 anciens inscrits et 1 inscrit.

La méthode de sollicitation « en direct » dans les immeubles HLM n'a pas fonctionné, en raison des conditions peu propices à une conversation prolongée. Un seul entretien, dans un café du centre-ville, a pu être réalisé de cette façon.

Les entretiens ont été enregistrés sur tablette à l'aide d'une application dédiée<sup>57</sup>, ont fait l'objet d'une retranscription, avant de procéder à un choix de propos à intégrer à l'analyse... Ils fournissent un complément d'informations et d'explicitation, en particulier sur les usages, les besoins, les ressentis des publics vis à vis de la médiathèque, et les idées d'actions à mener, notamment participatives, qui pourraient les intéresser<sup>58</sup>.

---

56 ROSSELLI Mariangela, dans *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011, p. 86.

57 *E-recorder*, application pour tablette Apple IOS.

58 Voir synthèse des sujets abordés dans les entretiens, annexe Y.

---

## II.2 - La récolte des données

La récolte et le traitement des réponses au sondage se font avec les limites de l'outil utilisé<sup>59</sup>, qui permet de visualiser rapidement un résumé des résultats sous forme de graphiques, mais impose de transférer l'ensemble des données sur tableur afin de permettre l'élaboration de graphiques imprimables. Par ailleurs, le mode d'affichage des données sur le tableur ne rend pas possible les croisements de données qu'on pouvait attendre du sondage, à moins de faire le tri des réponses réponses une par une. Il aurait été intéressant, par exemple, d'analyser les réponses en fonction de la catégorie socio-professionnelle ou de l'âge, mais cet aspect n'a pas été approfondi.

La distinction de quatre types de publics en début de sondage permet cependant de traiter les réponses selon cette catégorisation.

### II.2.1 - Une lecture différenciée des réponses

Les trois premières questions du sondage permettent de distinguer quatre grands types de publics : les inscrits, les visiteurs, les anciens fréquentants et les non fréquentants<sup>60</sup>.

Deux questions cernent ensuite les principales modalités de fréquentation et les raisons de non-usage ou de non-inscription à la médiathèque<sup>61</sup>. Cette dernière question (qui comporte de légères différences de formulation selon les types de publics : questions 6, 7, 10 et 13 du sondage) s'inspire de l'enquête menée par Claude Poissenot dans la Meuse<sup>62</sup>. Voici la synthèse graphique des réponses obtenues (page suivante) :

---

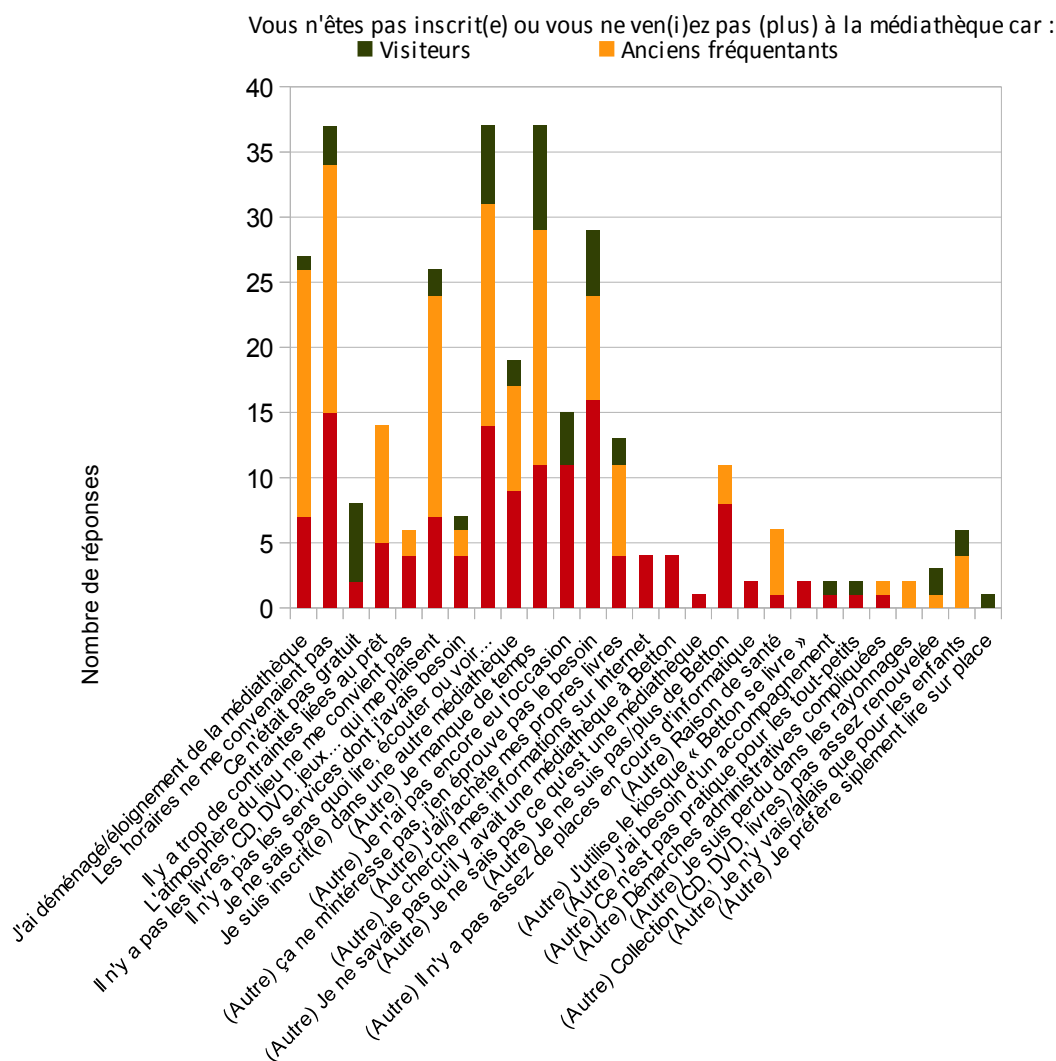
59 Google Forms.

60 Voir annexe L.

61 Voir annexes M, N, O, P, Q. et la synthèse graphique page 27.

62 POISSENOT, Claude. *Les non usagers des BDP : Le cas de la Meuse*. Les publications en ligne de l'ADBDP, mars 2003. Nous n'avons pas indiqué de propositions qui pourraient apparaître trop automatiques comme « *je n'ai pas le temps* » ou « *cela ne m'intéresse pas* » car nous souhaitons que les personnes se focalisent d'abord sur des éléments qui pourraient nous être utiles. Ceci explique la proportion importante de réponses « autre raison ».

### Synthèse des questions 6, 7, 10, 13; réponses multiples



### II.2.2 - Quatre catégories d'usagers

– **Des inscrits globalement satisfaits et bien informés**<sup>63</sup>. Les inscrits forment 54% des personnes ayant répondu au questionnaire (301 réponses sur 560). Ils sont abonnés à la médiathèque et y viennent. Ils sont les plus nombreux à faire des commentaires sur les services et sur l'accueil, avec une large majorité de commentaires positifs de satisfaction concernant le lieu, l'accueil et les services proposés. Ils ont une relative bonne connaissance des services, une utilisation prioritaire des services de prêt et de la lecture sur place, de retour des documents en dehors des heures d'ouverture, du site internet et des spectacles gratuits.

63 Voir annexe O.

---

- **Des visiteurs reliés à la médiathèque par les enfants et freinés par le prix**<sup>64</sup>. Les visiteurs ou usagers non-inscrits touchés par l'étude est la catégorie la plus restreinte : 49 réponses. Ils viennent à la médiathèque mais n'y sont pas abonnés et n'empruntent donc pas de documents. Alors que les autres catégories d'usagers (inscrits, anciens fréquentants) viennent à la médiathèque surtout pour leurs loisirs, les visiteurs semblent venir surtout pour les enfants et petits enfants. Ils sont également les plus nombreux à venir pour des raisons professionnelles.

Parmi les raisons de ne pas s'inscrire figurent le fait de ne pas savoir quoi choisir et le fait que ce ne soit pas gratuit<sup>65</sup>. Le tarif semble donc être un frein à l'inscription d'une partie de ce public, qui privilégie, parmi les services de la médiathèque, la lecture sur place, le site internet, les spectacles, les jeux vidéos et les cours d'informatique.

- **Les anciens fréquentants, éloignés par les horaires de la médiathèque**<sup>66</sup>. Les anciens fréquentants sont les 110 personnes déclarant ne pas être venu à la médiathèque au cours de cette année, mais être venu par le passé. Ils placent en tête des raisons de leur non réinscription la question des horaires, *ex-aequo* avec le manque de temps. Vient ensuite le fait de ne pas savoir quoi choisir.

Le sondage a permis de re-solliciter des personnes anciennement inscrites, et de les interroger sur leurs rapports à la médiathèque, sur les raisons pour lesquelles elles n'y viennent plus. Certaines d'entre-elles ont décidé de s'inscrire à nouveau.

- **Les non fréquentants, en situation d'isolement de la médiathèque**<sup>67</sup>. Les non-fréquentants dont parle cette étude sont les 100 personnes ayant déclaré ni venir ni être venu par le passé à la médiathèque de Betton. Leurs réponses font apparaître une méconnaissance de l'ensemble des services de la médiathèque, et un certain isolement par rapport à celle-ci : 60% d'entre eux ne connaissent personne s'y rendant. Cette observation peut être expliquée par le poids du mimétisme social, les habitants ne côtoyant pas des usagers ne sont pas incités à être eux-même usagers. Les enfants deviennent alors le seul moteur potentiel de la fréquentation des services par les adultes qui acceptent de les accompagner. D'autres types de

---

64 Voir annexe M.

65 La tarification appliquée pour les inscriptions est de 10€ par adulte habitant Betton (20€ hors Betton), et la gratuité pour les mineurs, étudiants, et titulaires de la carte *Sortir !*

66 Voir annexe O.

67 Voir annexe N.

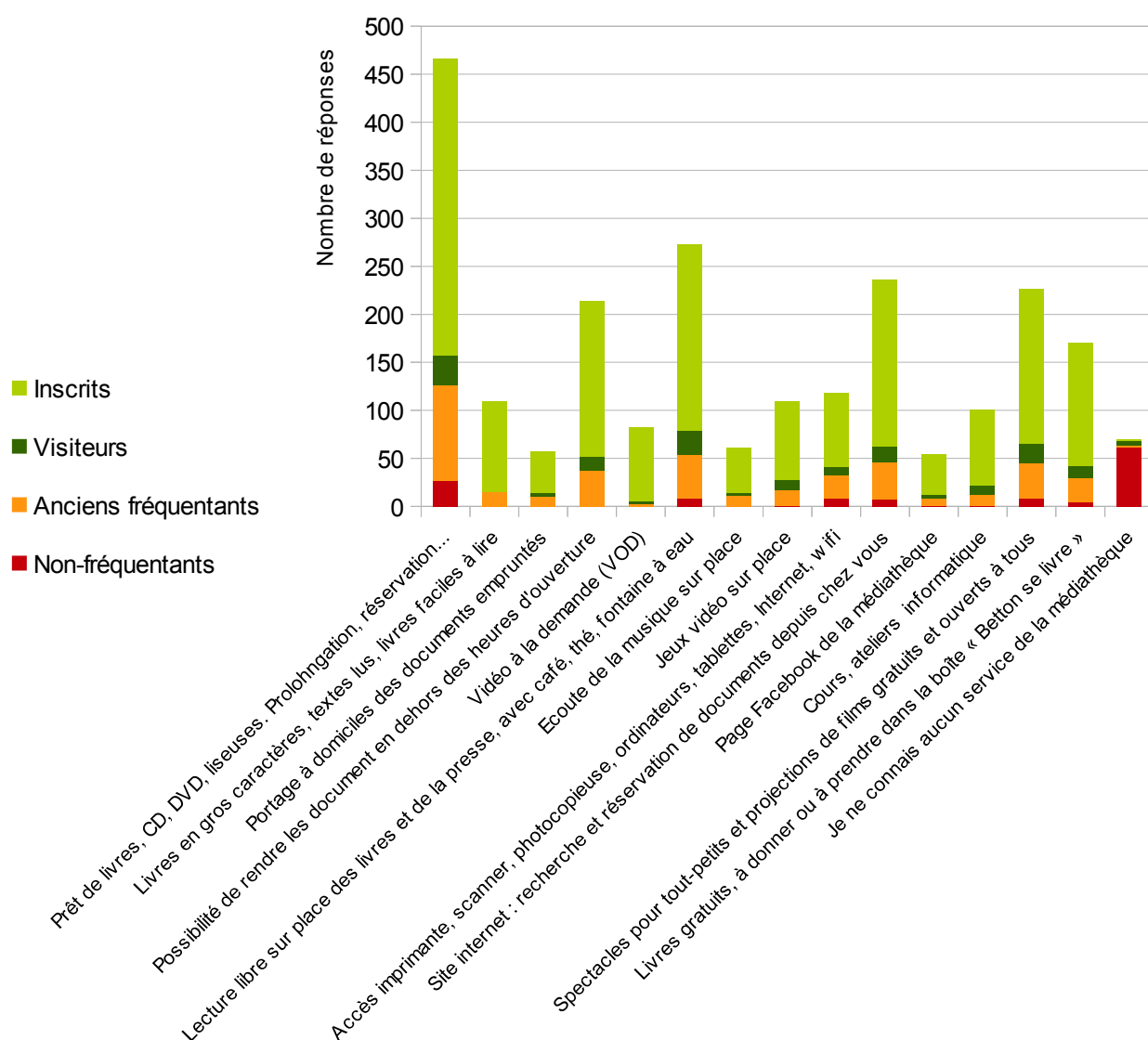


liens sont à donc imaginer pour susciter un effet d'entraînement de ces publics.

Les raisons de non-fréquentation les plus fréquemment invoquées sont, dans l'ordre, le besoin non ressenti, les horaires non adaptés, et le fait de « *ne pas savoir quoi lire, écouter ou voir* », devant le « *manque de temps* ».

### II.3 - Résultats de l'enquête

Question 14 - Quels services de la médiathèque de Betton connaissez-vous ? Réponses multiples de 560 personnes



---

Après avoir passé en revue les grandes caractéristiques des usages de la médiathèque et des besoins exprimés, nous relèveront les principales pistes potentielles d'action, en particulier les idées incluant une dimension participative.

### **II.3.1 - Une diversité d'usages**

Le sondage aborde dans la question 14 (page précédente) la connaissance par les publics des services de la médiathèque<sup>68</sup>. Il s'agit à la fois de vérifier quels services sont identifiés et de permettre une réflexion sur la communication de la structure, de pointer les manques. La liste des services est en réalité plus longue. Il a fallu procéder à des choix et à des regroupements.

Au contact des publics, nous constatons que cette question est souvent comprise de façon diverse, en fonction de l'usages des services plus que de la connaissance de leur existence. Cependant les résultats donnent des indications très utiles sur les services les plus en vue, et ceux qui manquent de visibilité.

La question 15<sup>69</sup> s'intéresse aux types de lieux que les usagers souhaiteraient fréquenter. L'élaboration de cette question comporte une difficulté : je souhaite aborder la diversité des usages<sup>70</sup> possibles d'un lieu comme la bibliothèque, cerner les souhaits des habitants d'une médiathèque « idéale », afin d'orienter les recherches pour les préconisations. Il ne s'agit pas ici d'évaluer la perception du lieu existant chez ses usagers. Il a fallu, ici aussi, faire des choix pour des propositions claires et utilisables, mais suffisamment nombreuses pour suggérer la variété des directions imaginables. La question pouvait donner lieu à plusieurs réponses possibles, et un certain nombre de personnes ont répondu positivement à toutes les propositions, qui découlent logiquement des objectifs et missions d'une médiathèque.

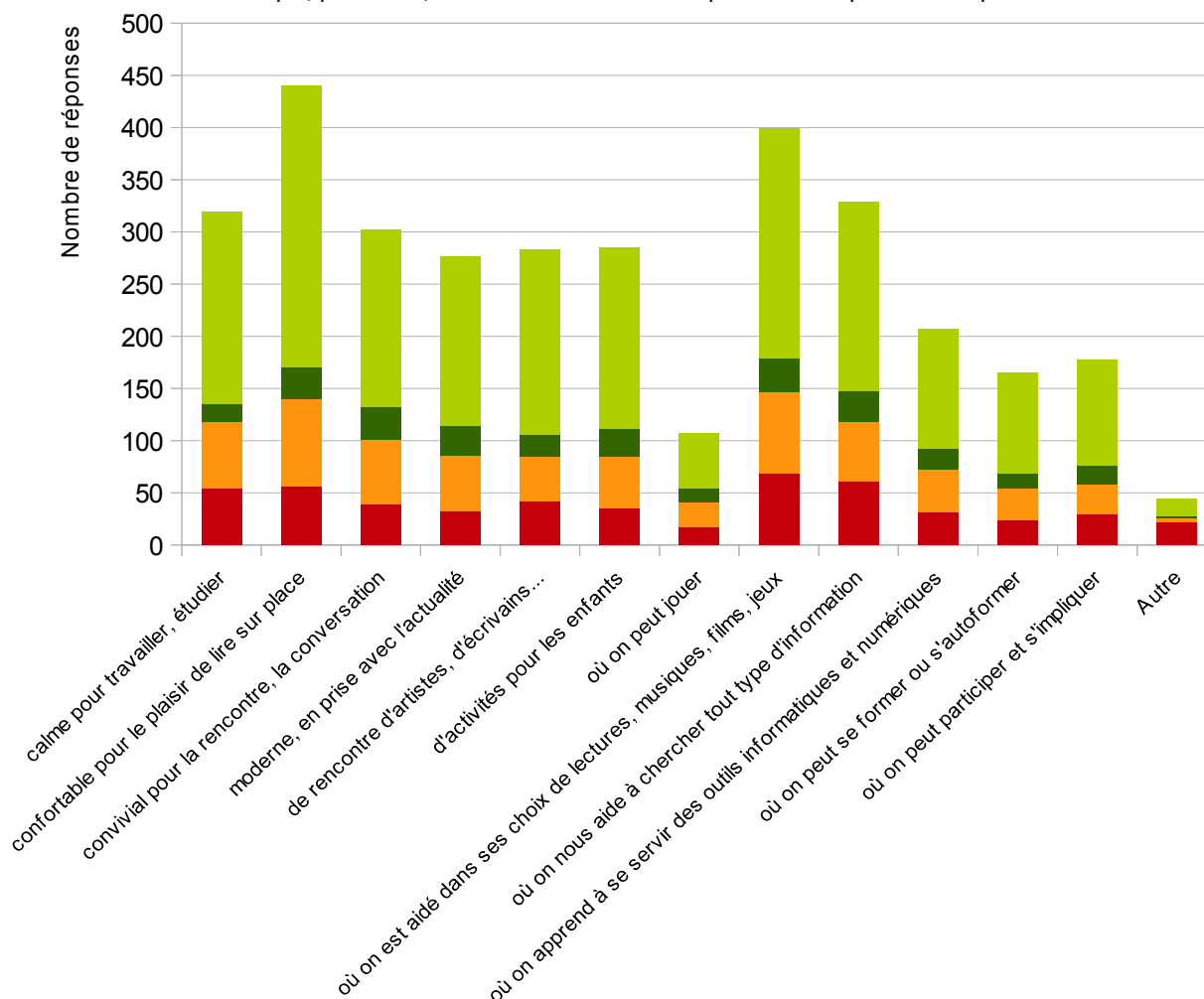
---

68 Voir également l'annexe R.

69 Voir également l'annexe S.

70 Cette question s'inspire de la réflexion de Claude POISSENOT qui préfère avoir recours à la *logique d'usages*, en relation avec un comportement, à celle de *besoins*, qui sous-tend la conscience d'un manque. POISSENOT, Claude, RANJARD, Sophie. *Usages des bibliothèques : approche sociologique et méthodologie d'enquête*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2005, p.239.

Question 15 : "Une médiathèque, pour vous, devrait être surtout ." Réponses multiples de 560 personnes



Les résultats révèlent un éclectisme des usages et une diversité des attentes des publics vis à vis de la médiathèque. Ces attentes peuvent paraître à la fois contradictoires et complémentaires. La vision d'un lieu convivial, propice la rencontre, la conversation, à la rencontre d'artistes, d'écrivains, aux activités pour les enfants, semble être largement partagée par l'ensemble des personnes ayant répondu au questionnaire. Ces indications permettent d'affirmer que la médiathèque est vue comme étant ou devant être un lieu social d'échange et de partage, lieu de faire ensemble et de relationnel autant que carrefour culturel.

Son aspect animé est perçu par certains usagers comme une grande qualité : « *C'est un de mes 3 endroits de balades favoris et j'ai du mal à en partir, je la trouve vivante et j'aime voir cette vie tout autour de moi comme ça !* » Elle est même considérée comme un refuge : « *On*

---

*s'y sent bien, c'est un bon endroit pour les enfants en cas de pluie. On ose venir avec eux sans crainte de déranger : il y a des bacs, des poufs... ».* Pour un certain nombre d'usagers la notion de convivialité prime sur toutes les autres. Une personne non-inscrite imagine sa médiathèque idéale : *« La médiathèque pourrait être un lieu de rencontre ou on peut se retrouver un peu comme dans un foyer, discuter, pas forcément pour boire un coup mais ou on pourrait retrouver des copains pour parler... »*

Cependant cette convivialité a comme corollaire un volume sonore qui ne convient pas à un certain nombre de personnes. Celles-ci rappellent ce que devrait être, selon eux, une médiathèque : un endroit calme, cadré, qui sensibilise les usagers au respect du silence. La médiathèque constitue pour certaines personnes interrogées une autre forme de refuge : *« dans notre monde où les gens courent après l'efficacité, la rentabilité, la productivité, et je trouve ici à la médiathèque un lieu un peu hors du monde, tranquille, (...) où je peux me laisser aller, hors du temps, comme ça. (...) Un lieu agréable, un peu confortable, c'est important. »*

Cette divergence tient aussi probablement à la fréquentation du lieu à des moments différents de la semaine et de la journée. En effet, la médiathèque est plutôt calme les jours et heures de moindre affluence, comme le mardi ou le jeudi. L'enquête pointe également quelques conflits d'usage, en particulier liés à l'espace informatique.

### ***II.3.2 - Un besoin d'accompagnement et de médiation, de relation humaine***

La deuxième attente qui revient le plus souvent est que la médiathèque soit *« un lieu où on est aidé dans ses choix et dans ses recherches »*. Cette proposition fait l'effet d'une évidence pour les personnes qui y souscrivent lors du remplissage du questionnaire par oral. Cette indication est confortée par la récurrence des personnes qui disent *« ne pas savoir quoi lire, voir ou écouter »* et les témoignages de besoin d'accompagnement, de recommandation, de partage d'expérience.

Les usagers expriment dans les remarques libres leurs bonnes relations avec le personnel, perçu comme très disponible aux sollicitations. Cependant une partie de la population est réticente à le déranger. Le besoin d'accompagnement est largement développé dans les

---

commentaires libres du questionnaire, en particulier par d'anciens inscrits et par des visiteurs, qui en font l'une des raisons pour lesquelles elles ne s'inscrivent pas, ou plus.

D'autres usagers regrettent le manque de relations humaines dans la médiathèque. Ces remarques semblent faire écho aux modalités pratiques d'emprunt et de retours, qui se font avec des automates, sans que cette opération requière l'intervention des agents sauf en cas de dysfonctionnement ou de demande particulière.

La médiathèque peut par ailleurs être perçue comme un lieu intimidant, en particulier pour les non-fréquentants : certaines personnes ne se sentent pas concernées par l'équipement. Les initiatives hors-les-murs de la médiathèque sont appréciées, comme par exemple le dépôt de livres à l'Épicerie Sociale, ou le kiosque sur la place du marché. Cependant cette présence de la médiathèque hors-les-murs est peu identifiée comme telle.

Le besoin d'accompagnement s'exprime aussi à travers la question de l'usage des technologies de l'information et de la communication. La méconnaissance de certains services, comme la vidéo à la demande, l'écoute de musique sur place et la page Facebook peut être le signe d'un manque de visibilité de ces ressources dans l'espace physique de la médiathèque. Durant les entretiens, nombreux sont ceux qui disent avoir le « *réflexe Internet* » pour chercher de l'information, plutôt que « *dans les livres de la médiathèque* ». Si la grande majorité des personnes s'en tiennent là, certaines évoquent leurs difficultés lors de leur recherches.

### **II.3.3 - Les horaires en question**

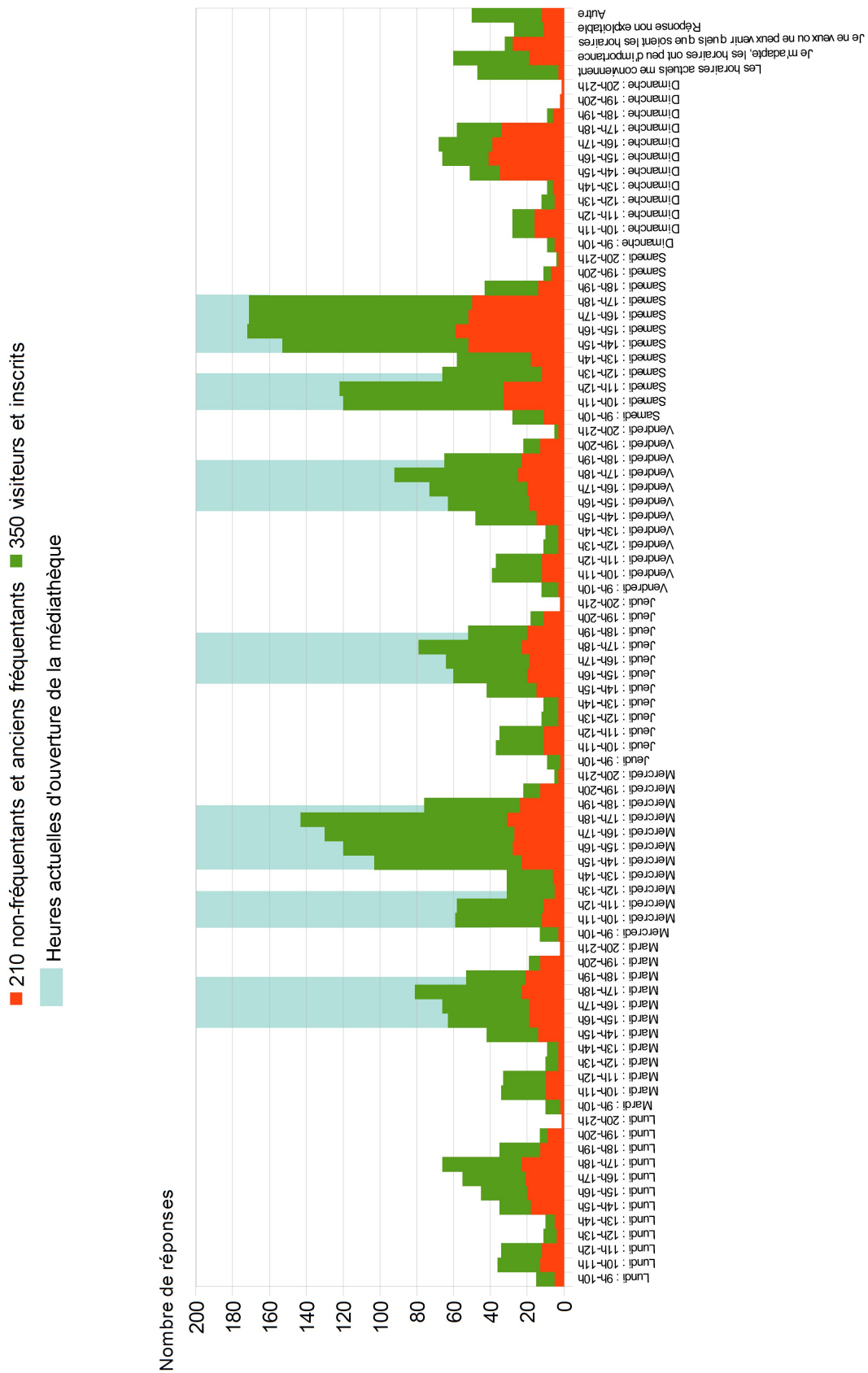
La question « *Quels jours et à quelles heures souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ?* »<sup>71</sup> ouvre sur un champ libre dans lequel les sondés sont invités à répondre en donnant des jours suivis d'une plage horaire. Une grille avec des cases à cocher aurait été techniquement préférable, mais le formulaire ne permet pas d'accueillir de façon pertinente les réponses. Celles-ci ont donné lieu à un comptage des heures indiquées ligne par ligne. Elles permettent de dégager deux principaux constats :

– les horaires actuels d'ouverture semblent pertinents au regard des principales pages horaires recueillant plus de 60 réponses. Il n'y a pas de créneau désavoué.

---

71 Voir annexe T et page 34.

## 16 - Quels jours et à quelles heures souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ?



---

– le dimanche, et dans une moindre mesure le lundi font l'objet de demandes d'ouvertures supplémentaires, ainsi que les soirées jusqu'à 19h et les matinées.

Les résultats du sondage sont à nuancer, car ils ne reflètent qu'en partie les souhaits que peuvent exprimer réellement les usagers. En effet les personnes ayant répondu oralement à l'enquête assortissent leurs choix de commentaires qui peuvent influencer sur l'interprétation des chiffres : ainsi, les personnes interrogées expriment fréquemment leur gêne quant à l'ouverture de la médiathèque le dimanche, précisant qu'ils n'y sont personnellement pas favorables, mais que si cela se présente, cela représenterait une bonne opportunité d'activité familiale, et qu'ils viendraient volontiers. Au final, ces personnes demandent de ne pas cocher le dimanche. A l'inverse, plusieurs commerçants ayant choisi le lundi, seul moment « libre » de leur semaine, s'empressent d'ajouter qu'ils ne viendraient probablement pas, car ils seraient accaparés par d'autres activités. La présence de l'enquêteur influence sans doute ici les réponses.

La distinction entre les demandes des fréquentants et des non-fréquentants révèle que ces derniers sont largement majoritaires dans la demande d'ouverture le dimanche après-midi. Dans les commentaires et les entretiens, le dimanche apparaît comme une opportunité « *pour les enfants* », « *car le dimanche on ne fait rien* », et pour les gens qui travaillent.

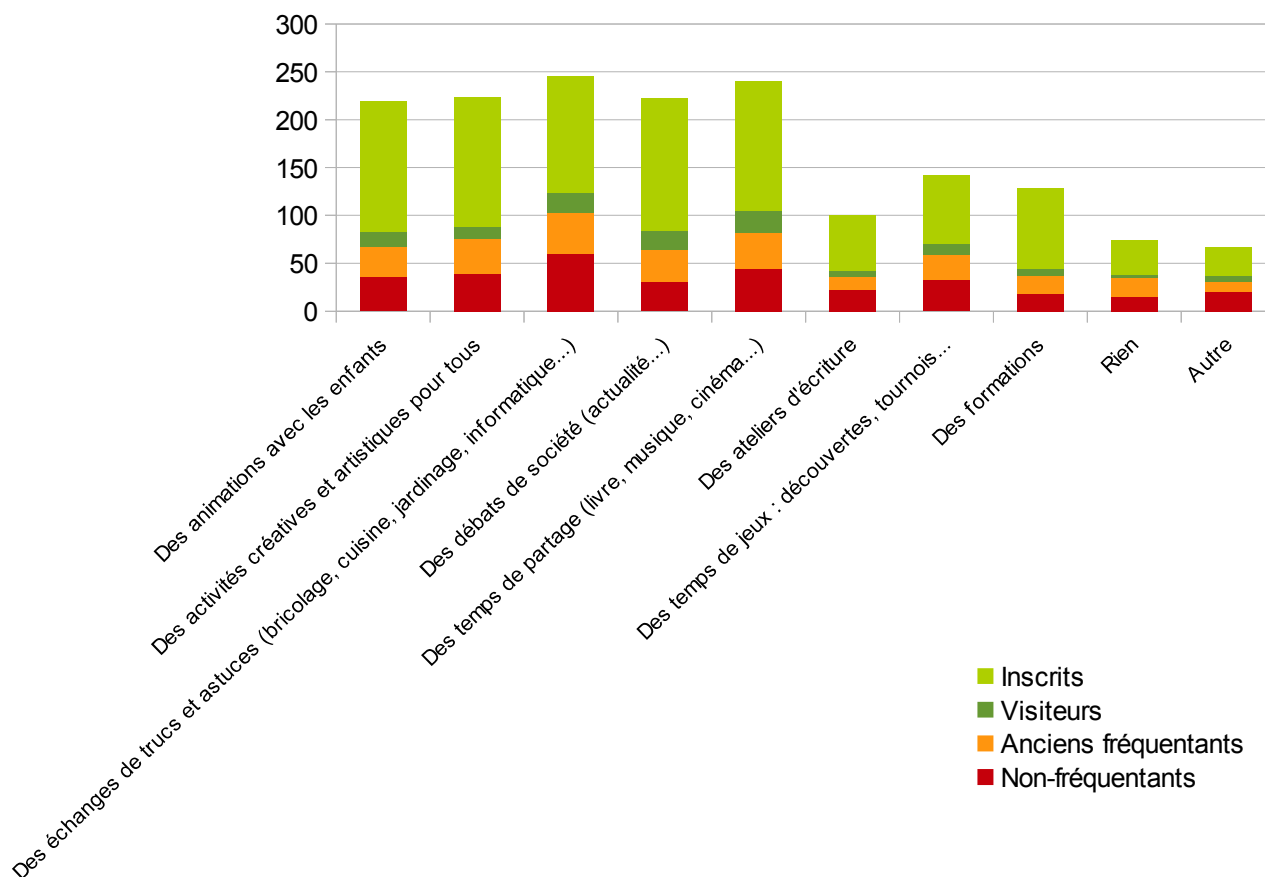
#### ***II.3.4 - Faire ensemble, partager, participer...***

Les réponses à la question 17 « *A quelles activités souhaiteriez-vous venir* » permettent de préciser les pistes possibles de participation du public<sup>72</sup>.

---

72 Voir annexe U.

Question 17 - A quelles activités souhaiteriez-vous venir ? Réponses multiples de 560 personnes

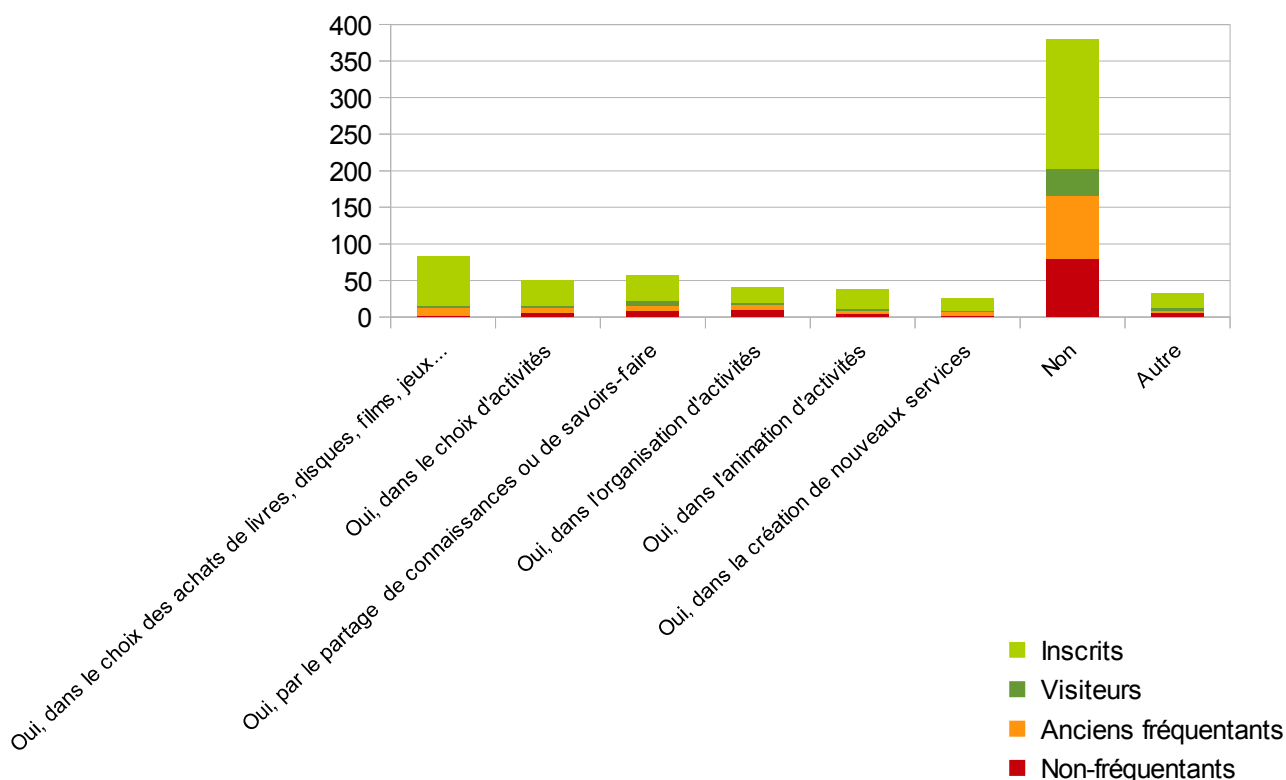


Les réponses indiquent que les activités pratiques et les moments de partage suscitent l'intérêt des publics. La proportion de non-fréquentants est plus importante dans les propositions concernant les « *échanges de trucs et astuces* » et les « *temps de jeux* ». Ces activités sont également appréciées comme facteur de lien social. La transmission de savoirs et de savoirs faire, la communication entre les gens sur ce qu'ils lisent, écoutent ou regardent est perçue comme étant un média à part entière, dont la médiathèque pourrait se saisir, à l'image d'initiatives qui peuvent se monter dans des centres sociaux : prêt de matériel, bourses d'échanges (de livres, de disques...), atelier de réparation, échange interculturel...



**S'impliquer ou ne pas s'impliquer...** Les questions 18 et 19 abordent l'implication des publics, proposant plusieurs façons de participer et des modalités temporelles<sup>73</sup>.

Question 18 - Souhaiteriez-vous vous impliquer ?



Les réponses ne permettent pas de confirmer clairement l'existence d'un terrain propice à une dynamique participative massive et spontanée, mais dessinent des tendances. Un tiers des personnes interrogées déclare souhaiter s'impliquer. Deux propositions retiennent l'attention : celle qui suggère une participation « *dans le choix des achats de livres, disques, films, jeux...* », principalement choisie par les personnes inscrites à la médiathèque, et celle qui évoque une participation « *par le partage de connaissances ou de savoirs-faire* », davantage optée par les non-fréquentants : cuisine, informatique, bricolage, histoire, photographie...

La plupart des propositions semble s'inscrire dans une démarche d'implication ponctuelle, mais certaines d'entre elles peuvent déboucher sur un contenu plus structuré.

Ces éléments peuvent maintenant alimenter des pistes de réflexion pour l'élaboration d'actions de médiation.

<sup>73</sup> Voir annexe V.

---

L'ensemble des données issues de l'enquête permettent ainsi de tirer des enseignements sur les usages des publics, d'imaginer des pistes potentielles d'actions de médiation à mettre en place, d'évaluer la pertinence de la démarche participative.

**L'enquête menée montre aussi des limites**, qui sont d'ordre techniques ou méthodologiques. Elle ne tient pas compte de tous les avis non exprimés, y compris sur le terrain : le nombre de refus de répondre n'a pas été comptabilisé.

Par ailleurs, il est difficile de recourir à la comparaison avec d'autres études, les questions sur les usages ou les activités étant souvent spécifiques à cette enquête. La formulation de certaines questions aurait pu être différente, afin de limiter encore les écarts de compréhension. Une anticipation des difficultés techniques de croisement des réponses aurait également permis d'articuler différemment les questions.

Enfin, l'enquête qualitative par entretiens a permis de préciser des ressentis, d'apporter des idées, cependant leur nombre restreint n'a pas permis de constituer une masse d'information suffisante pour être analysée autrement que comme un complément aux commentaires issus du sondage.

---

## III - FAIRE LE LIEN

*« La médiathèque doit faire le lien vers le toucher, vers le matériel, vers des choses qui ne sont pas que le virtuel.  
Elle doit faire se rencontrer les gens, pour échanger, et ne pas faire que du cerveau.  
C'est ça, la médiathèque de demain ! »*

Extrait d'un entretien issu de l'enquête

La rédaction de préconisations à partir de l'analyse des résultats de l'enquête se déroule en trois étapes : la recherche de pistes de travail, le choix des pistes les plus pertinentes et la rédaction d'un document présentant à la structure et à l' élu à la culture le résultat de l'analyse et les principales préconisations retenues<sup>74</sup>. Une synthèse est produite à destination des habitants de Betton afin qu'elle puisse, comme le promet l'invitation à répondre au questionnaire, présenter les principaux résultats et enseignements du sondage<sup>75</sup>.

### III.1 - Des questions d'orientations

Les réponses de l'enquête amènent, avant d'imaginer des actions à mettre en place, à se poser des questions d'ordre général.

#### III.1.1 - Des conflits d'usage ?

Certains commentaires du questionnaire se focalisent sur deux aspects ayant trait à des conflits d'usages : le bruit considéré comme trop important, surtout aux moments de forte affluence, et l'espace, essentiellement au niveau des postes informatiques utilisés à la fois par les joueurs et par les personnes qui viennent y travailler.

---

<sup>74</sup> Ce document figure en annexe ZB.

<sup>75</sup> Ce document de synthèse destiné à être publié sur le portail Calaméo est reproduit en annexe ZA.

---

Les réponses au questionnaire montrent que la médiathèque, est souvent considérée comme un lieu où on doit pouvoir travailler et lire tranquillement. Cette conception est cependant souvent défendue par les mêmes personnes qui considèrent que le lieu doit être convivial, propice à l'échange, et donc où le bruit et l'animation seraient au minimum tolérés. De plus, le caractère animé et vivant de la médiathèque est également apprécié des usagers. Quoi qu'il en soit, il s'agit de ne pas opposer de façon dichotomique le bruit au silence et les usages entre eux<sup>76</sup>. Ces aspects sont prévisibles dans le cadre d'un projet de service qui cible la diversification des usages dans un espace conçu pour accueillir tous types de publics, sans discrimination.

Souvent désignés comme bruyants, les jeunes choisissent la médiathèque pour « se poser », se retrouver, et pas seulement pour jouer. Leurs usages et leurs comportements de jeu, de sociabilité, de lecture collective, ne sont pas moins légitimes que ceux des adultes qui viendraient y chercher du silence, et il est important de leur donner le signe qu'il sont les bienvenus.

Les raisons pour lesquelles les jeunes choisissent la médiathèque alors que d'autres lieux d'accueil existents sur la commune n'est pas étudié par l'enquête. Le fait est qu'ils choisissent un lieu où ils côtoient des adultes de tous âges et des enfants, dans un espace ouvert et bien cadré. Les isoler de l'espace social reviendrait à stigmatiser davantage la pratique des jeux. Il est possible en revanche de réfléchir sur une façon de développer et enrichir des pratiques, en particulier collectives, par la venue des animateurs du service jeunesse sur place. Cette coopération pourrait déboucher sur des initiatives, des projets créatifs autour de la vidéo, du multimédia...

De plus, l'espace ouvert de la médiathèque n'est pas voué à rester silencieux. « *Le silence exclut ceux qui voudraient se livrer à d'autres usages que l'étude ou la lecture* », résume Adèle SPIESER<sup>77</sup>. L'espace de la bibliothèque peut accueillir d'autres propositions potentiellement productrices de bruits, comme par exemple la médiation basée sur le son : lectures à voix haute, diffusion de musique...

---

<sup>76</sup> CALENGE, Bertrand. *La modernité, c'est le bruit ?* Billet de blog *Carnet de notes*, 2 avril 2010.

<sup>77</sup> SPIESER, Adèle. *Fais pas ci, fais pas ça, les interdits en bibliothèques*. Mémoire de diplôme de conservateur de bibliothèques, Lyon, 2012. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56967-fais-pas-ci-fais-pas-ca-les-interdits-en-bibliotheque.pdf>>.

---

En revanche, cet aspect pose la question de la répartition des espaces, de leur disposition, de leur aménagement. Sans aller vers un cloisonnement qui tendraient à isoler les usages et les usagers, il est possible de réfléchir aux différentes pratiques des usagers autour des contenus, et de définir des espaces d'accueil de ces pratiques : espaces de convivialité, d'échange, de lecture ou d'écoute partagée, espace de lecture détente ou de lecture plus concentrée, mixage des contenus adressés aux publics adultes et enfants dans certains espaces. Les éléments de « culture chaude » et de « culture froide » selon les mots de Bernard Lahire qui définit ainsi différents rapports à la culture, sont pris en compte par Claude Poissenot pour imaginer d'intégrer plus largement les pratiques participatives et sociales dans les médiathèques<sup>78</sup>.

### ***III.1.2 - Aller au-devant des publics : l'accueil et de l'accompagnement***

L'accueil est jugé « *excellent* » par bon nombre de commentaires, qui apprécient la disponibilité des agents de la médiathèque. Cependant l'enquête révèle les difficultés pour un certain nombre de personnes de se retrouver dans les rayonnages, et le fait que beaucoup de visiteurs n'osent pas aller vers les personnels pour demander des renseignements ou être conseillés dans leur choix de documents. Or cette dimension de conseil est l'une des premières attentes des publics. Il est possible de réfléchir aux postures et aux méthodologies afin de faciliter les situations relationnelles et la recherche d'équilibre, de justesse dans la prise en compte des personnes qui ne maîtrisent pas les normes implicites du lieu ou qui viennent sans urgence de recherche ni besoin clairement identifié, afin qu'elles se sentent accueillies et si besoin, accompagnées. Selon Bertrand Calenge, « *pour le public, l'accueil c'est pêle-mêle le sourire, le repos, le calme, l'attention, la sécurité, l'intimité, la certitude de comprendre et d'être compris ; c'est le sentiment de passer du statut d'assujetti à celui d'usager, même à celui de client, voire de personne reconnue ; c'est le désir complexe d'être respecté dans son intimité tout en étant écouté dans ses désirs exprimés ou inexprimés.* »<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup> POISSENOT, Claude. *La nouvelle bibliothèque : contribution pour la bibliothèque de demain*. Voiron : Territorial éditions, impr. 2009.

<sup>79</sup> CALENGE, Bertrand . *Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services publics dans les bibliothèques*. Paris, Ed. du cercle de la librairie, 1999.

---

Le besoin de lien et de relation humaine et le besoin d'accompagnement des personnes vers ou dans la médiathèque, exprimés dans les réponses à l'enquête, plaident pour un développement des actions et des services dans ce sens.

Les conversations avec les non fréquentants lors du remplissage des questionnaires en ville incitent à prendre en compte ceux qui ne connaissent pas la médiathèque, ou ont une idée approximative ou erronée de son fonctionnement, de ce qu'ils pourraient y trouver.

### **III.1.3 - Ouvrir aux initiatives participatives : quelle implication du public ?**

Un ancien fréquentant de la médiathèque demande, dans son commentaire : « *Pourquoi il n'y aurait pas une association qui organiserait des trucs, des animations, ou viendrait pour ouvrir plus la bibliothèque ?* ». Cette question peut en cacher plusieurs autres, qui sont, outre l'amplitude horaire, celles de la place laissée au public, de son autonomie dans les actions proposées, des relations avec les acteurs du territoire, notamment les associations. Plusieurs niveaux de la dimension participative de la médiathèque peuvent être distingués, interrogeant la place de l'utilisateur par rapport à l'institution, à ses usages :

– Un premier niveau de participativité concerne les usages contrôlés et limités, ne modifiant pas les modalités de fonctionnement de la médiathèque.

– Un deuxième niveau repose sur l'apparition de nouveaux éléments moteurs contribuant à faire évoluer le mode de fonctionnement, et les relations entre publics et professionnels.

Xavier Galaup, Directeur adjoint de la Médiathèque du Haut-Rhin, invite à donner aux usagers une place de co-créateur d'activités et de services : « *Cette implication du public dans les activités ou les services de la bibliothèque donne le cadre d'un dialogue entre sujets et non plus un croisement d'utilisateurs ou un lien hiérarchique entre le bibliothécaire savant et les foules ignorantes.* »<sup>80</sup> Il s'agit de rendre les usagers plus autonome, « *ce qui au bout du compte signifie qu'ils auraient une grande partie des compétences des bibliothécaires* ». Cette donnée peut faire craindre aux professionnels une certaine concurrence, mais l'enjeu n'est pas là, car la concurrence de l'accès aux ressources existe déjà. Il s'agit pour le bibliothécaire de « *tracer des*

---

80 GALAUP, Xavier. *Usagers et bibliothécaires : concurrence ou co-création ?* Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2012. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-04-0040-008>>.

---

*chemins pour entrer et se repérer dans cette profusion d'informations et de contenus culturels ».* Il devient « un médiateur », « un manager de projets », plus qu'un gestionnaire de fonds documentaires.

Dans le cadre des préconisations, il s'agit de cerner les limites que la structure est prête à donner aux services participatifs, de faire la distinction entre coordination et simple mise à disposition des équipements, de trouver un équilibre dans le niveau d'autonomie des usagers : leur faire confiance sans les « lâcher ». Il s'agit de les rendre acteurs et de permettre qu'ils se reconnaissent dans la structure, afin qu'elle devienne un lieu social. Il est également important de mesurer les implications que ce type de démarche peut engendrer : ces dynamiques sont à entretenir et à susciter constamment, pour veiller à ce qu'elles ne concernent pas qu'un cercle restreint de personnes. Cette démarche place les bibliothécaires dans un rôle d'accompagnateur des pratiques, qui sécurise tout en permettant aux usagers d'être libres de leurs propositions.

De plus, il faut veiller au cadre pour protéger la médiathèque sur les questions de cohabitation des usages, d'incidences sur le fonctionnement des services. Une formalisation des relations de partenariat et de mise à disposition des équipements aux associations peut permettre de limiter les ambiguïtés.

#### ***III.1.4 - La question de l'augmentation de l'amplitude horaire***

La médiathèque de Betton est actuellement ouverte 24h, du mardi au samedi. Plusieurs hypothèses issues des résultats de l'enquête ont été posées afin d'être comparées : l'ouverture en soirée jusqu'à 19h, des « nocturnes » jusqu'à 21h, le matin, la journée continue le samedi, le lundi, le dimanche matin, le dimanche après-midi. La proposition qui semble la plus pertinente au regard des résultats consisterait en une ouverture le dimanche après-midi.

L'augmentation du nombre d'heures d'ouverture, en particulier quand il s'agit du dimanche, est une question récurrente dans l'actualité, et fait l'objet de débats entre les tenants de l'« ouvrir plus » et ceux de l'« ouvrir mieux », ravivés depuis l'adoption de l'amendement déposé par Aurélie Philippetti au « projet de loi pour la croissance, l'activité et

---

l'égalité des chances économiques »<sup>81</sup>.

Ouvrir le dimanche nécessite de se poser plusieurs questions, en termes de fonctionnement comme en termes de contenus et d'objectifs : il ne s'agit pas d'ouvrir pour suivre une tendance, mais de viser un nouveau public, promouvoir de nouveaux usages... Il peut nécessiter une réflexion d'ensemble du projet de la structure<sup>82</sup>.

Ceci peut se faire par une réorganisation des activités<sup>83</sup>, et par la mise à disposition de moyens supplémentaires en termes de ressources humaines, ce qui nécessite une organisation spécifique.<sup>84</sup>

## **III.2 - Une multitude de pistes possibles**

### **III.2.1 - L'apport des expériences extérieures**

Les caractéristiques des nouveaux modèles de médiathèques, adaptés par exemple du concept de « troisième lieu »<sup>85</sup>, peuvent nourrir une réflexion sur la dimension sociale, l'objectif de démocratisation des savoirs et les méthodes de la culture collaborative, et inspirer des dispositifs adaptés des codes du monde marchand. Mathilde SERVET, qui préconise ce modèle en France, indique cependant qu'« *il est important de nuancer en fonction des cas qui sont toujours particuliers* »<sup>86</sup>. La bibliothèque Louise Michel à Paris<sup>87</sup> est un exemple intéressant de structure réfléchissant aux espaces partagés qui s'inspirent des cafés et des librairies, à la promotion de nouveaux usages, notamment participatifs. De la même façon, les solutions locales imaginées dans des médiathèques aux publics comparables à celui de Betton, peuvent inspirer des réponses qui ne sont cependant pas transposables telles quelles.

---

81 Cet amendement adopté par l'Assemblée nationale le 14 février 2015 prévoit une obligation pour les maires de soumettre au conseil municipal la question de l'ouverture de la bibliothèque le dimanche.

82 *Ouvrir grand la médiathèque, faire évoluer les horaires d'ouverture*. Paris, ABF, 2014.

83 MONTGOLFIER, Amaël de. *Bien accueillir à la bibliothèque : processus humains, compétences, savoirs-faire*. Mémoire de DCB, Lyon, 2012, p.29.

84 *Ouvrir les médiathèques le dimanche*. Les mardis de Tempo. Rouen, *Tempo Territorial*, septembre 2011.

85 Ce concept issu des travaux du sociologue Ray OLDENBURG au début des années 1980. Le troisième lieu se distingue du premier lieu, domestique, et du deuxième lieu, celui du travail. Il leur est complémentaire, propose des espaces de vie sociale, de rencontre et d'échanges.

86 SERVET Mathilde, « Les bibliothèques troisième lieu », mémoire de DCB, 2009, p. 30.

87 CERTAIN, Hélène. *Bibliothèque familiale et familière, l'exemple de la bibliothèque Louise Michel*. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n°2, 2013. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-02-0060-009>>



---

Le champ des technologies de l'information et de la communication offre aussi de multiples opportunités. Des expériences de médiation mêlant les usages du numérique, l'expérience des réseaux sociaux et valorisant la place du professionnel comme conseiller, prennent la forme d'interfaces de dialogue en ligne avec les bibliothécaires. Par exemple, la médiathèque de Lorient a développé le site internet *Jenesaispasquoilire.net*, qui permet aux usagers, après quelques questions ludiques sur ses goûts et motivations, d'interroger directement les bibliothécaires<sup>88</sup> qui peuvent lui indiquer des titres adéquats.

Afin de nourrir ma réflexion sur la pertinence de certaines idées, je me renseigne auprès de certaines structures qui ont mis en place des actions comparables, afin de savoir si leur tentative a répondu aux attentes, comment la proposition évolue, évaluer les moyens à mobiliser, les points de vigilance à prendre en compte. Il s'agit aussi de m'aider à faire des choix en fonction du contexte de la médiathèque de Betton.

Par exemple, le service de portage à domicile de la médiathèque de Quimperlé, plutôt que de ne s'adresser qu'aux publics dits « empêchés » pour raisons de santé ou de mobilité, ouvre la proposition à tous les abonnés, et se double d'une présentation de livres à domicile. J'ai également consulté un bibliothécaire de Saint-Herblain sur le fonctionnement des « *Rencontres à domicile* »<sup>89</sup>, et la proposition de prêt de documents faite directement, gratuitement et sans rendez-vous au domicile de tous les habitants d'un quartier. Ces services privilégient la relation au public, et cette consultation des autres médiathèques me permet de nourrir la réflexion sur l'accompagnement personnalisé de publics.

J'ai par ailleurs consulté les médiathèques de Vezin et de Châteaugiron, l'une sur la question des ateliers d'accompagnement des publics mis en place par des bénévoles, l'autre sur la question de l'ouverture à 19h et de « nocturnes » jusqu'à 20h.

L'expérience de la médiathèque Thabor-Lucien-Rose à Rennes, issue d'une réflexion avec le dispositif « *Biblio Remix* »<sup>90</sup>, m'a permis de préciser un projet de programmation participative.

---

88 <http://www.jenesaispasquoilire.net>

89 GILBERT, Raphaële. *Services innovants en bibliothèque : construire des nouvelles relations avec les usagers*. Mémoire de DCB, janvier 2010.

90 « *Biblio Remix* » se présente comme « un dispositif d'expérimentation, d'invention et de création participatives, autour des services en bibliothèque. » Il s'agit « de réunir des participants aux compétences diverses (bibliothécaires, lecteurs, bidouilleurs, designers, architectes, usagers ou non des bibliothèques...), et de leur proposer d'esquisser leur vision de la bibliothèque idéale, à travers des questions, des problèmes concrets et des projets à réaliser. » <https://biblioremix.wordpress.com/le-projet/>

---

Cette structure donne « Carte Blanche » à ses usagers qui peuvent proposer des animations au public, dans le hall de la bibliothèque, un samedi après-midi sur trois. L'inscription des personnes qui souhaitent animer un temps de partage de savoirs ou un temps d'animation se fait en ligne sur des créneaux prédéfinis. Elles s'engagent à respecter une charte. L'accompagnement des bibliothécaires est minimum. Il consiste à mettre à disposition le lieu et à participer à la communication de l'activité. Le principe, les modalités d'inscription et d'accompagnement de cette expérience peuvent être adaptées au contexte bettonnais. Les pratiques participatives de *Biblio Remix* peuvent également être mises à contribution afin d'imaginer une action comparable à Betton. Le site internet propose une documentation permettant de mettre en place de façon très créative des sessions *Biblio Remix*, afin d'imaginer avec des usagers, des bibliothécaires et des non-bibliothécaires, des actions participatives.

### ***III.2.2 - Les pistes non développées***

Certaines orientations n'ont pas été retenues, malgré leur intérêt. Elles apparaissent dans ce mémoire à titre d'information et de réservoir d'idées, et afin de mentionner les raisons de leur mise à l'écart.

La demande d'accompagnement des usagers dans leurs recherches documentaires, dans la prise en main des outils informatiques et numériques et les propositions en lien avec les échanges de pratiques ont abouti sur l'idée de services menés par des personnes volontaires. Il peut s'agir par exemple d'aide à la rédaction de courriers administratifs et de CV, d'informatique, de recherche documentaire. Cependant ces services sont souvent confrontés à des demandes individuelles très spécifiques demandant une grande adaptabilité des intervenants, et peinent à se maintenir quand ces derniers sont moins disponibles. Un bibliothécaire peut éventuellement prendre le relais dans la limite de ses compétences personnelles, mais dans ce cas l'aspect participatif s'efface.

L'une des idées consiste au lancement d'une dynamique d'animation autour de la lecture aux enfants. Des rendez-vous de lectures partagées parents/enfants (albums, comptines tapis de lecture...), peuvent être proposés, par exemple une fois par mois le samedi matin, animées

---

par un bibliothécaire, qui ferait appel à des bénévoles, dans une démarche de formation et d'autonomisation progressive. Cette piste peut s'intégrer à un programme plus large d'échange de savoirs et gagnerait à être proposée directement par les participants.

Afin de répondre au besoin d'accompagnement exprimé par certaines personnes, de concerner de nouveaux publics dans le cadre d'actions hors-les murs, d'aller au-devant des publics, un service mêlant portage et rencontres à domicile a été imaginé. Cependant les difficultés liées à l'insertion dans des lieux exigües et intimes, à la place du professionnel, des bénévoles, à l'aspect chronophage de la préparation et de la mise en œuvre, conditionnent fortement cette hypothèse.

D'autres actions hors-les-murs peuvent être imaginées, en relation avec un local municipal une ancienne maison d'éclusier située sur le canal et aménagé par la municipalité pour y accueillir des résidences, et restant sous-exploitée. Ce lieu peut recevoir des résidences de création en écriture, en lien avec d'autres pratiques : vidéo, numérique, artistique, artisanale... Des financements « aide à la résidence » de la DRAC Bretagne peuvent être sollicités dans le cadre d'un budget co-financé. Ce type de projet pourrait faire l'objet d'une étude entière et, de ce fait n'a pas été choisi dans les préconisations.

Les conflits d'usages ont été à l'origine d'une réflexion sur des espaces aux usages différenciés, afin de répondre aussi à deux questions tangeantes : le manque d'endroits pour lire et la préservation de postes dédiés au travail. Un cloisonnement est-il souhaitable ? Est-il même possible, étant donnée la configuration du bâtiment ? Cette option semble exclue, à moins d'investissements coûteux. Ces pistes d'aménagement ont fait l'objet d'hypothèses non retenues dans les préconisations, car elles ne répondaient pas réellement à la question de l'attrait de nouveaux publics. Il semble plus intéressant de faciliter le voisinage d'usages dans le cadre commun de socialisation qu'est l'espace de la médiathèque<sup>91</sup>.

D'autres sujets n'ont pas du tout été abordés : la gratuité de l'inscription, le contenu des collections, leur classement, de nouveaux services numériques, la communication sur Internet et les réseaux sociaux...

---

91 Des suggestions de cohabitation d'espaces figurent en annexe Z.

---

### **III.2.3 - La définition de trois axes principaux**

Les pistes d'actions qui suivent découlent du croisement entre les propositions des usagers, la prise en compte du contexte local et les approches et possibilités de la structure.

Trois axes sont privilégiés, présentant chacun deux idées, dont une est plus précisément développée.

–Le premier axe initie une démarche d'approche et d'accompagnement de nouveaux publics à la médiathèque. Nous abordons en particulier la mise en place d'un dispositif passerelle numérique.

–Le second axe vise l'amélioration de l'accès à la ressource par l'élargissement de l'amplitude horaire d'ouverture de l'équipement et une meilleure identification des services. Un scénario d'ouverture le dimanche est envisagé.

–Le troisième axe explore la dimension participative par le développement d'activités d'échange de pratiques et de savoirs faire. Nous développerons l'idée d'un événement basé sur la rencontre et le troc.

Chaque proposition a fait l'objet d'une discussion au sein de l'équipe, au cours de deux réunions de travail. Cela a permis de faire un choix et une hiérarchisation, selon plusieurs critères :

–La pertinence vis-à-vis des objectifs affichés : le premier d'entre eux est la potentialité d'attirer de nouveaux publics.

–Les moyens financiers et humains, et des marges de manœuvre de la structure. Les propositions ont été dimensionnés à ces capacités.

–L'adhésion de l'équipe au principe de la proposition.

–Les dimensions novatrices et participatives des propositions.

---

### III.3 - Les préconisations formulées à la médiathèque

Ces préconisations sont développées selon trois axes principaux, décrivant chacune deux actions qui peuvent être complémentaires.

Chaque action donne lieu à la formulation d'objectifs, à la description de la mise en oeuvre, à la définition des moyens humains et matériels, aux tâches à prévoir, aux points de vigilance et aux critères d'évaluation qui peuvent être appliqués. Les prochaines lignes en donnent un aperçu.

#### ***III.3.1 - Favoriser la venue de nouveaux publics par des dispositifs passerelles***

Le besoin d'accompagnement des personnes vers ou dans la médiathèque, exprimé dans les réponses à l'enquête, et l'objectif d'attirer de nouveaux publics plaident pour une réflexion sur la médiation autour des codes, des normes implicites, du fonctionnement du lieu, de son statut de service public municipal. Des dispositifs passerelles entre les publics et l'institution peuvent être développés. Il s'agit d'aller au-devant des publics en leur donnant envie de fréquenter les lieux, tout en leur proposant des pistes de compréhension de ceux-ci.

**Une première démarche peut être de favoriser le parrainage d'utilisateurs par des tiers.** Un appel pourra être fait à toute personne volontaire pour devenir « parrain » ou « marraine » de la médiathèque, dont le rôle pourrait être de sensibiliser son entourage aux services de la médiathèque, d'être relais de communication dans les lieux de vie et les commerces de la ville, d'accompagner, par cooptation, des personnes qui ne souhaitent pas venir seules, voire d'emprunter des documents en leur nom.

Cette démarche au long cours nécessite un accompagnement et des échanges individualisés et récurrents des professionnels avec les « parrains » et « marraines ». Ces relations peuvent être encouragées par des éléments de reconnaissance des accompagnateurs – un événement convivial en fin d'année par exemple – ou par une aide plus directe au parrainé, comme une mise en relation avec le CCAS pour l'obtention de la carte *Sortir !*.

---

**Des passerelles matérielles et numériques** peuvent également être mise en œuvre, afin de donner envie de lire, voir, écouter ou susciter la curiosité pour un contenu, tout en rendant la médiathèque plus visible dans les lieux de passage des habitants.

Il s'agit de multiplier les occasions pour les habitants de découvrir des contenus et services de la médiathèque, par des moyens simples et instantanés comme des liens vers des propositions de la médiathèque, via des QRcode<sup>92</sup> apposés sur des panneaux, affiches<sup>93</sup> et des supports comme le livre.

Des affiches ou panneaux plastifiés peuvent être installés sur ces lieux de dépôt et à d'autres endroits de passage : halls d'immeubles HLM en partenariat avec les bailleurs sociaux, PAE.... Il exhiberaient des QRcode renvoyant à des sélections thématiques et plurimédias - (livres, musiques, films) sur des pages dédiées sur le site internet de la médiathèque de Betton. Un QRcode peut aussi renvoyer à la programmation du moment, ou à une page décrivant de façon concise ce qu'est la médiathèque – un service public de la Mairie, ce qu'elle propose, et les informations pratiques – horaires, adresse, contact.



*Exemple de visualisation de panneau avec QRcodes, près de la Boîte à livres de la place du marché*

Le principe du *book crossing* ou des livres voyageurs, appliquée de façon régulière, locale et identifiée, peut être une piste intéressante permettant à la fois de diffuser, véhiculer ces QRcodes et de susciter la curiosité et l'échange. Des livres peuvent être déposés à l'unité dans les commerces (PMU, boulangeries, coiffeurs, salles d'attente des médecins...), à des endroits de passage et d'attente, ainsi que dans les lieux associatifs et de solidarité comme l'Epicerie sociale.

---

92 Un QRCode (Quick Response Code) est un code barre composé de pixels noirs et blancs ou en couleur. Il sert à accéder à une page web par le biais de la lecture par un smartphone ou une tablette.

93 Un exemple d'initiative utilisant les QRcodes comme outil de médiation vers des contenus : « *Lis tes classiques* », proposé par Parallèle-Editions. Des affiches avec QRcodes sont apposées dans la rue, établissant un accès à une collection numérique de livres libres de droits. <http://www.paralleles-editions.com/lis.html>

---

Ce projet évalué à 1392€, peut être mis en lien avec deux autres actions envisagées l'an prochain : un projet de cartographie du mobilier urbain de Betton sur le portail cartographique en accès libre *OpenStreetMap*, et le projet *BiblioBox*<sup>94</sup> qui retient en ce moment l'attention de personnels de la médiathèque.

### **III.3.2 - Améliorer l'accès à l'équipement et aux ressources**

Les difficultés des publics pour utiliser les services de la médiathèque sont de différents ordres, dont la question du manque de disponibilité aux heures d'ouverture actuelles, et d'autres aspects liés à l'utilisation des lieux. Améliorer l'accès à l'équipement et aux ressources peut passer par une réflexion sur l'accueil et la disposition des espaces, déjà à l'oeuvre au sein de l'équipe, et par une plus grande amplitude horaire, question que nous illustrerons par un scénario d'ouverture le dimanche après-midi.

**Ainsi il est possible de s'inspirer d'astuces en vogue dans le commerce** pour améliorer la visibilité des espaces et signaler la disponibilité des personnels. Des solutions pratiques peuvent être étudiées afin de faciliter le contact et l'échange entre les agents et les usagers qui attendraient de l'aide ou des renseignements, et permettre aux publics de mieux s'approprier les espaces : installer une signalétique adéquate au niveau des postes d'accueil existants, attribuer à chaque agent un badge permettant de l'identifier dans son rôle d'accompagnateur et de conseiller, et de valoriser la transversalité de ses compétences, au-delà des secteurs documentaires dans lesquels il est spécialisé.

Mettre en place un espace de suggestions visuel et participatif permet de rendre plus accessible les propositions d'achats de documents, et de les partager entre usagers. Cet espace pourrait se distinguer du mobilier alentour par une esthétique singulière et originale, qui puisse à la fois attirer le regard, valoriser les contenus, et constituer le symbole de la participation des

---

<sup>94</sup> Une *BiblioBox* est « un dispositif de partage de ressources numériques (livres électroniques, vidéos, musique, logiciels, photos). La *BiblioBox* génère un réseau auquel on se connecte en wifi via un smartphone, une tablette ou un ordinateur portable puis on télécharge les contenus disponibles. Ces contenus sont le plus généralement des œuvres appartenant au domaine public ou publiés sous des licences libres comme les *Creative Commons* » (biblobox.net)

---

usagers aux services de la médiathèque. La conception de ce panneau peut par exemple faire l'objet d'un projet de création par les ateliers d'arts plastiques, sur la base d'un cahier des charges.

Des solutions sont également avancées pour mieux identifier les espaces de lecture, imaginer des espaces distincts afin de permettre la cohabitation des usages, et formaliser un espace d'accueil et de vestiaire qui inciterait les usagers à se mettre « à l'aise ».

**L'élargissement de l'amplitude horaire** est abordé par la proposition d'un scénario d'ouverture le dimanche après-midi. Il s'agit de favoriser l'attrait de la médiathèque vis à vis de nouveaux publics, permettre l'accès à la médiathèque des publics qui ne peuvent y aller un autre jour, susciter de nouveaux usages, notamment familiaux.

Le choix du dimanche après-midi intervient après l'étude d'un autre scénario : en soirée de semaine jusqu'à 19h avec des nocturnes. Cependant cette solution, si elle peut permettre à un certain nombre d'usagers de venir à la médiathèque après leur travail, ou de rester plus longtemps dans les murs, risque en revanche de ne pas constituer un signal suffisamment fort pour intéresser les non-fréquentants dans leur ensemble.

Le bilan de communes ayant mis en place une ouverture plus tardive ou des nocturnes semble indiquer un plus grand confort des usagers dans leur visite de la médiathèque en fin de journée, mais la mesure ne semble pas contribuer à la diversification des publics<sup>95</sup>.

L'ouverture le dimanche après-midi doit se concevoir dans le but d'offrir aux usagers la même qualité de service qu'un jour de semaine. Cette mesure pourrait également permettre de proposer aux habitants du territoire bettonnais une alternative aux activités traditionnelles du dimanche. Cette ouverture représente l'occasion d'expérimenter de nouveaux usages, notamment familiaux, autour, par exemple, de « racontages » d'histoires, de jeux de société, ou d'événements participatifs. Cela permettrait de transformer l'image traditionnelle de la médiathèque et de valoriser son image de carrefour culturel, d'espace de loisir et de participation.

Elle serait également une réponse positive de l'institution vers les personnes qui manquent de temps pour aller à la médiathèque, en particulier pour des raisons

---

<sup>95</sup> C'est le cas par exemple pour la médiathèque de Châteaugiron qui ferme à 20h chaque vendredi.



---

professionnelles. La médiathèque de Betton présente l'avantage d'être située dans un lieu de promenade, en bordure de plans d'eau, et donc de s'intégrer dans un environnement qui peut devenir un pôle d'activité.

Cette mesure nécessite cependant une réflexion préalable et des moyens conséquents pour atteindre ses objectifs : mettre en oeuvre les conditions de l'adhésion au projet de tous les personnels, dont les compétences assurent la qualité de l'accueil, prévoir un investissement en temps de poste afin de renforcer l'équipe et limiter l'incidence du travail le dimanche sur la vie sociale des salariés, mettre en place d'une communication spécifique et renouvelée, évaluer les moyens supplémentaires nécessaires à l'accueil du public, se poser la question de la permanence des services techniques de la Mairie, de l'ouverture du commissariat en cas d'appel d'urgence, de la permanence de la gestion informatique en cas de défaillance du système, et du ménage des locaux, le coût de l'électricité et de l'eau.

Un scénario budgétaire est calculé à titre d'exemple, considérant une ouverture de la médiathèque un dimanche sur deux, de 15 à 18h, avec deux options : de septembre à mai compris, (ce qui représente 19 dimanches, soit un coût de poste de 10 295 €), et une ouverture d'octobre à avril compris, (ce qui représente 15 dimanches, soit un coût de poste de 8 128 €).

### ***III.3.3 - Favoriser l'implication des publics par l'échange de pratiques***

Cette dynamique peut s'amorcer par la mise en place d'activités d'échange de pratiques, et se prolonger, par co-construction, par une structuration progressive de la proposition, sous forme d'événements ou de l'aménagement d'un lieu dédié. L'absence à Betton d'équipement faisant office de centre social ou de maison de quartier permet de penser que la médiathèque pourrait répondre à des aspirations de lien social. Cette co-création peut également présenter d'autres avantages. Selon Xavier Galaup, elle permet de « dépasser les inquiétudes professionnelles d'une tyrannie de la demande », et de « proposer à moindre coût une offre évolutive de services ».<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> GALAUP Xavier, *L'utilisateur co-créateur des services en bibliothèque publique : l'exemple des services non-documentaires*, Mémoire de Diplôme de conservateur des bibliothèques, 2007. En ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-1040>.

---

Le rôle des bibliothécaires est d'assurer un accompagnement bienveillant, de co-construire les propositions avec les usagers, de permettre la mise en place matérielle et le fonctionnement des activités.

**Un appel à l'échange de pratiques et de connaissances** peut être fait en direction de tous les habitants, inscrits ou non, structurés en association ou particuliers, qui souhaiteraient partager leurs pratiques et leurs connaissances.

Il s'agit de mettre en place un programme d'interventions ponctuelles ou régulières, inscrites dans le programme de la médiathèque. Une réunion à la fois conviviale et ludique, organisée à la manière de l'initiative *Biblio Remix*<sup>97</sup> permet de réunir les personnes intéressées, de faire l'inventaire des idées, d'en solliciter de nouvelles, de les questionner, de les choisir, de proposer des dates... La médiathèque met à disposition le local et le mobilier, la communication, et proposer un accompagnement. Les interventions peuvent se faire soit dans l'auditorium, soit dans le salon dont l'aménagement pourrait être repensé.

Ces interventions peuvent aussi bien concerner des domaines pratiques et manuels, sous forme d'ateliers, que des domaines davantage liées aux pratiques amateurs, à l'autoformation, aux loisirs, à la création, aux services comme l'aide aux devoirs, aux expérimentations culturelles comme un filage de pièce de théâtre ou un mini-concert, une séance de relaxation... L'animation n'est pas soumise au jugement sur son contenu ni sur la façon dont elle est menée. Toutes les propositions sont acceptables à priori, à partir du moment où elles respectent les règles du lieu.

S'il est important que les personnes bénéficient d'une certaine indépendance et d'une liberté de proposition, condition de la participation des publics et de son appropriation des lieux, il est également nécessaire de cadrer l'intervention des personnes volontaires par une charte. Celle-ci prévoit les conditions d'utilisation des locaux et du matériel, les conditions de l'animation. La médiathèque conserve un droit de regard sur la nature des propositions, et a la possibilité de s'opposer à certains projets dès lors qu'elle considère qu'il s'agit d'une animation non compatible avec ses missions de service public.

---

<sup>97</sup> Il est possible de solliciter directement leur concours dans le cadre d'un tel projet.

---

Le degré l'autonomie des personnes impliquées est l'un des buts de cette dynamique, cependant l'accompagnement à envisager par les bibliothécaires - récolte d'information, communication, préparation et l'animation des réunions, tenue du planning, mise à disposition des locaux et de créneaux horaires, la valorisation, la médiation de documents – est à évaluer pour chaque action.

Un prolongement de cette dynamique peut être l'aménagement d'un local, ou la mise en place de projets mobilisant l'ensemble du pôle Vie de la Cité, dans une recherche de complémentarité entre les équipements existants sur la commune.

**Un événement récurrent est proposé sous le nom de « Médiatroc ».** Il constitue un moment privilégié de médiation et d'échange. Cet événement se focalise autour d'une « bourse d'échange » thématique : troc de livres, troc de jeux de société, troc de jouets et jeux video, troc de musique... construit en partenariat avec une association spécialisée ou non dans le support en question, ou des entreprises de la commune. Il véhicule un esprit festif, avec des boissons et des gâteaux confectionnés par les participants pour favoriser la convivialité et l'esprit d'échange.

L'événement valorise la dimension familiale de l'ouverture le dimanche le cas échéant, ou se déroule un samedi après-midi, tous les six mois par exemple : le « Médiatroc de printemps » au mois d'avril et le « Médiatroc d'automne » au mois d'octobre.

Cette action demande un investissement important de la part de toute l'équipe, pour le soutien au projet, la recherche de partenaires, la communication, l'inventaire des participations des familles, la préparation et l'animation des événements, et le fonctionnement courant de la structure, qui sera ouverte au prêt.

Des dispositifs simples sont mis en place par la médiathèque afin se susciter des interventions spontanées des visiteurs, ou une envie de s'installer : solliciter l'aide des animateurs de la commune, identifier un lieu propice à l'écoute d'histoires et au partage de lectures, prévoir des animations autonomes sous formes de lectures au micro ou de sculptures participatives, dégager un espace de convivialité alimenté par les participants<sup>98</sup>.

Cet événement fait l'objet d'une communication large et de préparatifs en amont et d'une valorisation en aval. Les moyens sont surtout humains, moins matériels. Le budget prévisionnel

---

98 Une suggestion de mise en espace est proposée en annexe Z.

prend surtout en compte la rémunération du temps de travail. Deux scénarios sont proposés, selon que la manifestation se déroule un samedi ou un dimanche.

Ces différentes actions font l'objet d'une évaluation budgétaire dans le document de préconisation. En voici une synthèse, afin d'évaluer leur incidence financière qui doit rester limitée au regard du budget total de la médiathèque (sur la base de l'exercice 2014) :

Dépenses (€)	Investissement	Equipement	Acquisitions	Salaires	Action culturelle	Total	% du budget médiathèque
<b>Budget médiathèque 2014</b>	4156	7154	46456	315050	8900	381716	100%
Passerelles numériques	480	20	0	892	0	1392	0,36%
Dimanches de septembre à mai	0	0	0	10295	0	10295	2,69%
Dimanches d'octobre à avril	0	0	0	8128	0	8128	2,13%
Médiatroc un samedi	0	100	0	892	0	992	0,26%
Médiatroc un dimanche	0	100	0	945,10	0	1145,10	0,30%

Dans tous les cas, il s'agit de cultiver la plus-value qu'offre la médiathèque en tant que service public : l'accompagnement, l'échange, la relation, l'interaction, l'espace social. Il s'agit aussi de faire des choix, afin de veiller à la cohabitation des usages, la lisibilité et la pertinence de l'ensemble des propositions.

---

## CONCLUSION

Ce projet m'a permis d'expérimenter des pratiques d'enquête, de me poser des questions d'ordre méthodologique concernant la priorisation des pistes d'investigation, le ciblage des publics vers lesquels se diriger, les modalités d'approche des personnes à interroger, le contenu des questions, l'analyse des réponses.

Il a aussi permis d'éclaircir les hypothèses de départ, à l'aide d'expériences menées sur d'autres territoires, de présenter des préconisations qui constituent matière à réflexion pour la structure dans la poursuite de ses missions de service public, et de poser de nouvelles questions.

Si, comme le montrent les résultats de l'enquête, la démarche participative peut permettre d'attirer de nouveaux publics, celle-ci a été essentielle dans la mise en place et le déroulement du projet. Le choix des sujets à traiter, l'approche des publics et la rédaction des préconisations se sont faites dans un souci de coopération avec l'environnement de l'enquête, à plusieurs niveaux :

- la consultation et l'implication de partenaires et de structures extérieures
- le suivi de l' élu à la culture et la validation de la municipalité
- l'accompagnement du tuteur, responsable de la structure
- les avis en réunion des collègues de la médiathèque
- la participation des sondés.

Cette participation active a permis la production de plusieurs documents, buts du projet de stage, et qui figurent reproduits en annexes : une synthèse des résultats de l'enquête, un document de retransmission au public, un document présentant l'analyse des données et les préconisations. Ce document présenté au mois de mai à la commission « Vie de la Cité » de la Mairie nourrira la réflexion pour la proposition de projet de service qui sera faite en septembre prochain.

Certains sujets évoqués dans ce mémoire entrent en résonance avec les projets actuellement en discussion au sein de l'équipe :

- médiation des contenus numériques, en particulier musicaux, par l'aménagement d'un

---

espace facilitant l'écoute musicale,

– formalisation des procédures de mise à disposition de l'auditorium, afin d'en permettre un accès à la fois plus large et plus organisé,

– rédaction des propositions de la structure en lien avec le projet de service du pôle « Vie de la cité » et du projet de mandat de la municipalité. Celui-ci évoque les questions d'adaptation des horaires d'ouverture, de l'accueil des publics, des dynamiques participatives. Il s'agit notamment de de « *concevoir la médiathèque comme un lieu familier* », de « *réduire la distance, virtuellement et physiquement, entre la médiathèque et le public* », de « *réfléchir aux usages innovants et collaboratifs dans le champ du numérique* ». Un renforcement de la coopération avec le CCAS, le Point Accueil Emploi, l'Épicerie sociale, les professionnels de la jeunesse et des personnes âgées est souhaité afin d'accompagner les publics « *plus éloignés* »<sup>99</sup>.

Selon Xavier Galaup, les évolutions actuelles du rapport à la lecture et à l'information imposent de modifier les pratiques professionnelles du bibliothécaire et de le penser davantage comme accompagnateur des pratiques, dans une structure créative qui reconnaît son public, par nature hétérogène. Celui-ci peut alors se reconnaître dans sa structure qui peut ainsi devenir un lieu d'expression et de co-création<sup>100</sup>.

Ce contexte serait formateur d'usagers autonomes d'une médiathèque qui s'efforce déjà, par l'ensemble des actions de médiation qu'elle met en place et les réflexions qu'elle initie, de se rapprocher de tous ses publics.

---

99 Projet de mandat 2014/2020, document de présentation des idées des élus de Betton, faisant l'objet de discussions et d'amendement par les agents.

100 GALAUP, Xavier. *Usagers et bibliothécaires : concurrence ou co-création ?* Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2012.

---

# BIBLIOGRAPHIE

## ***Ouvrages généraux, pratiques culturelles des publics***

BERTRAND, Anne-Marie, BURGOS, Martine, POISSENOT, Claude. *Les bibliothèques municipales et leurs publics : pratiques ordinaires de la culture*. Paris : Bibliothèque publique d'information, 2001.

DONNAT, Olivier. *Les pratiques culturelles de Français à l'ère du numérique : enquête 2008*. Paris : Editions La Découverte, 2009.

SERRES, Michel. *Petite Poucette*. Paris : Editions Le Pommier, 2012.

SIX Jean-François, MUSSAUD, Véronique. *Médiation*. Paris, Seuil, 2002.

## ***Méthodologie de l'enquête***

BLANCHET, Alain, GOTMAN, Anne. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris : Nathan, collection 128, 1992.

EVANS, Christophe. *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2011.

POISSENOT, Claude, RANJARD, Sophie. *Usages des bibliothèques : approche sociologique et méthodologie d'enquête*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2005.

SINGLY, François de. *L'enquête et ses méthodes : Le questionnaire*. Paris : Nathan, collection 128, 1992.

## ***Les « nouveaux publics »***

BERTRAND, Anne-Marie. *Le peuple, le non-public et le bon public : Les publics des bibliothèques et leurs représentations chez les bibliothécaires*. In *Le(s) public(s) de la culture*, Presses de Sciences Po, 2003.

GERARD-BILLON, Aline, HERSENT, Jean-François. *Les non-usagers des bibliothèques parisiennes*. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 5, 1998. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1998-05-0043-008>>.

---

JUNG, Laurence. « *Je ne travaille jamais en bibliothèque* » *Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants*. Mémoire d'étude de diplôme de conservateur de bibliothèque [en ligne]. Paris : ENSSIB, décembre 2010. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49500-je-ne-travaille-jamais-en-bibliotheque-enquete-aupres-d-etudiants-non-frequentants-ou-faibles-frequentants.pdf>>.

MOESCHLER, Olivier. « *Fontaines de connaissance* » ou « *musées du livre* » ?... *Les bibliothèques municipales selon leurs non-usagers*. Ressi [en ligne], no.6, octobre 2007. Disponible sur le web : <[http://campus.hesge.ch/ressi/Numero\\_6\\_octobre2007/articles/HTML/RESSI\\_036\\_Moeschler.htm](http://campus.hesge.ch/ressi/Numero_6_octobre2007/articles/HTML/RESSI_036_Moeschler.htm)>.

MOESCHLER, Olivier. "*Vous avez dit bibliothèque ?*", *enquête sur les non-usagers des bibliothèques municipales de Genève*. Genève : Haute Ecole de Gestion de Genève, 2006.

POISSENOT, Claude. *Les non usagers des BDP : Le cas de la Meuse*. Les publications en ligne de l'ADBDP [en ligne], mars 2003. Disponible sur le web : <<http://www.adbdp.asso.fr/ancien/association/publications/enligne/poissonot2003.htm>>.

### ***Des bibliothèques en mutation : services et relations aux publics***

ALLOUCHE Abdelwahed, *Les médiations dans les bibliothèques publiques*. Bulletin des Bibliothèques de France, 2007, n°6. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0071-002>>.

BAZIN, Patrick. *Plus proches des lointains*. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 2, 2004. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-02-0008-002>>.

CALENGE, Bertrand. *Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services publics dans les bibliothèques*. Paris, Ed. du cercle de la librairie, 1999.

CALENGE, Bertrand. *La modernité, c'est le bruit ?* Billet de blog *Carnet de notes*, 2 avril 2010.

CERTAIN, Hélène. *Bibliothèque familiale et familière, l'exemple de la bibliothèque Louise Michel*. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n°2, 2013. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-02-0060-009>>.

CHEKIB, Vincent. *L'accueil des publics en bibliothèque : une pratique politique d'ouverture sans se perdre ni exclure*. Mémoire d'études de diplôme de conservateur des bibliothèques [en ligne], 2008. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1985-l-accueil-des-publics-en-bibliotheque.pdf>>.

GALAUP, Xavier. *Usagers et bibliothécaires : concurrence ou co-création ?* Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2012. Disponible sur le web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-04-0040-008>>.



---

GALAUP, Xavier, *L'utilisateur co-créateur des services en bibliothèque publique : l'exemple des services non-documentaires*, Mémoire de Diplôme de conservateur des bibliothèques, 2007. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-1040>>.

GILBERT, Raphaële. *Services innovants en bibliothèque : construire des nouvelles relations avec les usagers*. Mémoire d'études de diplôme de conservateur des bibliothèques [en ligne], 2010. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/48197-services-innovants-en-bibliotheque-construire-de-nouvelles-relations-avec-les-usagers.pdf>>.

MERCIER, Sylvère. *La bibliothèque de Saint-Herblain propose un service de rencontre à domicile ouvert à tous*. Billet du blog Bibliobsession [en ligne], 12 juin 2010. Disponible sur le web : <<http://www.bibliobsession.net/2010/06/12/la-bibliotheque-de-saint-herblain-propose-un-service-de-rencontre-a-domicile-ouvert-a-tous/>>.

MONTGOLFIER, Amaël de. *Bien accueillir à la bibliothèque : processus humains, compétences, savoir-faire*. Mémoire d'études de diplôme de conservateur des bibliothèques [en ligne], 2012. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/60392-bien-accueillir-a-la-bibliotheque-processus-humains-competences-savoir-faire.pdf>>.

MULLER, Françoise, RIGEADE, Marine. *Ouvrir grand la médiathèque, faire évoluer les horaires d'ouverture*. Paris, ABF, 2014.

*Ouvrir les médiathèques le dimanche*. Les mardis de Tempo. Rouen, *Tempo Territorial*, septembre 2011. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56573-les-mardis-de-tempo-ouvrir-les-mediathèques-le-dimanche.pdf>>

POISSENOT, Claude. *La nouvelle bibliothèque : contribution pour la bibliothèque de demain*. Voiron : Territorial éditions, impr. 2009.

SERVET, Mathilde. *Les bibliothèques troisième lieu*. Mémoire d'études de diplôme de conservateur des bibliothèques [en ligne], 2009. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-21206>>.

SPIESER Adèle. *Fais pas ci, fais pas ça, les interdits en bibliothèques*. Mémoire de diplôme de conservateur de bibliothèques, Lyon, 2012. Disponible sur le web : <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56967-fais-pas-ci-fais-pas-ca-les-interdits-en-bibliotheque.pdf>>

TABET, Claudie. *La bibliothèque "hors les murs"*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2004.

---

## **Données statistiques et locales**

*Bilan 2013 de la médiathèque de Betton.* Betton : Médiathèque de Betton, 2014.

*Bilan 2013 du dispositif Sortir !, à Betton.* Rennes : Association pour la Promotion de l'Action et de l'Animation Sociale, 2014.

*Bilan social 2013 des programmes Espacil à Betton.* Rennes : Espacil, 2014.

*Commune de Betton (35024) - Dossier statistique de la commune.* Paris : INSEE, 2011. disponible sur le web : <[http://www.insee.fr/fr/themes/dossier\\_complet.asp?codgeo=COM-35024](http://www.insee.fr/fr/themes/dossier_complet.asp?codgeo=COM-35024)>.

*POLDOC, Public potentiel, public réel. Restitution de projet, médiathèque départementale.* Rennes : 2009. Disponible sur le web : <[http://www.mediatheque35.fr/sites/default/files/asset/document/synthese\\_publics\\_5.pdf](http://www.mediatheque35.fr/sites/default/files/asset/document/synthese_publics_5.pdf)>.

*Schéma de Cohérence Territorial du Pays de Rennes.* Rennes : 2007. Disponible sur le web : <<http://www.paysderennes.fr/Le-SCoT.html>>.

## **Sitographie**

*Biblio Remix*, disponible sur <https://biblioremix.wordpress.com/>

*Carte Blanche à Lucien Rose*, disponible sur <https://carteblanchelucienrose.wordpress.com/>

*Je ne sais pas quoi lire : Médiathèque de Lorient*, disponible sur <http://www.jenesaispasquoilire.net>

*Lis tes classiques*, disponible sur <http://www.paralleles-editions.com/lis.html>; <http://lis-tes-classiques.tumblr.com/>

*Médiathèque Théodore Monod*, disponible sur <http://www.mediathequebetton.fr/s/index>

*Page Facebook de la Médiathèque Théodore Monod*, disponible sur <https://www.facebook.com/mediathequebetton>

*Ville de Betton*, disponible sur <http://www.betton.fr/accueil>

---

## **ANNEXES**

## Liste des annexes

- A – **Betton, une commune en périphérie de Rennes - Extrait du SCOT**
- A' – **Plan de la médiathèque**
- B – **La population de Betton par âge et par CSP**
- C - **Marqueurs d'éloignement potentiel de la lecture**
- D – **Les locataires des logements sociaux**
- E – **Les inscrits bettonnais par catégories d'âges en 2014**
- F – **Les abonnés actifs bettonnais de la médiathèque en 2014 par CSP**
- G – **D'où viennent les inscrits de la médiathèque de Betton ?**
- H – **Texte de l'enquête : sondage en ligne et grille d'entretien**
- I – **La diffusion du sondage**
- J - **L'enquête de terrain : calendrier**
- K- **L'enquête de terrain : lieux de sondage**
- L – **Synthèse des résultats de l'enquête : Diagrammes de catégorisation des publics**
- M – **Synthèse des résultats de l'enquête : les visiteurs**
- N – **Synthèse des résultats de l'enquête : les non-fréquentants**
- O – **Synthèse des résultats de l'enquête : les inscrits et les anciens fréquentants**
- P – **Synthèse des résultats de l'enquête : motivation principale de la fréquentation**
- Q - **Synthèse des résultats de l'enquête : raisons de non fréquentation et de non inscription**
- R – **Synthèse des résultats de l'enquête : connaissance des services**
- S – **Synthèse des résultats de l'enquête : usages de la médiathèque idéale**
- T – **Synthèse des résultats de l'enquête : les horaires d'ouverture**
- U – **Synthèse des résultats de l'enquête : participation des publics aux animations**
- V – **Implication des publics**
- W – **Synthèse des résultats de l'enquête : typologie des publics**
- X – **Résumé des réponses, chiffres bruts**
- Y- **9 entretiens : synthèse thématique**
- Z - **Suggestions de cohabitation des espaces**
- ZA – **Diaporama de synthèse des résultats à destination des publics**
- ZB - **Analyse et préconisations remises en fin de stage**

# A – Betton, une commune en périphérie de Rennes - Extrait du SCOT

## Préserver la grande armature écologique

- Masifs forestiers et principaux boisements à préserver
- Fonds de vallée et grandes liaisons naturelles à conforter

## Favoriser la fonctionnalité écologique du territoire

- Fermeabilité biologique à encourager
- Continuité naturelle à favoriser en espace urbain
- Principe de connexion écologique à assurer
- Franchissement écologique à améliorer ou à prévoir (routes ou aménagements urbains)

## Garantir la préservation des ceintures vertes et des alternances ville / campagne

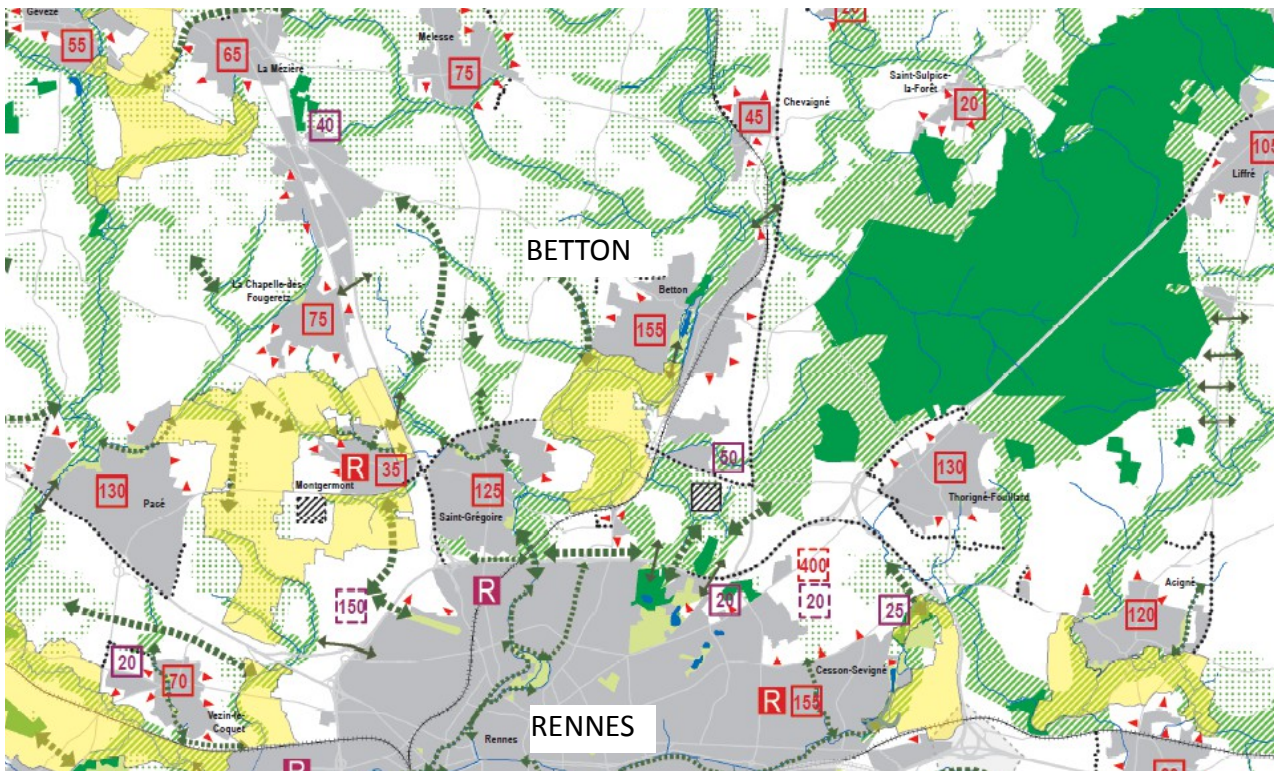
- Champs urbains à protéger au sein des réseaux des communes
- Limites paysagères de développement à respecter (routes, haie, ligne de crête ou lisière urbaine)
- Espaces de respiration entre les villes et les bourgs à maintenir (discontinuités urbaines)

## Assurer le développement urbain en économisant l'espace

- Espaces urbanisés et zones d'activités en cours en 2007
- Panoramas urbains et gisels
- Directions d'urbanisation
- Potentiel urbanisable communal maximum (en hectare)
- Site conditionnel de développement urbain
- Nouvelle zone de développement économique
- Zone conditionnelle de développement économique
- Sites privilégiés de renouvellement urbain habitat / activités

## Infrastructures à réaliser

- Site d'enfouissement des déchets à réaliser
- Site éventuel de traitement des déchets
- Périmètre de prise en considération du contournement autoroutier Sud-Est de Rennes
- Ligne à Grande Vitesse : zones sources à enquête publique et Ase du tracé de la route publique



## A' - Plan de la médiathèque



### Légende

	<b>Niveau Haut (ados/adultes):</b>
	Rayonnage romans, documentaires...
	CD, DVD
	Bande dessinée
	Présentoir tracts, affiches et porte-manteau
	Table ou mobilier de présentation
	Table
	Poste d'accueil
	Ordinateur OPAC
	Borne RFID
	Ordinateur public
	Tablette
	Ordinateur pour jeux vidéos
	Salle Wiu
	Fauteuil
	<b>Niveau bas (jeunesse) + sous la mezzanine :</b>
	Rayonnages jeunesse
	Bacs BD et albums jeunesse
	Espaces de lecture
	Pelouse (extérieur)

### Plan de situation de la médiathèque



### Légende

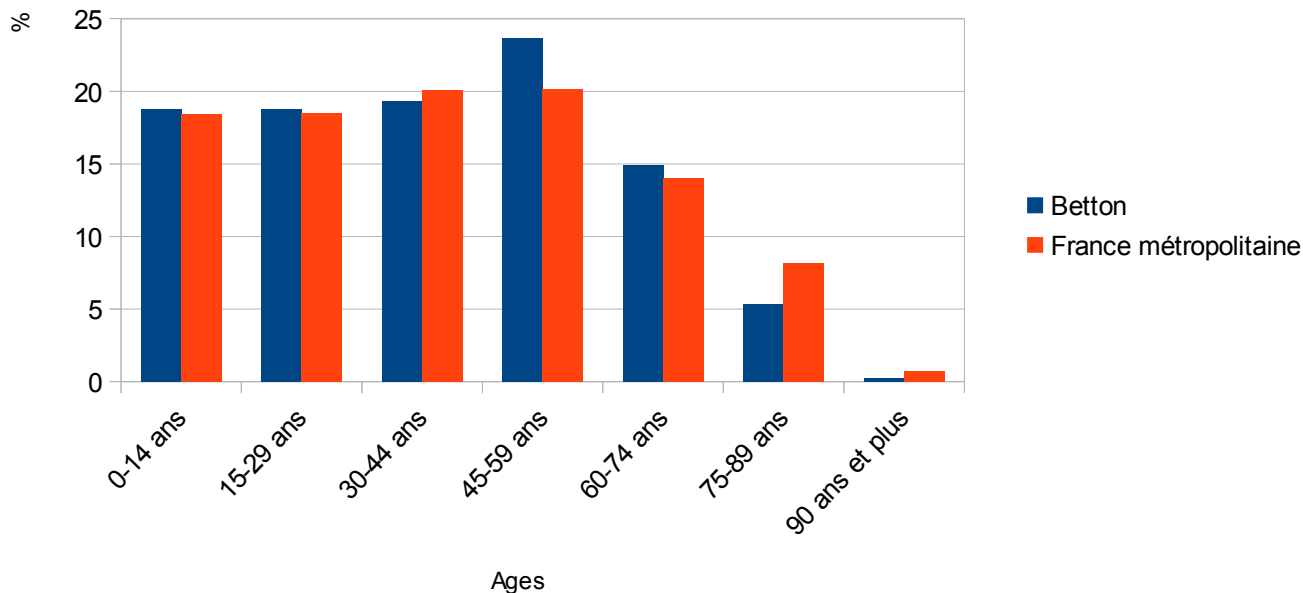
	Médiathèque
	Pelouse
	Voie d'accès

NORD ↑

## B – La population de Betton par âge et par CSP

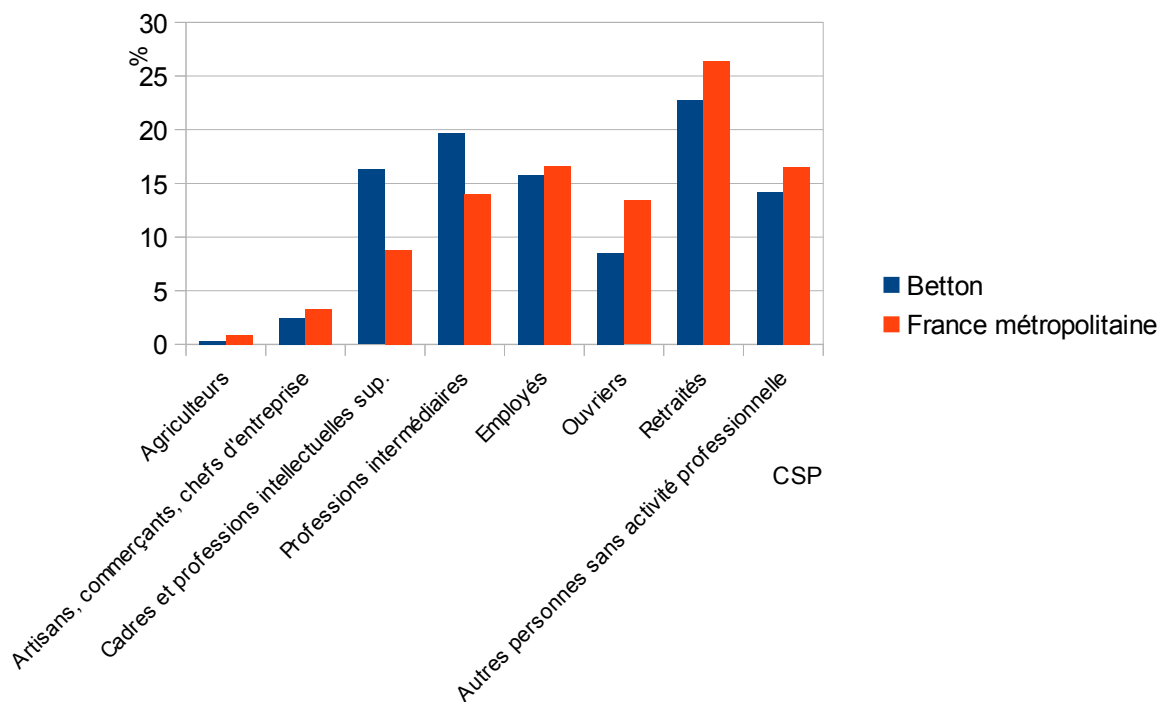
### Population par âge en 2011

Source : INSEE, RP 2011



### Population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle en 2011

Source : INSEE, RP2011

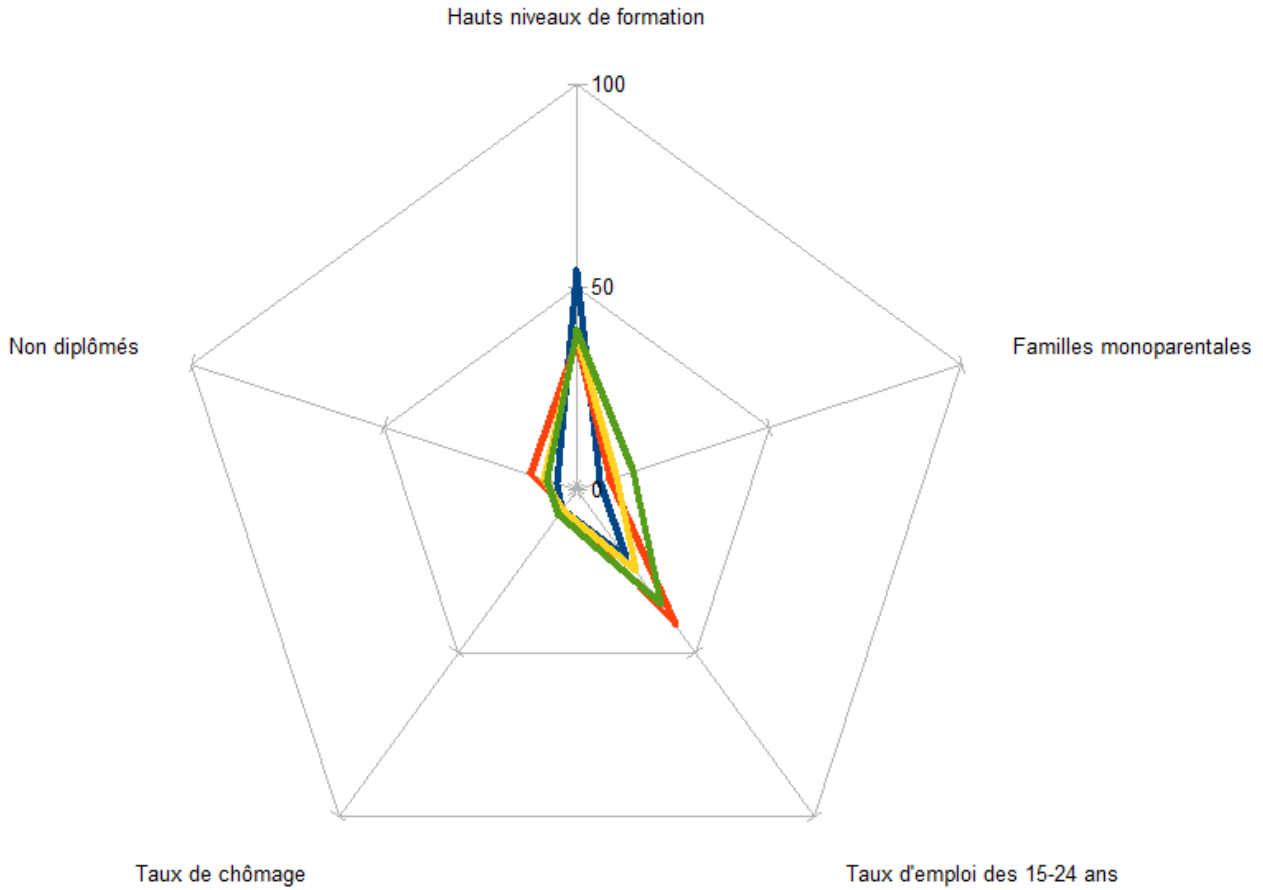




## C – Marqueurs d'éloignement potentiel de la lecture

Marqueurs d'éloignement potentiel de la lecture à Betton, par zones IRIS, en 2010 (% , source INSEE 2011)

— Centre — Canal-VF — Est — Ouest



Les zones IRIS (Ilots Regroupés pour l'Information Statistique) de Betton, et les zones urbanisées de Betton :

Centre ■

Canal – Voie ferrée ■

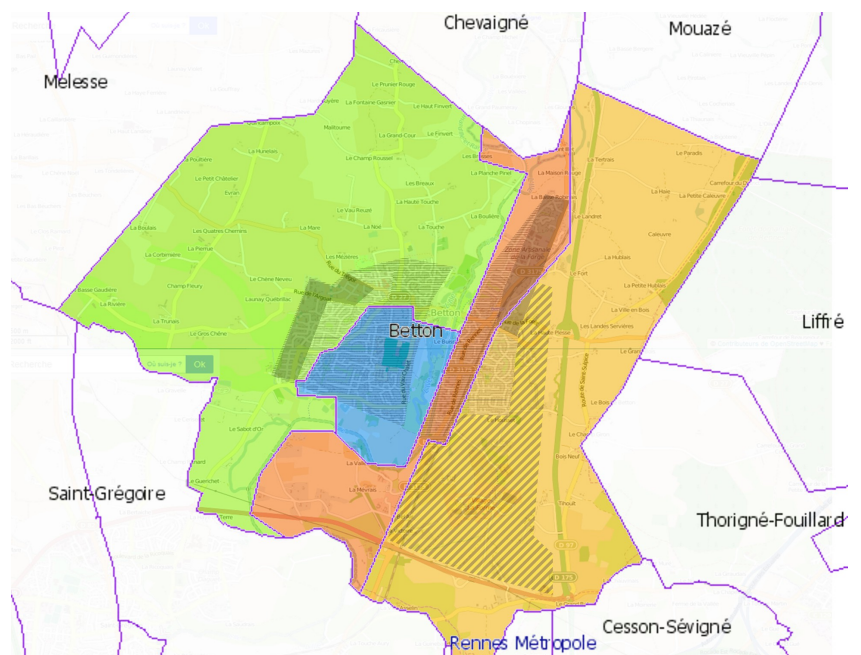
Est ■

Ouest ■

Zone urbanisée ■

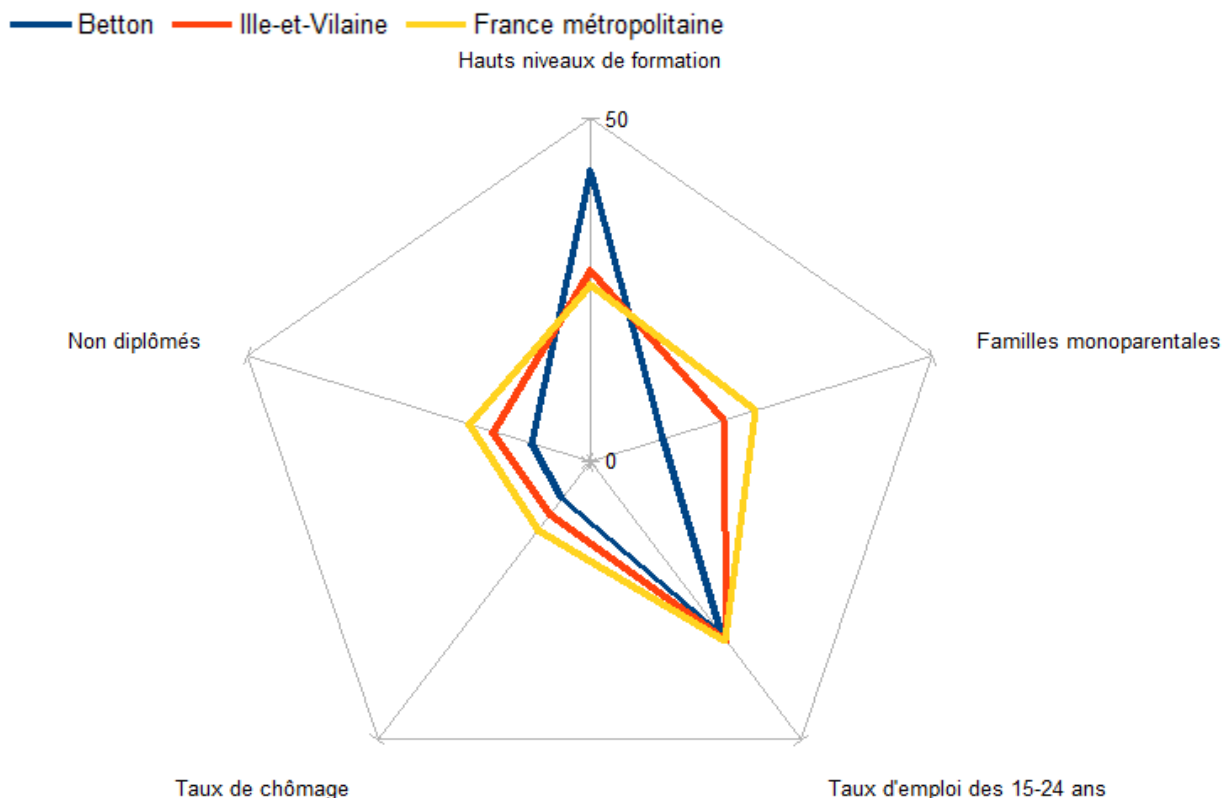
Zones d'urbanisation récente ■

Zones ouvertes à l'urbanisation ■





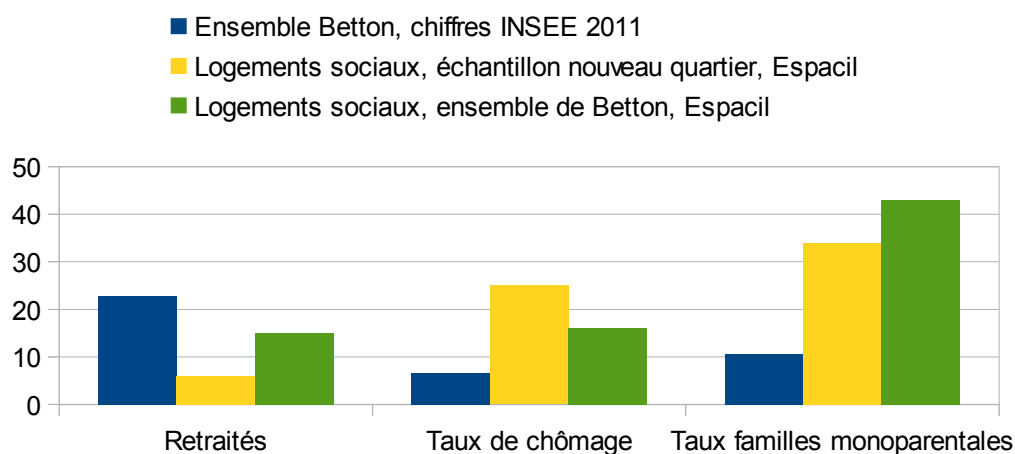
Marqueurs d'éloignement potentiel de la lecture à Betton, en Ille et Vilaine et en France métropolitaine en 2010 (% , source INSEE 2011)



## D - Les locataires des logements sociaux

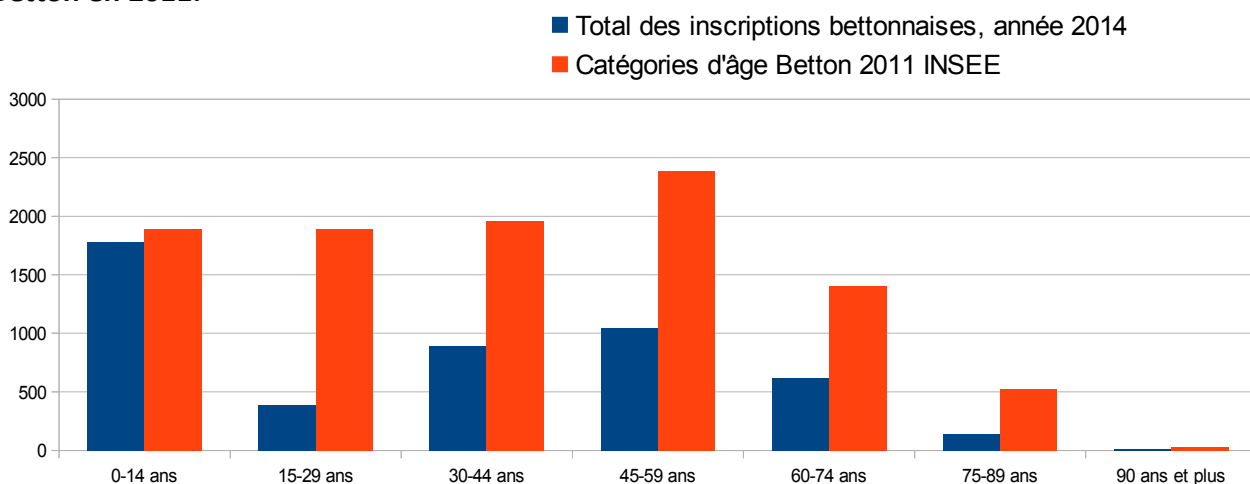
### Catégorie socioprofessionnelle des adultes, taux de chômage et taux de familles monoparentales comparées de Betton et des habitants des logements sociaux du bailleur Espacil sur la commune de Betton, en 2013.

Les données recueillies auprès du bailleur social concernent la situation du chef de famille et non la situation de l'ensemble des adultes du foyer. Les données provenant de l'INSEE portent sur l'ensemble des personnes de plus de 15 ans, en 2010. L'échantillon « nouveau quartier » concerne



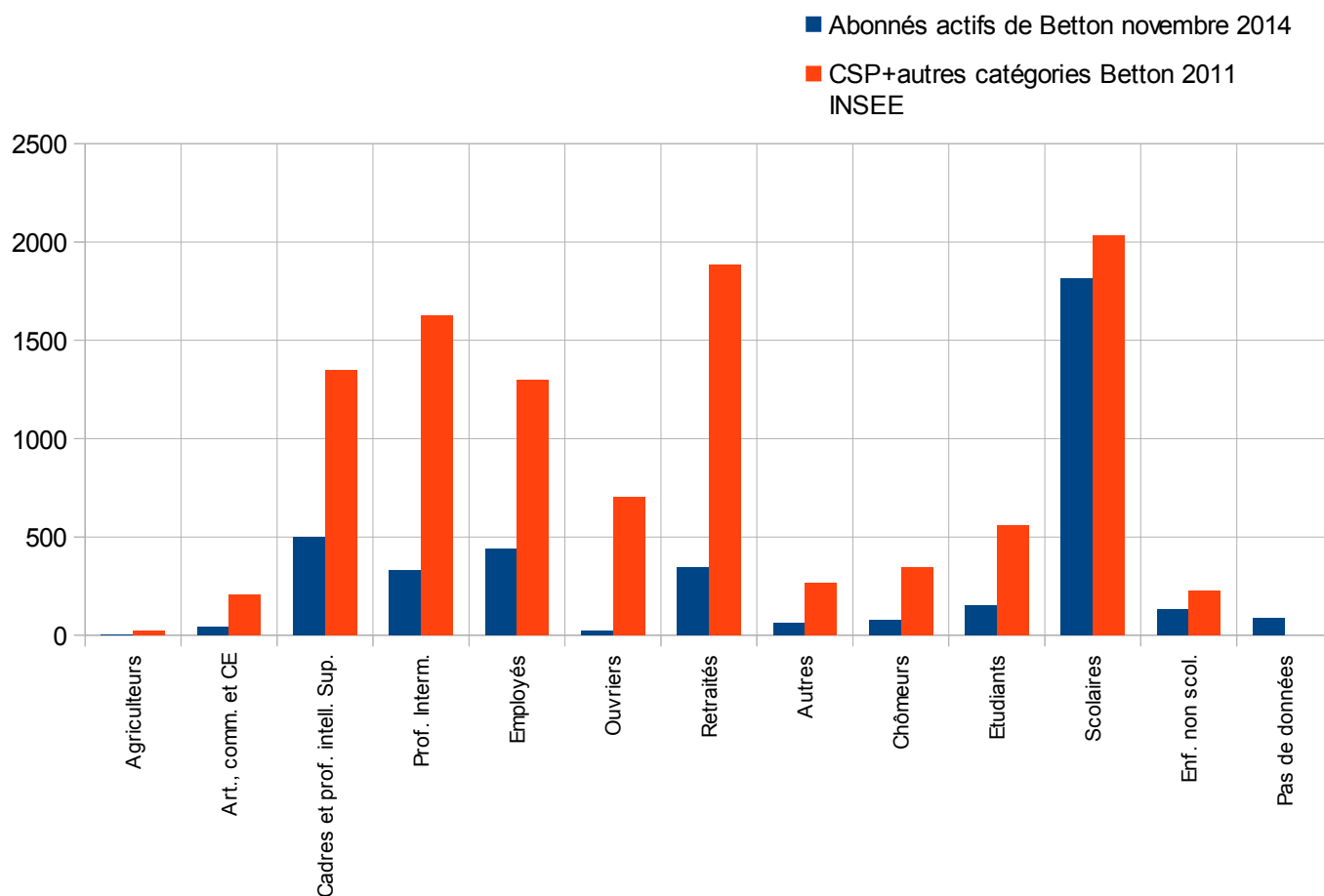
la Basse Renaudais et regroupe 47 logements Espacil. L'ensemble du parc Espacil de la commune comprend 236 logements. Sources : Espacil, 2014, INSEE, 2011.

**E - Les inscrits bettonnais par catégories d'âges en 2014, comparés aux données de l'INSEE pour Betton en 2011.**



Les chiffres des inscriptions bettonnaises ont été obtenus en comptant le nombre de personnes inscrites par année de naissance.

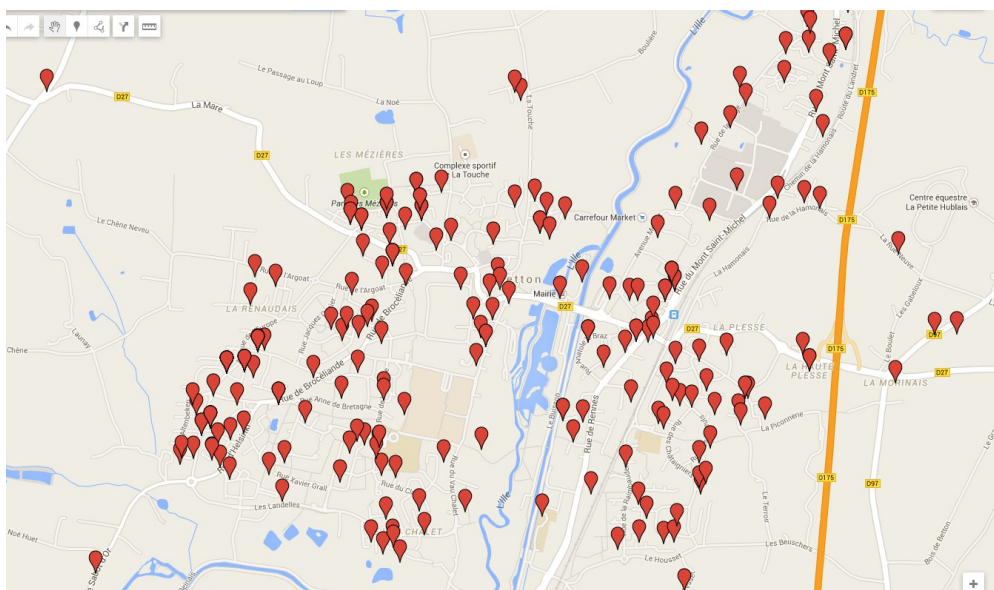
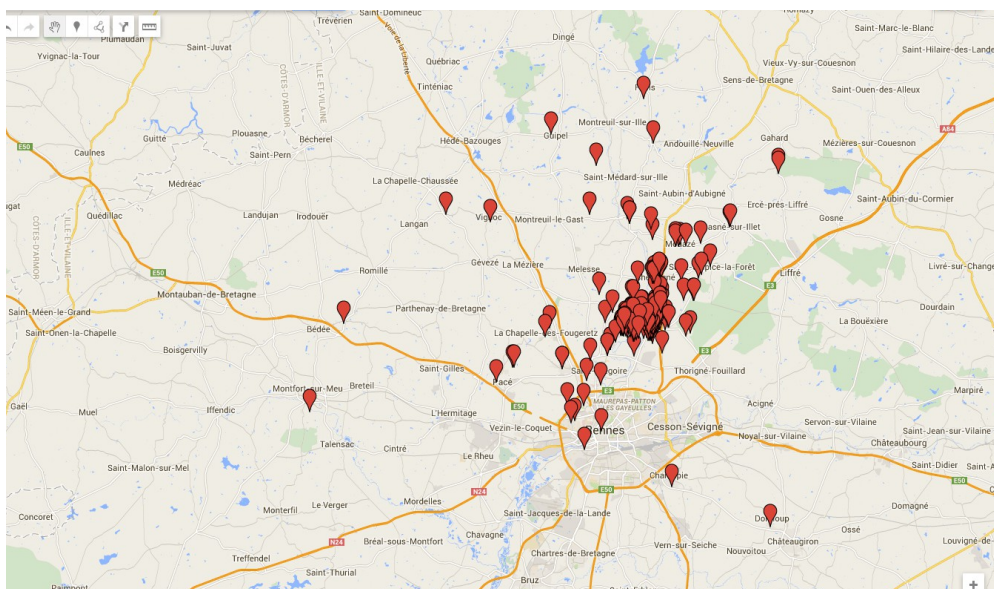
**F - Les abonnés actifs bettonnais de la médiathèque en 2014 par catégories représentées dans le SIGB, comparés aux données INSEE 2011 à Betton.**



Il convient de prendre ces chiffres avec précaution, en raison des différences entre les catégories du SIGB et celles de l'INSEE, et de l'appréciation diverse du contenu des CSP lors de la saisie des données lors de l'inscription.

**G – D'où viennent les inscrits de la médiathèque de Betton ?** Etude de localisation à partir des 516 nouveaux inscrits de 2014 à la médiathèque de Betton, au 7 novembre 2014. Avec l'outil Google Map, d'après les adresses recueillies sur le SIGB.

Le rayonnement de la médiathèque se fait sentir sur le nord de l'agglomération rennaise :



▲ Nord

Les inscrits se répartissent sur l'ensemble de la commune, y compris les zones rurales, sont issus de tous les quartiers, dont les quartiers nouvellement urbanisés (à l'ouest, à l'est et au nord de la zone urbanisée).

## H – Texte de l'enquête

### SONDAGE EN LIGNE

#### La médiathèque se bouge, bougez avec elle !

Vous allez à la médiathèque ? Vous n'y allez plus ? Vous n'y êtes jamais allé(e) ? Votre avis nous intéresse !

La médiathèque Théodore Monod, service public de la Mairie de Betton, mène l'enquête.

Pourquoi ? Mieux connaître les aspirations et les contraintes des Bettonnais d'aujourd'hui est indispensable pour continuer à adapter le service et à le faire évoluer.

Ce questionnaire est proposé aux habitants dès le 24 janvier et durant tout le mois de février. Il s'adresse à toute personne de plus de 15 ans, il est anonyme et ne prend que quelques minutes. Il est à remplir uniquement en ligne en cliquant sur le lien que chacun pourra retrouver sur le site de la Mairie ([www.betton.fr](http://www.betton.fr)) ou celui de la médiathèque ([mediathequebetton.fr](http://mediathequebetton.fr)).

Merci pour vos réponses !

1 – Etes-vous venu une ou plusieurs fois à la médiathèque de Betton au cours de cette année ?

Si oui > Question 2

Si non > Question 3

2 – Etes-vous inscrit à la médiathèque de Betton ?

Si oui > Questionnaire D (question 11)

Si non > Questionnaire A (question 4)

3 – Etes vous venu par le passé à la médiathèque de Betton ?

Si oui > Questionnaire E (question 12)

Si non > Questionnaire C (question 8)

#### Questionnaire A (visiteur non inscrit ou visiteur ancien inscrit)

4 – Vous venez à la médiathèque surtout :

- pour vos loisirs
- pour les loisirs de vos enfants ou petits enfants
- pour étudier, vous former
- dans le cadre de votre activité professionnelle

5 - Avez-vous déjà été inscrit à la médiathèque de Betton par le passé ?

Oui > Question 6

Non > Questionnaire B (question 7)

6 – Vous ne vous êtes pas réinscrit à la médiathèque car : (plusieurs réponses possibles)

- J'ai déménagé.
- Les horaires ne me convenaient pas.
- Ce n'est pas gratuit
- Il y a trop de contraintes liées au prêt
- L'atmosphère du lieu ne me convenait pas
- Je ne trouvais pas les livres/CD/DVD qui me plaisent
- Je ne trouvais pas les services dont j'ai besoin
- Je ne savais pas quoi lire, écouter ou voir...
- Je suis inscrit dans une autre médiathèque.
- Autre raison :

> **Questionnaire commun F (question 14)**

**Questionnaire B (visiteurs non inscrits)**

7 – Vous n'êtes pas inscrit à la médiathèque car : (plusieurs réponses possibles)

- Ce n'est pas gratuit
- Il y a trop de contraintes liées au prêt
- Je ne trouve pas les livres/CD/DVD qui me plaisent
- Je ne trouve pas les services dont j'ai besoin
- Je ne sais pas quoi lire, écouter ou voir...
- Je suis inscrit dans une autre médiathèque
- Autre raison :

> **Questionnaire commun F (question 14)**

**Questionnaire C (les non-fréquentants)**

8 - Etes-vous déjà allé sur le site internet de la médiathèque de Betton ?

9 – Vous ne venez pas à la médiathèque car : (plusieurs réponses possibles)

- La médiathèque est trop éloignée
- Les horaires ne me conviennent pas
- Ce n'est pas gratuit
- Il y aurait trop de contraintes liées au prêt
- L'atmosphère du lieu ne me conviendrait pas
- Je ne trouverais pas les livres/CD/DVD qui me plaisent
- Je ne trouverais pas les services dont j'ai besoin
- Je ne saurais pas quoi lire, écouter ou voir...
- Je suis inscrit dans une autre médiathèque
- Autre raison :

10 – Connaissez-vous des personnes qui vont à la médiathèque de Betton ?

> **Questionnaire commun F (question 14)**

### **Questionnaire D (inscrits)**

11 – Vous venez à la médiathèque surtout :

- pour vos loisirs
- pour les loisirs de vos enfants
- pour étudier, vous former
- dans le cadre de votre activité professionnelle

### **> Questionnaire commun F (question 14)**

### **Questionnaire E (anciens fréquentants)**

12 – Vous veniez à la médiathèque surtout :

- pour vos loisirs
- pour les loisirs de vos enfants
- pour étudier, vous former
- dans le cadre de votre activité professionnelle

13 – Vous ne venez plus à la médiathèque car : (plusieurs réponses possibles)

- J'ai déménagé.
- Les horaires ne me convenaient pas.
- Ce n'est pas gratuit
- Il y a trop de contraintes liées au prêt
- L'atmosphère du lieu ne me convient pas
- Je ne trouvais pas les livres/CD/DVD qui me plaisent
- Je ne trouvais pas les services dont j'ai besoin
- Je ne savais pas quoi lire, écouter ou voir...
- Je suis inscrit dans une autre médiathèque.
- Autre raison :

### **> Questionnaire commun F (question 14)**

## Questionnaire F (commun)

14 - Connaissez vous ces services de la médiathèque de Betton ? (plusieurs choix possibles)

- Prêt de livres, CD, DVD, textes lus. Prolongations et réservations de documents
- Possibilité de rendre des documents en dehors des heures d'ouverture.
- Vidéo à la demande (VOD)
- Lecture libre sur place des livres et de la presse, avec café, thé, fontaine à eau
- Ecoute de musique sur place
- Jouer aux jeux vidéos
- Accès à une imprimante, scanner, photocopieuse, ordinateur, tablettes, wifi gratuit
- Le site internet [www.mediathequebetton.fr](http://www.mediathequebetton.fr)
- La page Facebook de la médiathèque
- Portage à domicile des documents empruntés
- Cours/Ateliers d'informatique
- Spectacles pour tout-petits et projection de films gratuits et ouverts à tous
- La boîte à livres « Betton se livre » : livres gratuits, à donner ou à prendre
- Je ne connais aucun service de la médiathèque

15 - Une médiathèque, pour vous, devrait être surtout :

- un lieu calme, pour travailler ou étudier
- un lieu confortable, pour la lecture sur place
- un lieu convivial, pour la rencontre et l'échange
- un lieu moderne, en phase avec l'actualité
- un lieu de rencontres d'artistes, d'écrivains...
- un lieu où on peut jouer
- un lieu d'activité pour les enfants
- un lieu où on est aidé dans ses choix de lectures, de jeux, musiques et films
- un lieu où on nous aide à chercher des informations
- un lieu d'apprentissage informatique ou numérique
- un lieu où on peut se former ou s'auto-former
- un lieu où on peut participer et s'impliquer

16 – Quels jours et à quelle heures souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ?

Exemple : "Mardi de 15h à 18h". Merci de revenir à la ligne pour chaque jour.

17 – A quelles activités souhaiteriez vous venir ? (plusieurs choix possibles)

- des animations et lectures avec les enfants
- des activités créatives et artistiques pour tous
- des échanges de de trucs et astuces (bricolage, cuisine, jardinage, informatique)
- des débats de société (actualité...)
- des temps de partage (livre, musique, cinéma...)
- des ateliers d'écriture
- des temps de jeux : découverte, tournois...
- des formations
- autres proposition :
- rien

18 – Souhaiteriez-vous vous impliquer ?

- Oui, dans le choix des achats de livres, disques, films, jeux...
- Oui dans le choix d'activités
- Oui, dans le partage de connaissances ou de savoirs-faire
- Oui, dans l'organisation de ces activités
- Oui, dans l'animation de ces activités
- Oui, dans la création de services
- non

18' – De quel temps disposeriez-vous pour vous impliquer ?

- Une fois par mois
- Plus souvent
- Moins souvent
- Jamais
- Autre :

19 - Avez-vous d'autres remarques à apporter ? (texte libre)

**Pour mieux vous connaître :**

20 – Habitez-vous Betton ?

Si oui, depuis combien de temps ?

- Moins de 1 an
- 1 à 2 ans
- 2 à 10 ans
- Plus de 10 ans

Si non, dans quelle commune habitez-vous ?

- Cesson-Sévigné
- Chevaigné
- La-Chapelle-des-Fougeretz
- Melesse
- Mouazé
- Rennes
- Saint-Grégoire
- Saint-Sulpice-La-Forêt
- Thorigné-Fouillard
- Autre commune :

21 - Quel est votre âge ?

- 0-14 ans
- 15-29 ans
- 30-44 ans
- 45-59 ans
- 60-74 ans
- 75-89 ans
- 90 ans et plus



22 - Vous êtes :

- une femme
- un homme

23 – Vous êtes :

- Agriculteur
- Artisan, commerçant, chef d'entreprise
- Cadre ou profession intellectuelle
- Profession intermédiaire
- Employé
- Ouvrier
- Retraité
- Collégien ou lycéen
- Etudiant
- Demandeur d'emploi
- Autre personne, sans activité professionnelle
- Ne sait pas ou ne souhaite pas répondre

**Votre réponse a bien été enregistrée.**

**Merci d'avoir pris le temps de répondre, bonne journée !**

**Retrouvez-nous sur [mediathequebetton.fr](http://mediathequebetton.fr) et sur [facebook.com/mediathequebetton](https://www.facebook.com/mediathequebetton) !**

**Si vous souhaitez recevoir les résultats de l'enquête au mois d'avril, vous pouvez nous laisser votre courriel à cette adresse : [mediatheque@betton.fr](mailto:mediatheque@betton.fr)**

## GRILLE D'ENTRETIENS

### PRÉSENTATION

Bonjour, je m'appelle Erwan Savina, et dans le cadre d'un stage à la médiathèque de Betton, je mène une enquête auprès des habitants afin de réfléchir sur les prochaines animations et services de la médiathèque, et répondre aux mieux à vos attentes. Merci de m'avoir accordé de votre temps pour répondre à ces quelques questions. L'entretien est anonyme et est enregistré pour les besoins de la prise de notes.

### RAPPORT À LA STRUCTURE

Questions principales	Questions complémentaires	Demandes de précisions
Allez-vous à la médiathèque de Betton ? Êtes vous inscrit ? L'avez-vous été ?  A quels moments avez-vous fréquenté une bibliothèque dans votre vie ?	Que vous inspire-telle ? Qu'en avez-vous retenu (ressentis, apports personnels...) ? Qu'y trouv(i)ez-vous ? Quel usage en av(i)ez-vous ?	Pouvez-vous m'en dire un peu plus ?
Quels sont les freins/motivations à votre venue à la médiathèque ?	Qu'est-ce qui vous attire/vous rebute ? Sujets qui peuvent être évoqués : éloignement, temps, horaires, tarifs, lieu, collections, accueil, appréhensions...	

### SERVICES ET ANIMATIONS

Questions principales	Questions complémentaires	Demandes de précisions
Quels services connaissez-vous de la médiathèque ?	Desquels vous servez-vous ? Desquelles auriez-vous l'usage ?	Pouvez-vous me donner des (d'autres) exemples ?
Avez-vous des idées d'activités que vous souhaiteriez partager avec d'autres personnes, ou apprendre ?	Possibilité d'évoquer des animations avec les enfants, créatives, trucs et astuces, partages, rencontres, ateliers d'écriture, jeux, formations...	

### PARTICIPATION

Questions principales	Questions complémentaires	Demandes de précisions
Souhaiteriez-vous vous impliquer dans des animations ?	De quelle façon ? (organisation, animation, choix des activités)	Si oui, souhaitez-vous nous donner votre contact ?
<b>Clôture</b> Avez-vous des remarques à apporter ? Merci d'avoir pris du temps pour répondre à mes questions, bonne journée !		

### CONNAISSANCES DE L'INTERVIEWE

Age, sexe :

# I – La diffusion du sondage sur le site et la page Facebook de la médiathèque et sur le site de Betton (captures d'écran)



J – L'enquête de terrain - Calendrier du 24 janvier au 7 février 2015 :

Questionnaires

Entretiens

Présence médiathèque

	<b>Sam. 24 janvier</b>
11-12h	Habitants/Elus
12-13h	

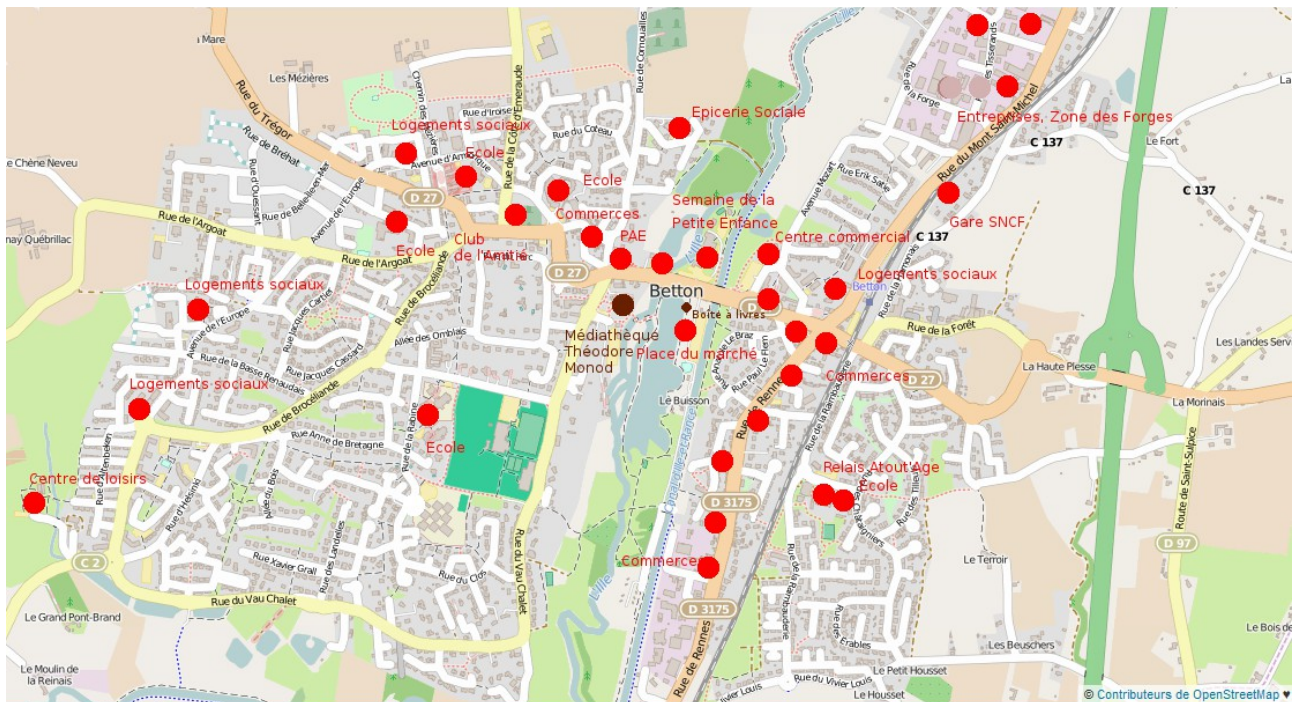
	Mar. 27 janvier	Mer. 28	Jeu. 29	Ven. 30	Sam. 31	Dim. 1 <sup>er</sup> février
9-10h	PAE (Ass.Soc.)			Entretiens Hab HLM	Semaine Petite Enfance	Marché
10-11h						
11-12h						
12-13h	SNCF	Ecole Les Omblais				
13-14h					Centre commercial	
14-15h	Entretiens	Entretiens	PAE (RSA)	Relais Atout'Age		
15-16h						
16-17h	Ec. La Haye- Renaud					
17-18h			SNCF - 17h15 et 17h46	Ecole Mezieres		

	Mar. 3 février	Mer. 4	Jeu. 5	Ven. 6	Sam. 7	Dim. 8
9-10h						
10-11h	Hab HLM	Hab HLM	Hab HLM			
11-12h						Entretien
12-13h	Commerçants	La Flambée	Commerçants			
13-14h						
14-15h	Entretiens		Club de l'Amitié			
15-16h						
16-17h	Epicerie solidaire					
17-18h	Ec. R. Follereau					

## K – L'enquête de terrain - Répartition des lieux de sondage, sur fond de carte Open Street Map

Points rouges : lieux de sondage

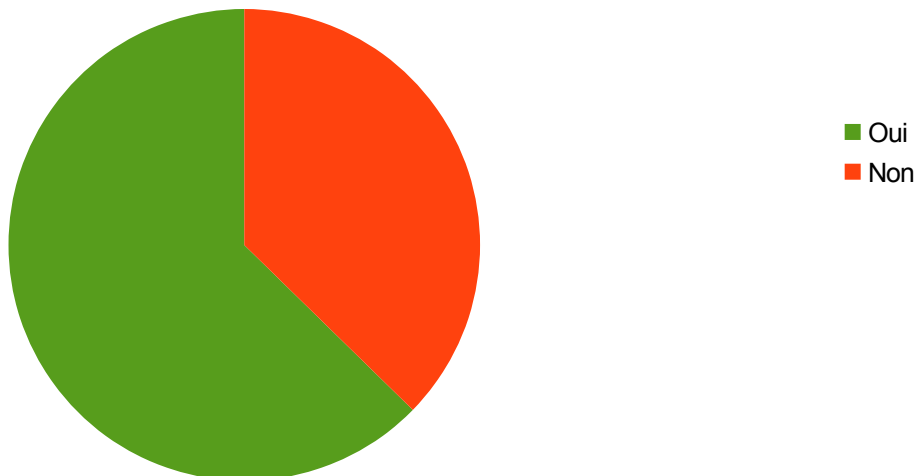
Points marrons : Médiathèque Théodore Monod et Boîte à livres



## L – Synthèse des résultats de l'enquête : Diagrammes de catégorisation des publics

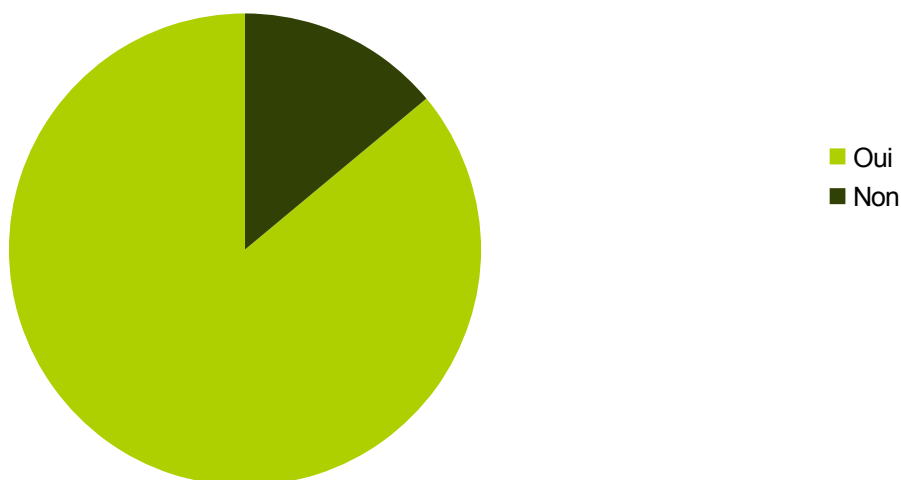
1 - Etes-vous venu(e) une ou plusieurs fois à la médiathèque de Betton au cours de cette année?

Oui : 350 Non : 210 Total : 560



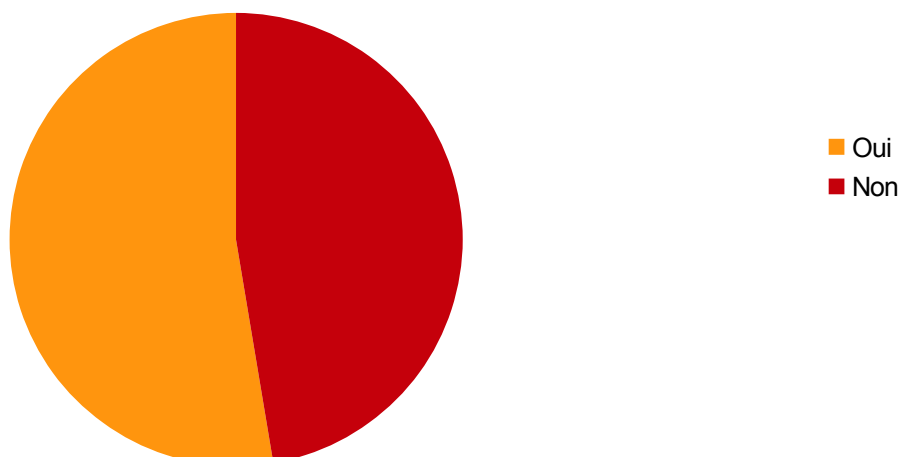
2 - Etes-vous inscrit(e) à la médiathèque de Betton ?

Oui : 301 Non : 49 Total : 350 personnes ayant répondu "Oui" à la question 1



3 - Etes-vous venu(e) par le passé à la médiathèque de Betton ?

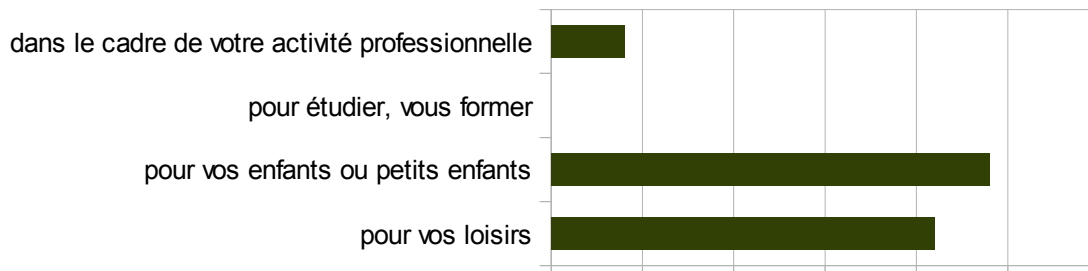
Oui : 110 Non : 100 Total : 210 personnes ayant répondu "Non" à la question 1



## M – Synthèse des résultats de l'enquête : les visiteurs

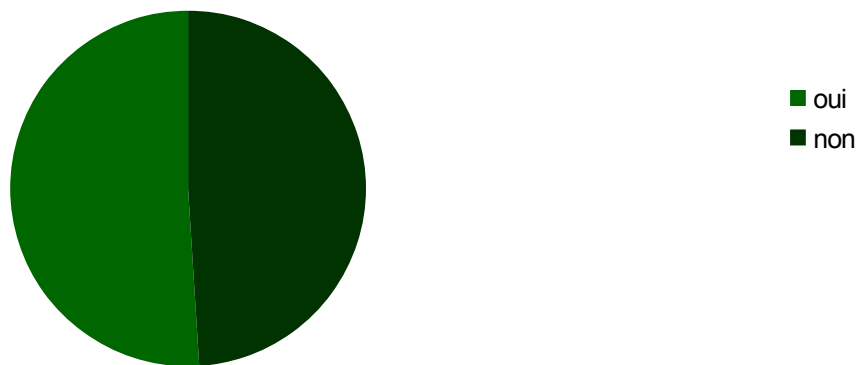
### 4 - Vous venez à la médiathèque surtout :

Total : 49 personnes ayant répondu "Non" à la question 2 (visiteurs)



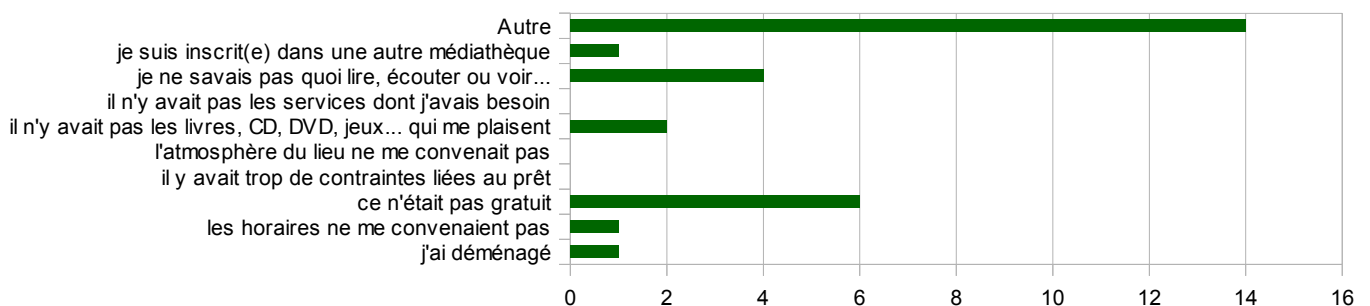
### 5 - Avez-vous déjà été inscrit(e) à la médiathèque de Betton ?

Oui : 25 Non : 24 Total : 49 personnes ayant répondu "Non" à la question 2 (visiteurs)



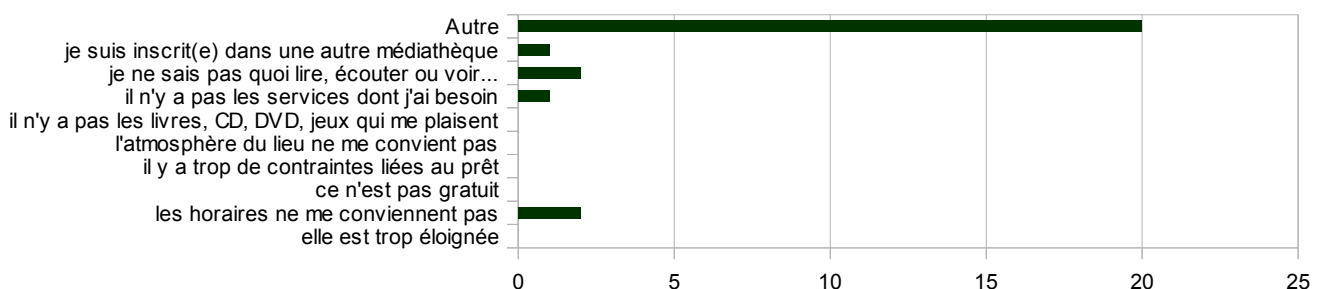
### 6 - Vous ne vous êtes pas réinscrit(e) à la médiathèque car :

Réponses multiples de 25 personnes ayant répondu "Oui" à la question 5 (visiteurs anciennement inscrits)



### 7 - Vous n'êtes pas inscrit(e) à la médiathèque de Betton car :

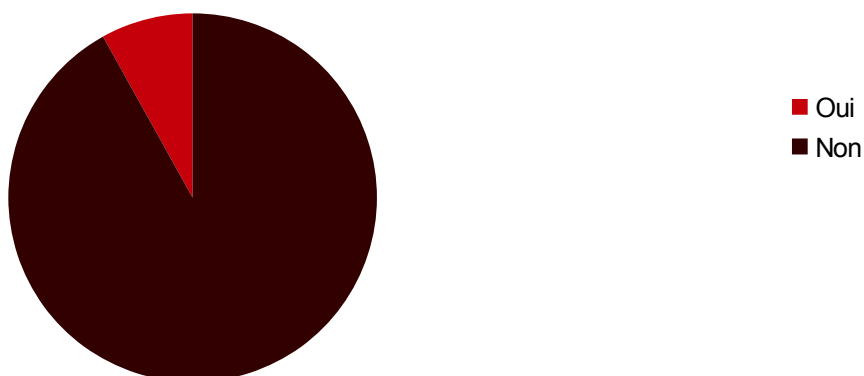
Réponses multiples de 24 personnes ayant répondu "Non" à la question 5 (visiteurs jamais inscrits)



## N – Synthèse des résultats de l'enquête : les non-fréquentants

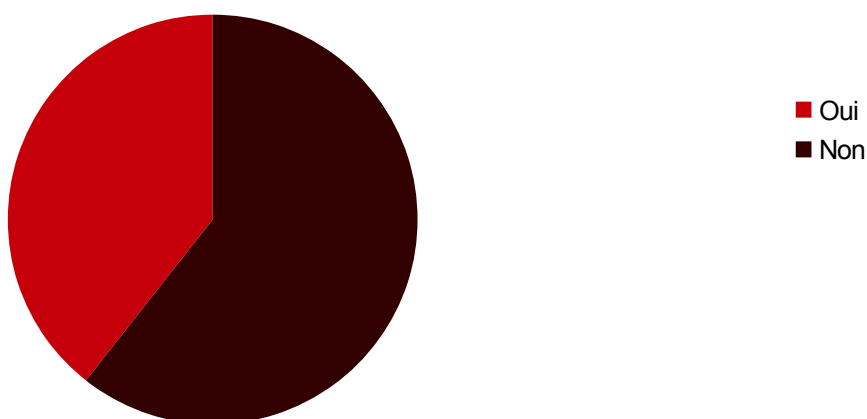
8 - Etes-vous déjà allé(e) sur le site internet de la médiathèque de Betton ?

Oui : 8 Non : 92 Total : 100 personnes ayant répondu "Non" à la question 3 (non fréquentants)



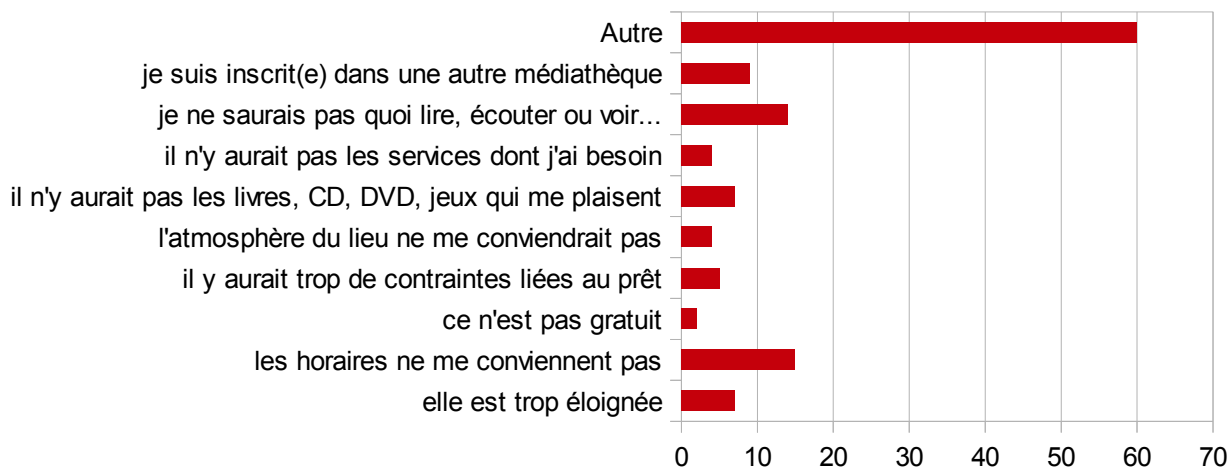
Connaissez-vous des personnes qui vont à la médiathèque de Betton ?

Oui : 39 Non : 61 Total : 100 personnes ayant répondu "Non" à la question 3 (non fréquentants)



10 - Vous ne venez pas à la médiathèque de Betton car :

Réponses multiples de 100 personnes ayant répondu "non" à la question 3 (non fréquentants)

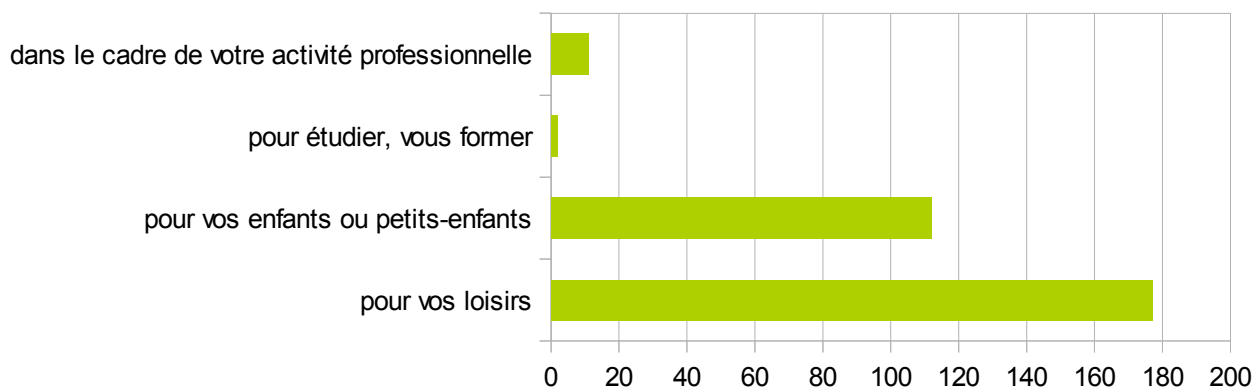




## O – Synthèse des résultats de l'enquête : les inscrits et les anciens fréquentants

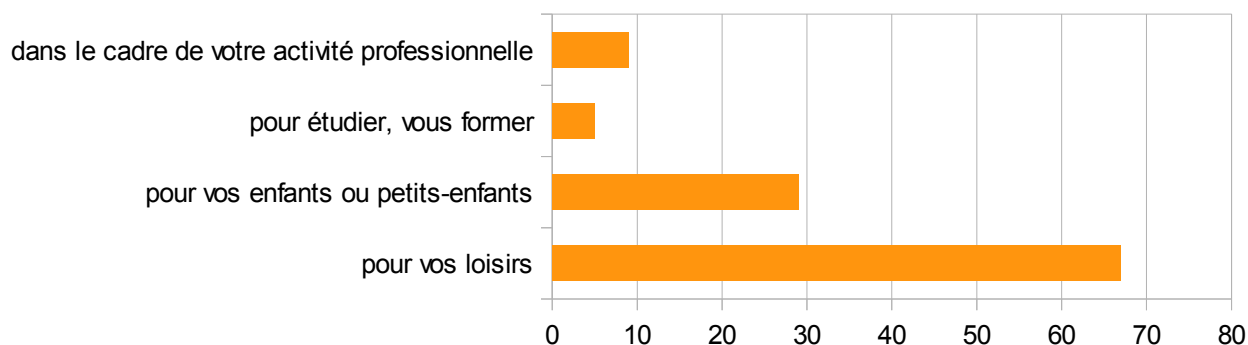
### 11 - Vous venez à la médiathèque surtout :

Réponses uniques des 301 personnes ayant répondu "Oui" aux questions 1 et 2 (inscrits)



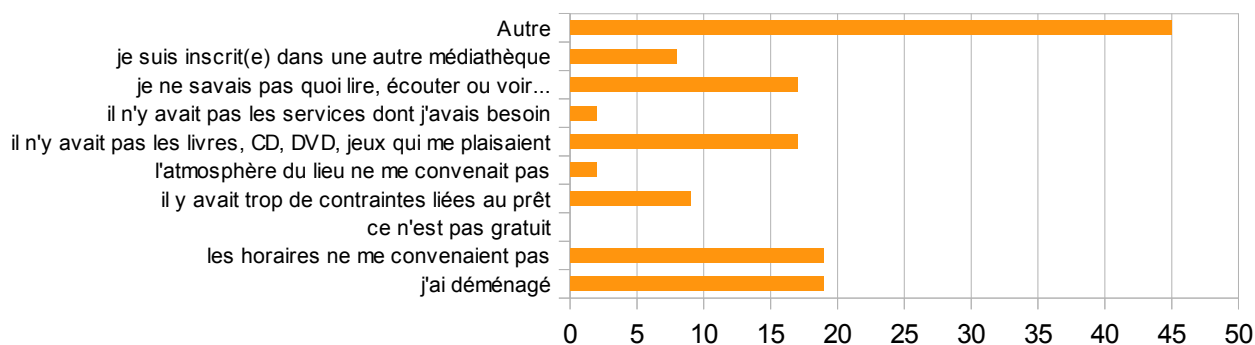
### 12 - Vous veniez à la médiathèque surtout :

Réponses uniques des 110 personnes ayant répondu "Non" à la question 1 et "Oui" à la question 3 (anciens fréquentants)



### 13 - Vous ne venez plus à la médiathèque car :

Réponses multiples des 110 personnes ayant répondu "Non" à la question 1 et "Oui" à la question 3 (anciens fréquentants)

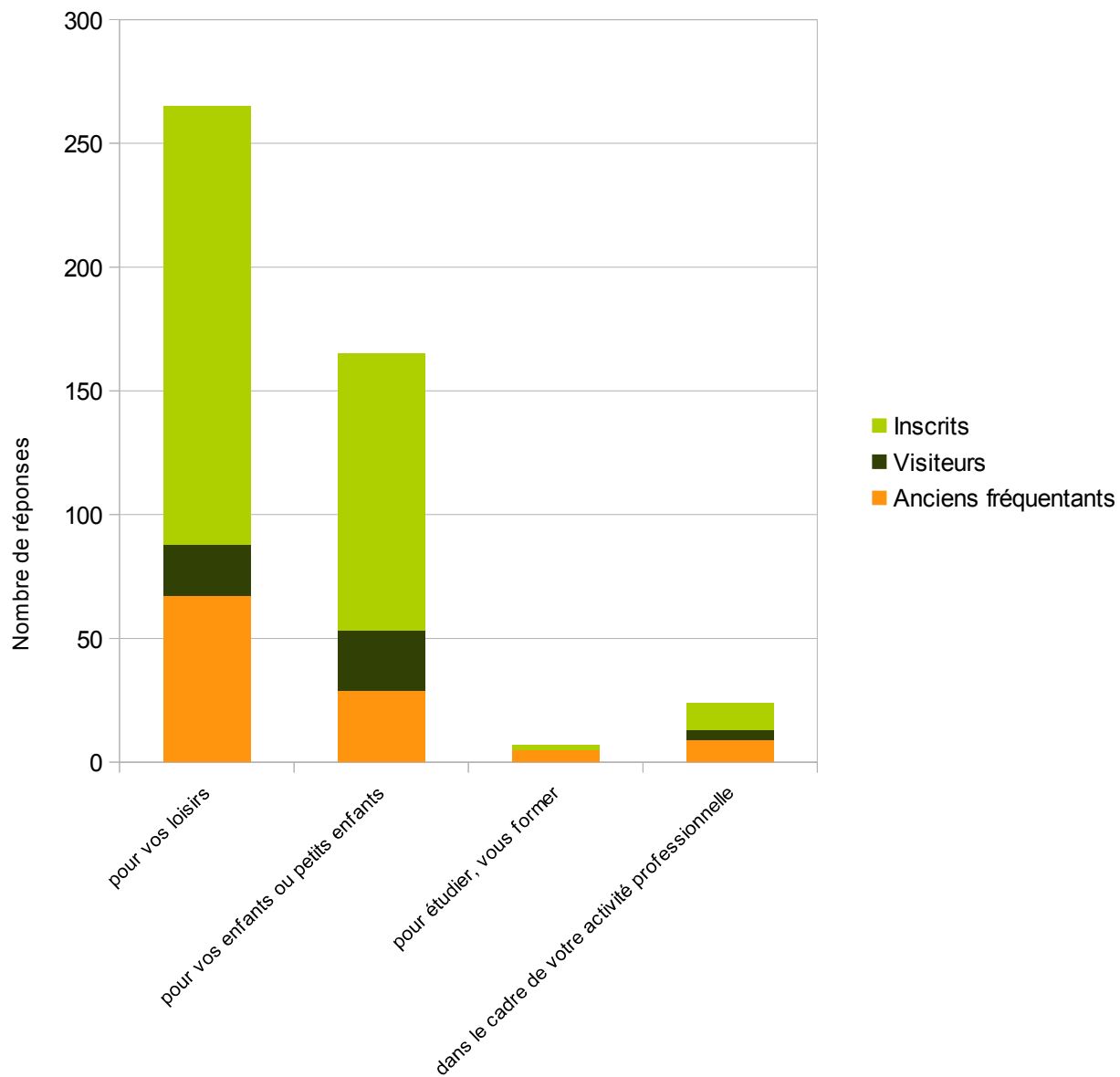




## P – Synthèse des résultats de l'enquête : motivation principale de la fréquentation

Vous ven(i)ez à la médiathèque surtout :

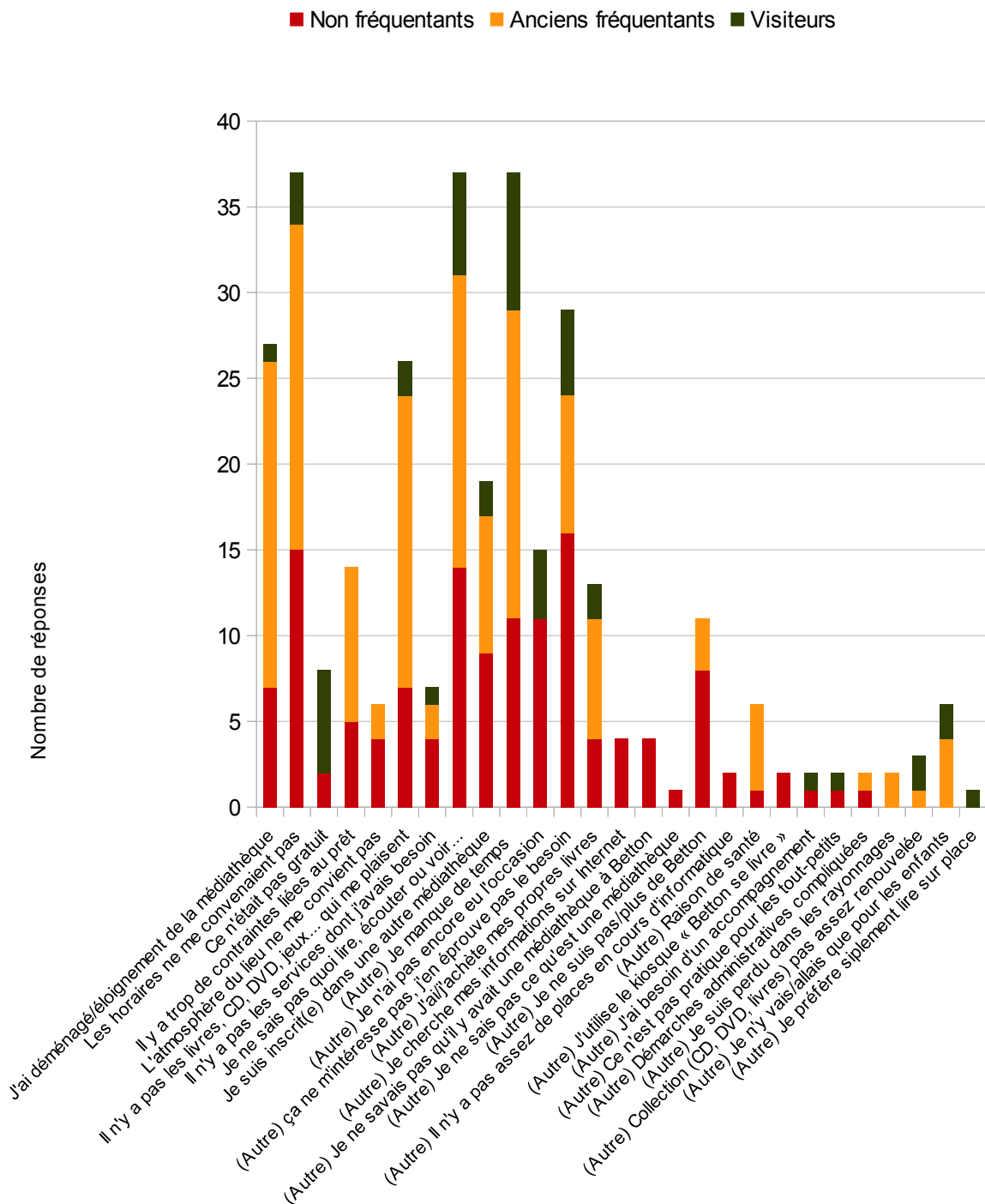
Synthèse des questions 4, 11, 12 ; réponses uniques



## Q – Synthèse des résultats de l'enquête : raisons de non fréquentation et de non inscription

Vous n'êtes pas inscrit(e) ou vous ne ven(i)ez pas (plus) à la médiathèque car :

Synthèse des questions 6, 7, 10, 13; réponses multiples

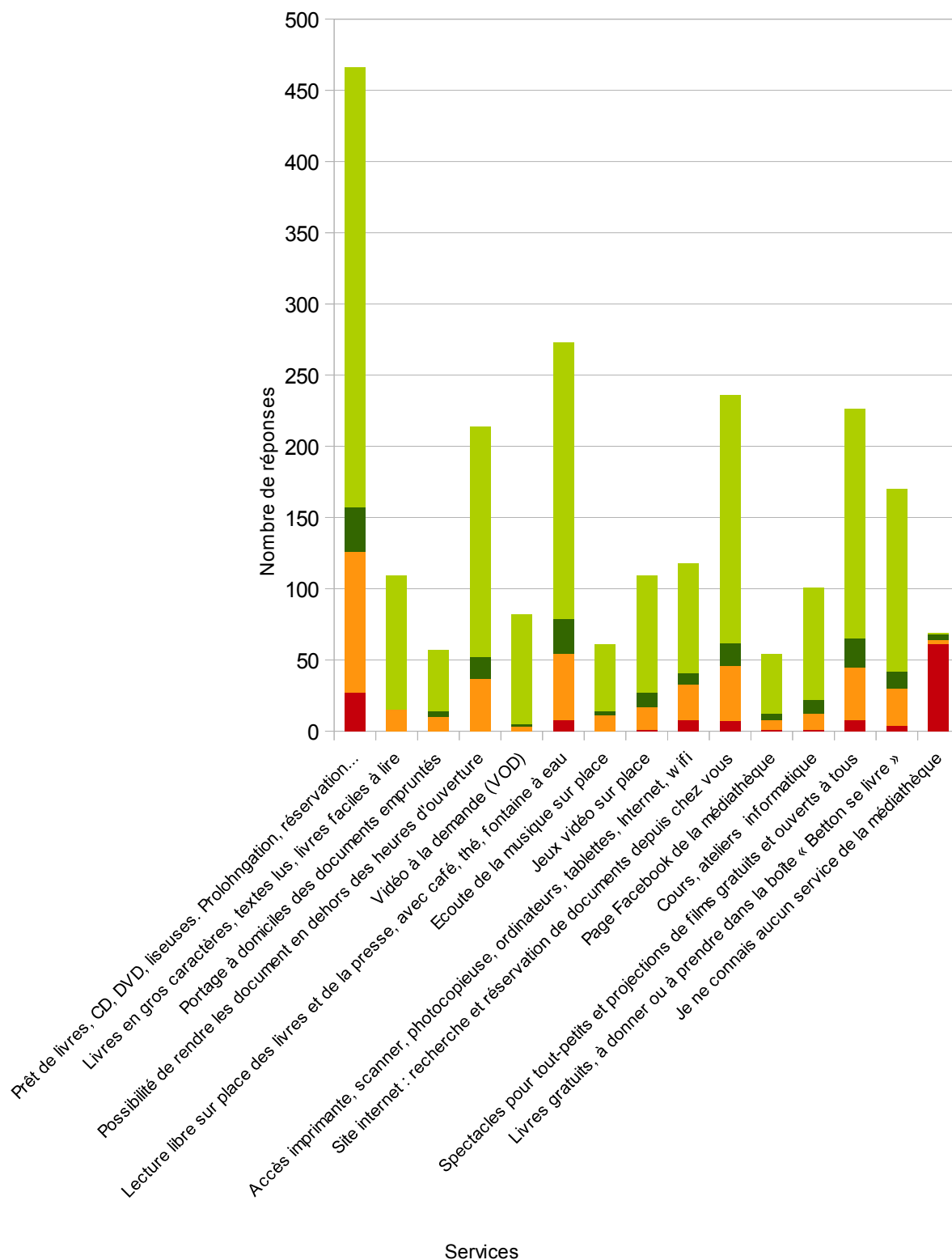


## R – Synthèse des résultats de l'enquête : connaissance des services

### 14 - Quels services de la médiathèque de Betton connaissez-vous ?

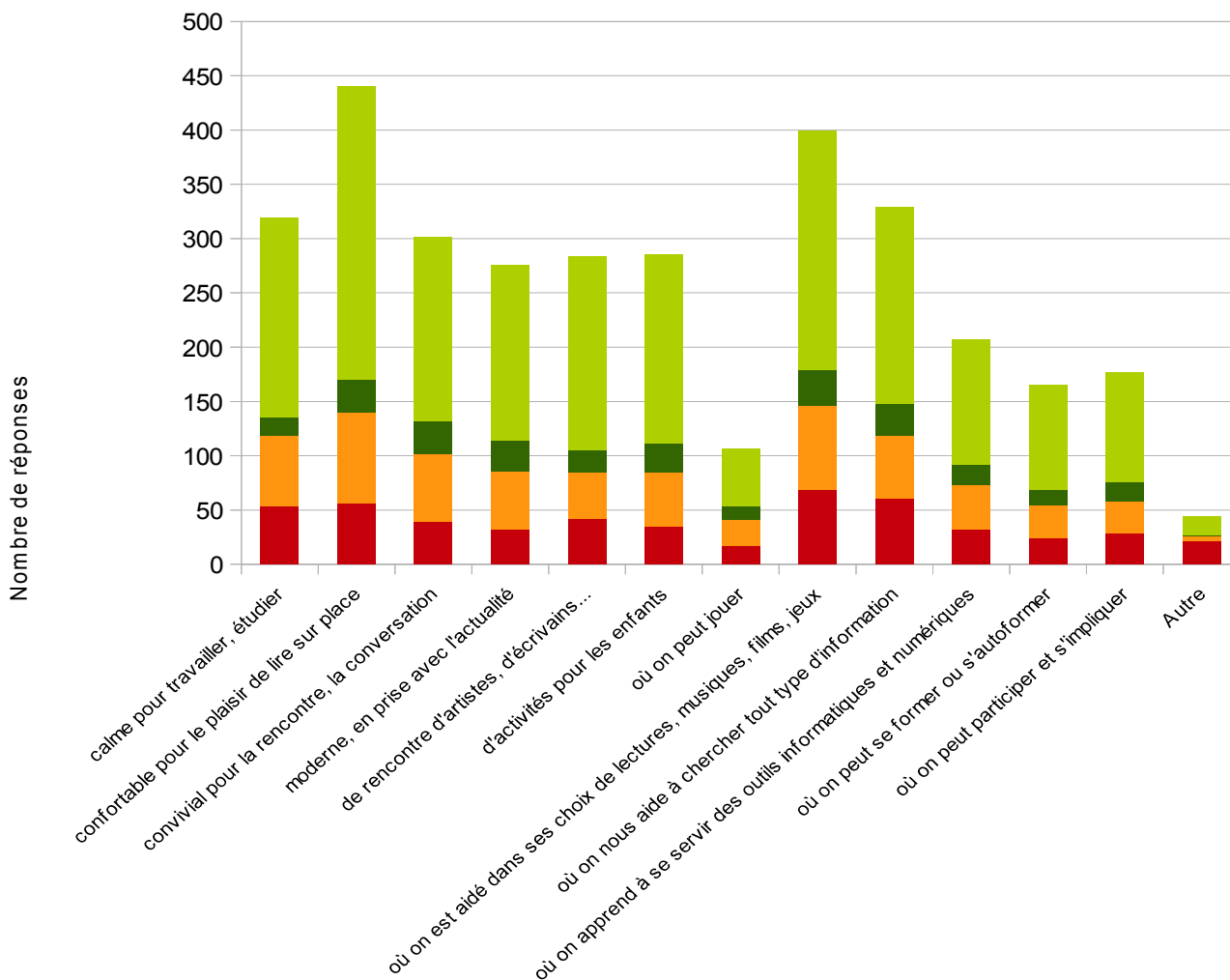
Réponses multiples de 560 personnes

■ Non-fréquentants ■ Anciens fréquentants ■ Visiteurs ■ Inscrits



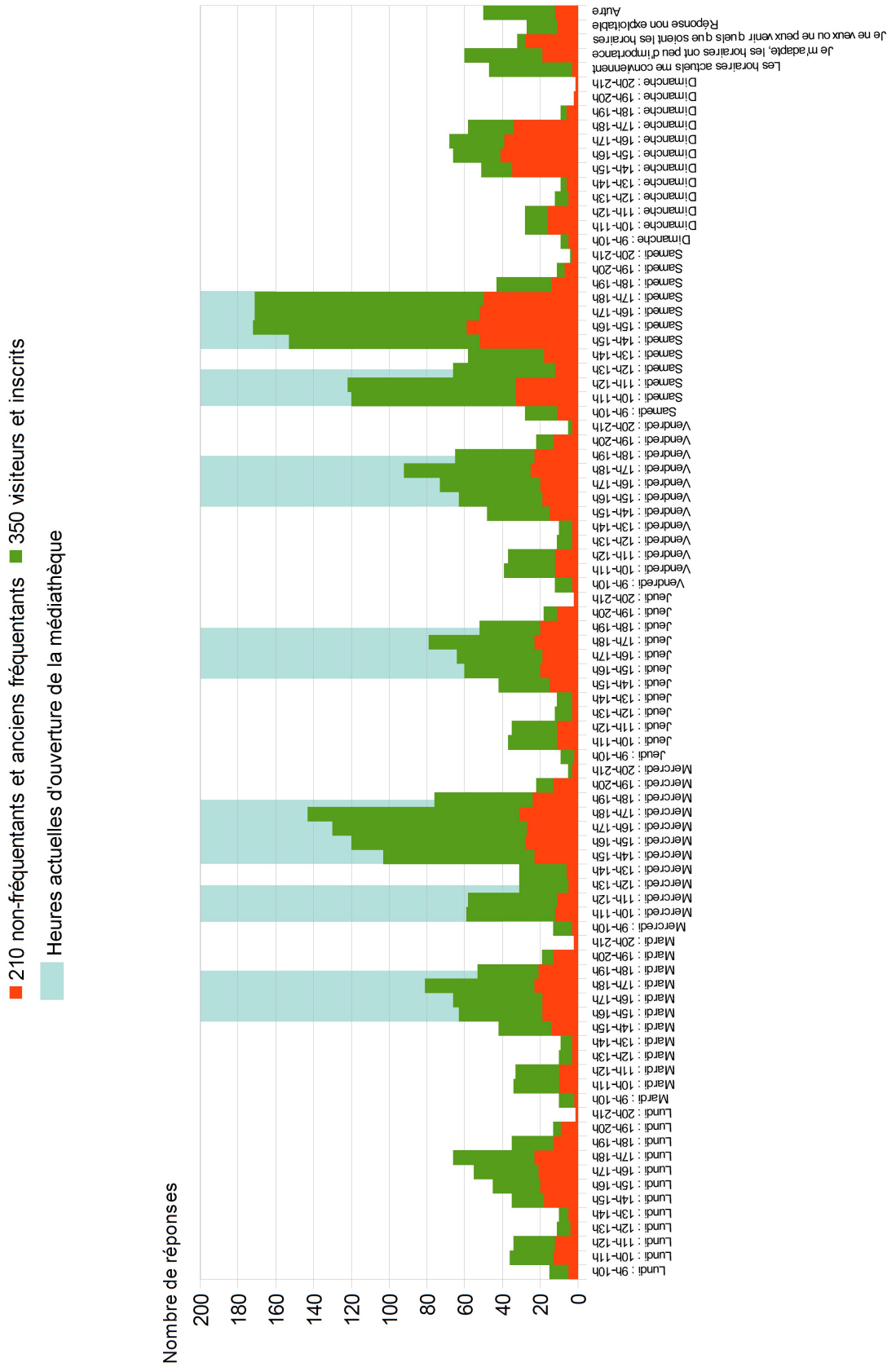
## S – Synthèse des résultats de l'enquête : usages de la médiathèque idéale

Réponses à la question "Une médiathèque, pour vous, devrait être surtout :"  
Réponses multiples de 560 personnes



## T – Synthèse des résultats de l'enquête : les horaires d'ouverture

16 - Quels jours et à quelles heures souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ?



16 - Quels jours et à quelles heures souhaiteriez-vous aller à la bibliothèque ?

Synthèse des réponses « Autres » de la question 16 :

Réponses évoquant l'ouverture le soir : 13 « nocturnes pour jouer », « plus tard en été »

Réponses évoquant une plus grande ampleur d'ouverture : 6, dont « tous les jours » : 3

Réponses évoquant l'ouverture le Dimanche : 5 « on ne fait rien en général », « en famille »

Réponses évoquant l'ouverture le matin : 4 : « pour les petits, après avoir déposé les grands à l'école »

Réponses évoquant l'ouverture le Lundi : 4

Réponses évoquant une plus grande ouverture pendant les vacances scolaires : 4

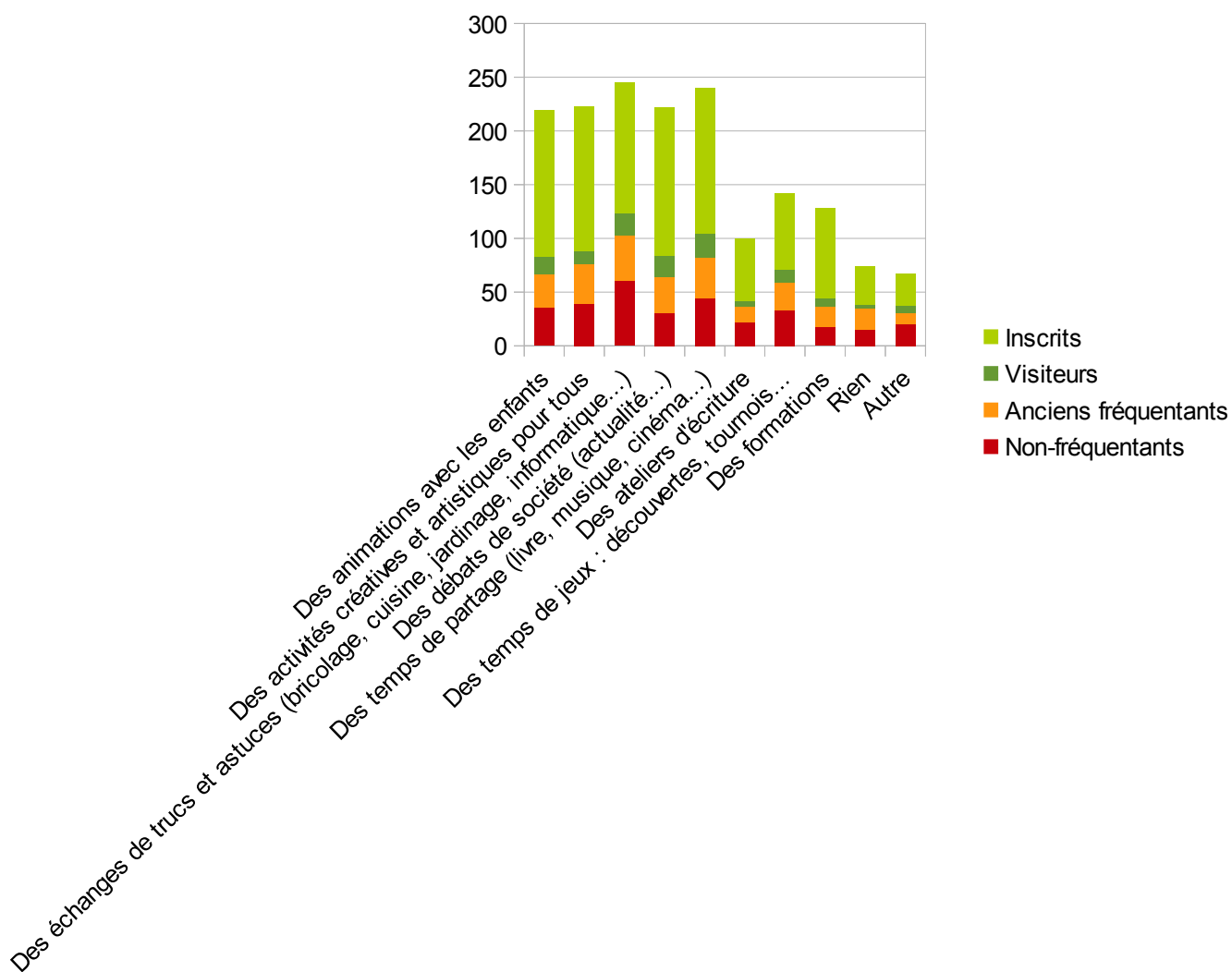
Réponses évoquant la régularité des horaires : 2 « pour mieux les mémoriser »

Réponses évoquant une ouverture le midi : 1

## U – Synthèse des résultats de l'enquête : participation des publics aux animations

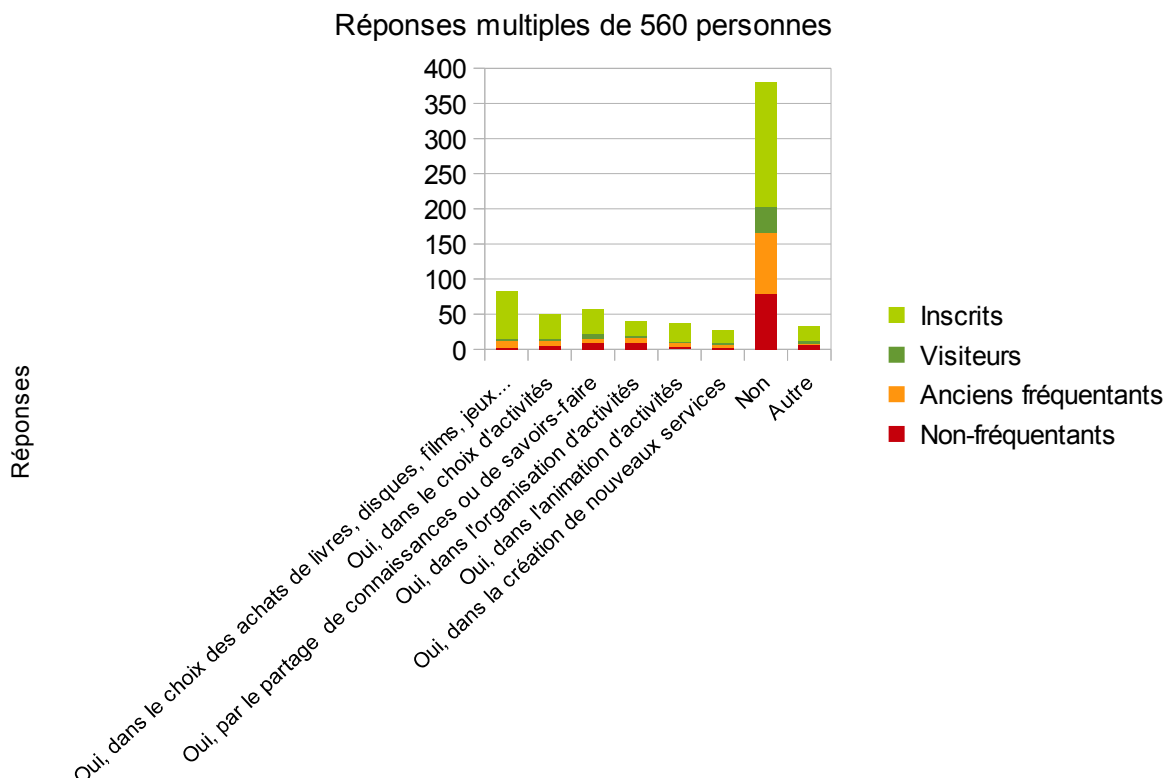
### 17 - A quelles activités souhaiteriez-vous venir ?

Réponses multiples de 560 personnes

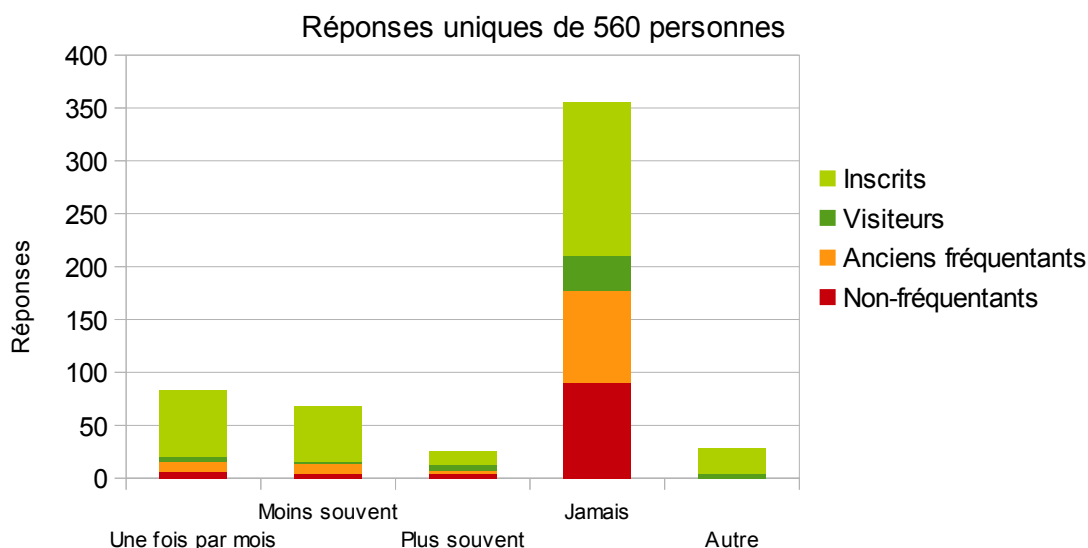


## V – Implication des publics

### 18 - Souhaiteriez-vous vous impliquer ?



### 19 - De quel temps disposeriez-vous pour vous impliquer ?

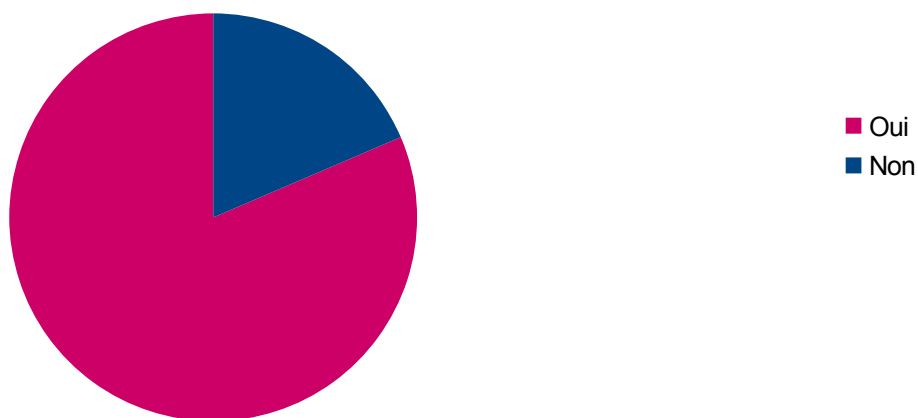


**Synthèse des réponses « Autres » de la question 18 :** Souhaiterais s'impliquer dans les domaines de : Jeunesse : 2, Lutte contre l'illettrisme : 2, Rangement, couverture, étiquetage : 2, Bricolage : 1, Histoire : 1, Café associatif : 1, Cuisine : 1, Fablab : 1, Informatique, word, powerpoint, etc : 1, Offrir des livres : 1, Partage de livres et disques : 1, Photographie : 1, Suggestions d'achat : 1

## W – Synthèse des résultats de l'enquête : typologie des publics

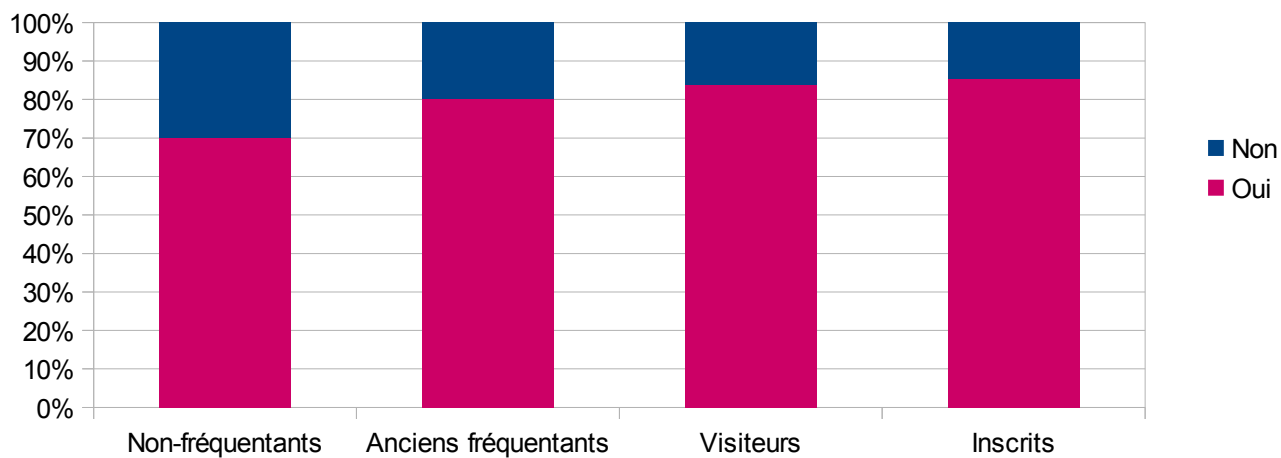
20 - Pour mieux vous connaître : habitez-vous Betton ?

Réponses de 560 personnes



20 - Pour mieux vous connaître : habitez-vous Betton ?

Proportions dans chaque catégorie d'usagers



20' - Depuis combien de temps habitez-vous Betton ?

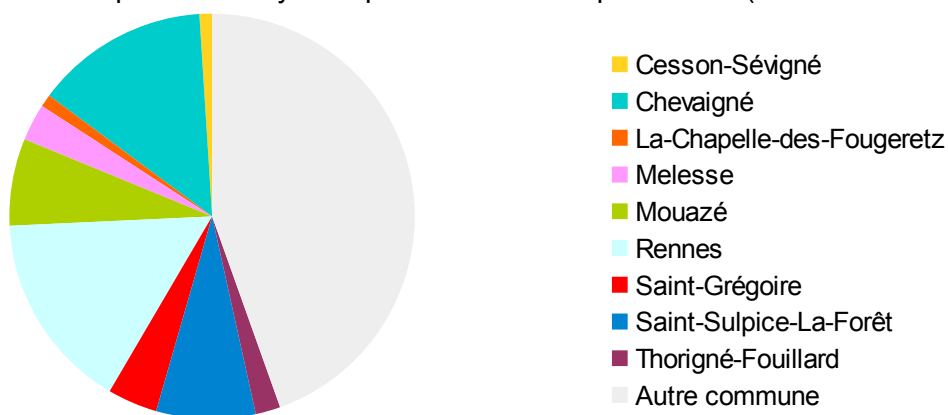
Réponses des 104 personnes ayant répondu "Oui" à la question 20 (Bettonnais)





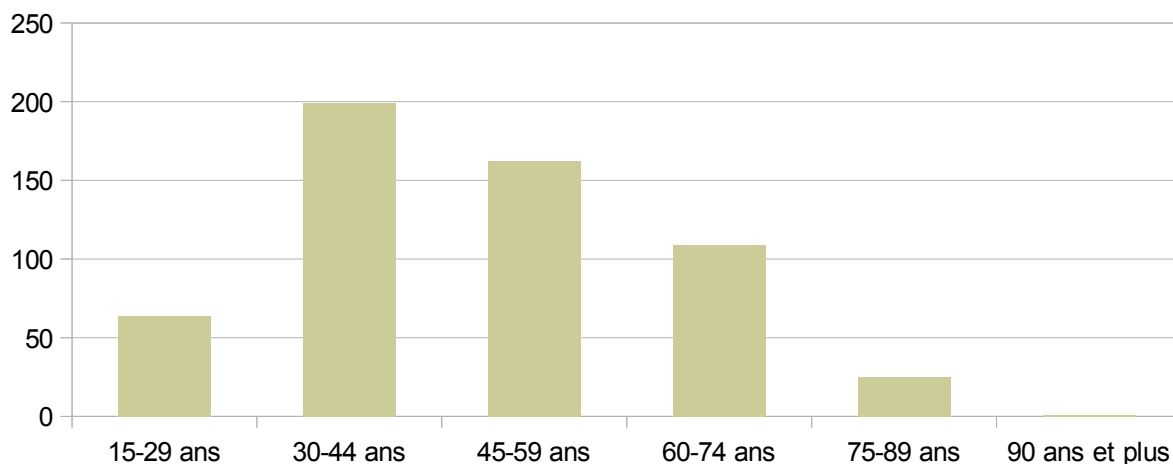
## 20" - Dans quelle commune habitez-vous ?

Réponses des 104 personnes ayant répondu "Non" à la question 20 (non Bettonnais)



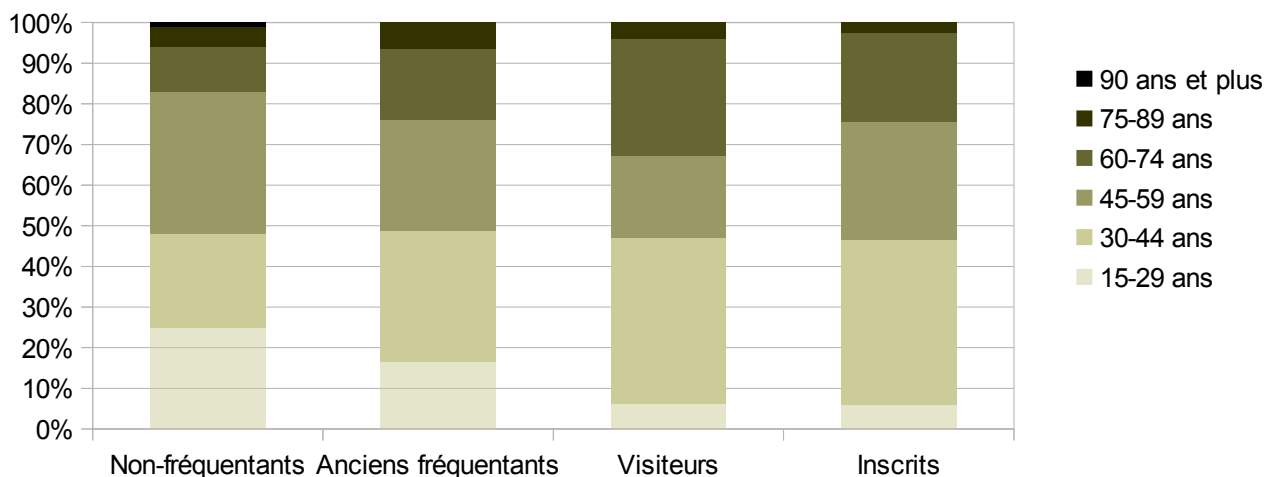
## 21 - Quel est votre âge ?

Réponses de 560 personnes



## 21 - Quel est votre âge ?

Proportions dans chaque catégorie d'usagers



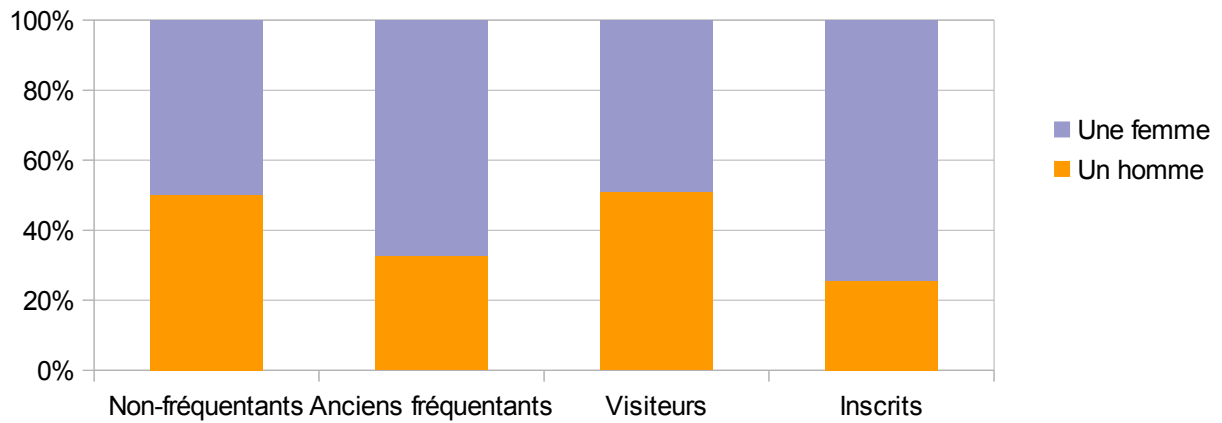
## 22 - Vous êtes :

Réponses de 560 personnes



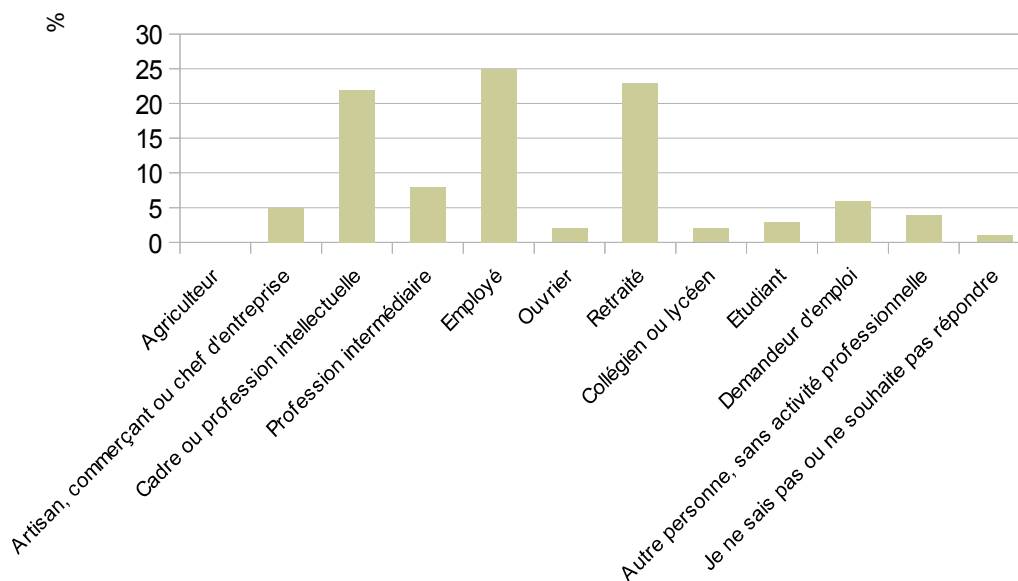
## Vous êtes :

Proportions dans chaque catégorie d'usagers



## 23 - Vous êtes :

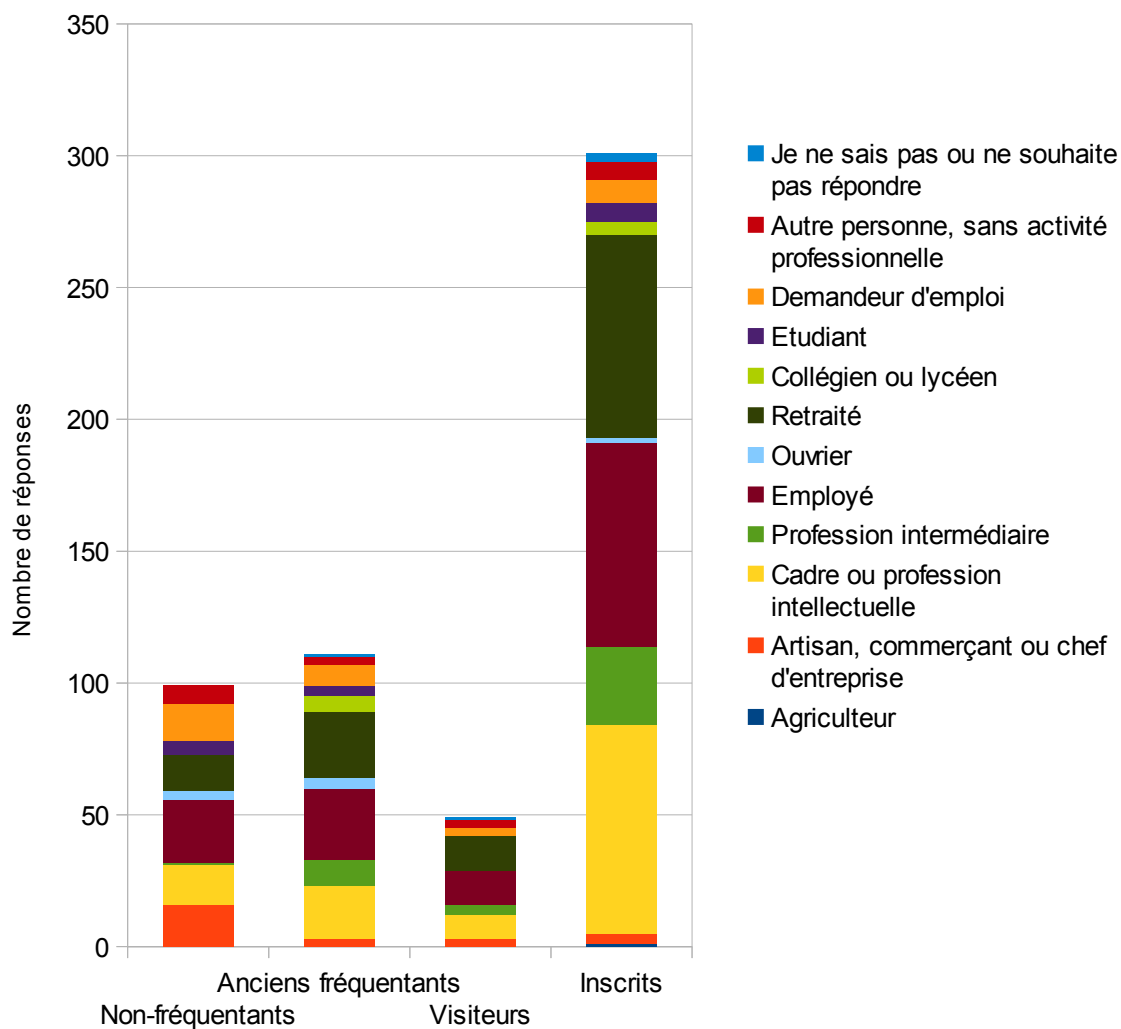
Pourcentages des 560 réponses



## Vous êtes :

le

Répartition dans chaque catégorie d'utilisateurs



## X - Résumé des réponses, chiffres bruts

1 – Etes-vous venu(e) une ou plusieurs fois à la médiathèque de Betton au cours de cette année ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui	350	63,00%
Non	210	37,00%
2 – Etes-vous inscrit(e) à la médiathèque de Betton ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui	301	54,00%
Non	49	9,00%
3 – Etes-vous venu(e) par le passé à la médiathèque de Betton ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui	110	20,00%
Non	100	18,00%
4 – Vous venez à la médiathèque surtout :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
pour vos loisirs	21	4 %
pour vos enfants ou petits enfants	24	4 %
pour étudier, vous former	0	0 %
dans le cadre de votre activité professionnelle	4	1 %
5 - Avez-vous déjà été inscrit(e) à la médiathèque de Betton par le passé ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
oui	25	4 %
non	24	4 %
6 - Vous ne vous êtes pas réinscrit(e) à la médiathèque car :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
j'ai déménagé	1	0 %
les horaires ne me convenaient pas	1	0 %
ce n'était pas gratuit	6	1 %
il y avait trop de contraintes liées au prêt	0	0 %
l'atmosphère du lieu ne me convenait pas	0	0 %
il n'y avait pas les livres, CD, DVD, jeux... qui me plaisent	2	0 %
il n'y avait pas les services dont j'avais besoin	0	0 %
je ne savais pas quoi lire, écouter ou voir...	4	1 %
je suis inscrit(e) dans une autre médiathèque	1	0 %
Autre	14	3 %
7 - Vous n'êtes pas inscrit(e) à la médiathèque de Betton car :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
elle est trop éloignée	0	0 %
les horaires ne me conviennent pas	2	0 %
ce n'est pas gratuit	0	0 %
il y a trop de contraintes liées au prêt	0	0 %
l'atmosphère du lieu ne me convient pas	0	0 %
il n'y a pas les livres, CD, DVD, jeux qui me plaisent	0	0 %
il n'y a pas les services dont j'ai besoin	1	0 %
je ne sais pas quoi lire, écouter ou voir...	2	0 %
je suis inscrit(e) dans une autre médiathèque	1	0 %
Autre	20	4 %

8 - Etes vous déjà allé(e) sur le site internet de la médiathèque de Betton ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui	8	1 %
Non	91	16 %
9 - Connaissez-vous des personnes qui vont à la médiathèque de Betton ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui	39	7 %
Non	60	11 %
10 - Vous ne venez pas à la médiathèque de Betton car :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
elle est trop éloignée	7	1 %
les horaires ne me conviennent pas	15	3 %
ce n'est pas gratuit	2	0 %
il y aurait trop de contraintes liées au prêt	5	1 %
l'atmosphère du lieu ne me conviendrait pas	4	1 %
il n'y aurait pas les livres, CD, DVD, jeux qui me plaisent	7	1 %
il n'y aurait pas les services dont j'ai besoin	4	1 %
je ne saurais pas quoi lire, écouter ou voir...	14	3 %
je suis inscrit(e) dans une autre médiathèque	9	2 %
Autre	60	11 %
11 - Vous venez à la médiathèque surtout :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
pour vos loisirs	177	32 %
pour vos enfants ou petits-enfants	112	20 %
pour étudier, vous former	2	0 %
dans le cadre de votre activité professionnelle	11	2 %
12 - Vous venez à la médiathèque surtout :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
pour vos loisirs	67	12 %
pour vos enfants ou petits-enfants	29	5 %
pour étudier, vous former	5	1 %
dans le cadre de votre activité professionnelle	9	2 %
13 - Vous ne venez-plus à la médiathèque car :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
j'ai déménagé	19	3 %
les horaires ne me convenaient pas	19	3 %
ce n'est pas gratuit	0	0 %
il y avait trop de contraintes liées au prêt	9	2 %
l'atmosphère du lieu ne me convenait pas	2	0 %
il n'y avait pas les livres, CD, DVD, jeux qui me plaisaient	17	3 %
il n'y avait pas les services dont j'avais besoin	2	0 %
je ne savais pas quoi lire, écouter ou voir...	17	3 %
je suis inscrit(e) dans une autre médiathèque	8	1 %
Autre	45	8 %

	Nb	%
14 - Quels services de la médiathèque de Betton connaissez-vous ?		
Prêt de livres, CD, DVD, liseuses. Prolongation, réservation, proposition d'achat de documents	466	83 %
Livres en gros caractères, textes lus, livres faciles à lire	109	19 %
Portage à domicile des documents empruntés	57	10 %
Possibilité de rendre les documents en dehors des heures d'ouverture	214	38 %
Vidéo à la demande (VOD)	82	15 %
Lecture libre sur place des livres et de la presse, avec café, thé, fontaine à eau	273	49 %
Ecoute de la musique sur place	61	11 %
Jeux vidéo sur place	109	19 %
Accès à imprimante, scanner, photocopieuse, ordinateurs, tablettes, Internet, wifi gratuit	118	21 %
Site internet de la médiathèque : recherche et réservation de documents depuis chez vous	236	42 %
Page Facebook de la médiathèque	54	10 %
Cours, ateliers informatique	101	18 %
Spectacles pour tout-petits et projections de films gratuits et ouverts à tous	226	40 %
Livres gratuits, à donner ou à prendre dans la boîte "Betton se livre"	170	30 %
Je ne connais aucun service de la médiathèque	69	12 %
15 - Une médiathèque, pour vous, devrait être surtout un lieu :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
calme pour travailler, étudier	319	57 %
confortable pour le plaisir de lire sur place	440	79 %
convivial pour la rencontre, la conversation	302	54 %
moderne, en prise avec l'actualité	276	49 %
de rencontres d'artistes, d'écrivains...	283	51 %
d'activités pour les enfants	285	51 %
où on peut jouer	107	19 %
où on est aidé dans ses choix de lectures, musiques, films, jeux	399	71 %
où on nous aide à chercher tout type d'information	329	59 %
où on apprend à se servir des outils informatiques et numériques	207	37 %
où on peut se former ou s'autoformer	165	29 %
où on peut participer et s'impliquer	177	32 %
Autre	44	8 %
17 - A quelles activités souhaiteriez vous venir?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Des animations avec les enfants	218	39 %
Des activités créatives et artistiques pour tous	223	40 %
Des échanges de trucs et astuces (bricolage, cuisine, jardinage, informatique...)	245	44 %
Des débats de société (actualité...)	222	40 %
Des temps de partage (livre, musique, cinéma...)	240	43 %
Des ateliers d'écriture	100	18 %
Des temps de jeux : découverte, tournois...	142	25 %
Des formations	128	23 %
Rien	74	13 %
Autre	67	12 %

18 - Souhaiteriez-vous vous impliquer ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui, dans le choix des achats de livres, disques, films, jeux...	83	15 %
Oui, dans le choix d'activités	49	9 %
Oui, par le partage de connaissances ou de savoirs-faire	57	10 %
Oui, dans l'organisation d'activités	40	7 %
Oui, dans l'animation d'activités	37	7 %
Oui, dans la création de nouveaux services	26	5 %
Non	380	68 %
Autre	32	6 %

19 - De quel temps disposeriez-vous pour vous impliquer ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Une fois par mois	83	15 %
Moins souvent	68	12 %
Plus souvent	26	5 %
Jamais	355	63 %
Autre	28	5 %

20 - Pour mieux vous connaître : habitez-vous Betton ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Oui	456	81 %
Non	104	19 %

20' - Depuis combien de temps habitez-vous Betton ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Moins de 1 an	31	6 %
1 à 2 ans	37	7 %
2 à 10 ans	146	26 %
Plus de 10 ans	242	43 %

20'' - Dans quelle commune habitez-vous ?	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Cesson-Sévigné	1	0 %
Chevaigné	14	3 %
La-Chapelle-des-Fougeretz	1	0 %
Melesse	3	1 %
Mouazé	7	1 %
Rennes	16	3 %
Saint-Grégoire	4	1 %
Saint-Sulpice-La-Forêt	8	1 %
Thorigné-Fouillard	2	0 %
Autre commune	45	8 %

21 - Quel est votre âge ?		<b>%</b>
15-29 ans	64	11
30-44 ans	199	36
45-59 ans	162	29
60-74 ans	109	19
75-89 ans	25	4
90 ans et plus	1	0

22 - Vous êtes :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
un homme	188	34
une femme	372	66

23 - Vous êtes :	<b>Nb</b>	<b>%</b>
Agriculteur	1	0
Artisan, commerçant ou chef d'entreprise	26	5
Cadre ou profession intellectuelle	123	22
Profession intermédiaire	45	8
Employé	141	25
Ouvrier	9	2
Retraité	129	23
Collégien ou lycéen	11	2
Etudiant	16	3
Demandeur d'emploi	34	6
Autre personne, sans activité professionnelle	20	4
Je ne sais pas ou ne souhaite pas répondre	5	1



## Y - 9 entretiens – synthèse thématique

### Panel :

3 employés de Mairie, dont :

- 2 femmes, 1 homme,
- 2 non inscrits, 1 ancienne inscrite inscrit
- 2 Bettonnais, 1 non Bettonnaise

6 habitants de Betton, dont :

- 4 femmes, 2 hommes
- 3 non inscrits, 2 anciens inscrits, 1

### Raisons de non-venue :

- n'a pas le temps : 5
- ne ressent pas le besoin : 3
- fait ses recherches sur Internet : 3
- la médiathèque n'est pas assez ouverte : 2 (dont heures de midi)
- sa compagne vient avec les enfants : 2
- n'a pas de petits enfants avec qui venir : 1
- n'est pas habitué aux bibliothèques : 2
- ne trouve pas ce qu'elle cherche : 1

### Usages, non usages, médiation

Sont appréciés :

Lieu très agréable, pas trop de bruit,

Personnel disponible

Lieu un peu confortable

Présentoirs de nouveautés et de coups de cœur

Lecture des revues sur place

Difficultés :

Recherches d'information sur internet : comment éviter l'éparpillement ?

Pas assez d'endroits pour lire sur place

Pas assez d'équipement informatique, dans des espaces aux usages différenciés

Pas assez d'endroits pour communiquer

Trop souvent fermée

Participerait à :

Des stages informatiques

### S'impliquer ?

Non : 3

Pas tout de suite : 1

Oui, autour de thématiques de partages de savoirs : 1

- jardinage

Oui, autour de choix des films : 1

### **Idées de démarches participatives :**

- couture
- bricolage (2)
- prêts mutuels de matériels
- multiculturel
- activités manuelles (dessin, poterie)
- cuisine (2)
- jardinage (2)
- lectures de poésies, des lectures de textes.
- présentation de métiers.
- que la médiathèque puisse accepter les livres, les jouets, le matériel informatique...
- bourse d'échanges.
- cours d'informatique par des bénévoles
- *Passer du virtuel au matériel ou au pratique, du média au relationnel.*

### **Horaires**

- midis ouverts pour les personnels de la Mairie.
- *la médiathèque est trop souvent fermée* : ouvrir plus en soirée et en matinée.

### **Services et pratiques**

- cours d'informatique (2)
- apprentissage de langues (2)
- apprentissage de l'usage des tablettes
- raconter les histoires aux enfants
- recherches sur Internet
- ludothèque
- kiosques plus grands, en mettre un sur le terrain de sports
- une disponibilité des personnels plus visible




































### **Espaces**

- Endroit où on peut faire tout ce qu'on apprend dans les livres : une forme d'atelier, un espace cuisine.
- Jardinage dans l'espace vert qu'il y a devant la médiathèque.
- Espace convivial qui fait café, échange d'idées, lectures de poésies...
- Espace de rencontre par le *faire ensemble*.
- Espace de jeux

## Z -Suggestions de cohabitation des espaces



### Légende

	<b>Niveau Haut (ados/adultes):</b> Rayonnage romans, documentaires...		<b>Espaces :</b>  Espaces d'usages calmes
	CD, DVD		 Espaces d'usages partagés
	Bande dessinée		 Vestiaire
	Présentoir tracts, affiches et porte-manteau		<b>Médiatroc :</b>  Animations
	Table ou mobilier de présentation		 Lecture, repos : parasols, transats...
	Table		 Tables d'exposition pour le troc
	Poste d'accueil		 Accueil Médiatroc
	Ordinateur OPAC	 <b>Activités participatives :</b> Jardin participatif	
	Borne RFID	 Atelier	
	Ordinateur public		
	Tablette		
	Ordinateur pour jeux vidéos		
	Salle Wiu		
	Fauteuil		
	<b>Niveau bas (jeunesse) + sous la mezzanine :</b> Rayonnages jeunesse		
	Bacs BD et albums jeunesse		
	Espaces de lecture		
	Pelouse (extérieur)		
			

**ZA - Pages suivantes : diaporama de synthèse des résultats à destination des publics**

**ZB - Pages suivantes : analyse et préconisations remises en fin de stage**



*« La médiathèque se bouge, bougez avec elle ! »*

*Enquête auprès des publics – 2015*

## **Les résultats**

En février dernier, la médiathèque Théodore Monod, service public de la Mairie de Betton, a mené l'enquête auprès de ses publics, qu'ils viennent ou non dans ses murs.

560 personnes ont répondu aux questions du questionnaire en ligne.

Merci à toutes celles et tous ceux qui ont participé !

La récolte des données va nous permettre de mieux connaître les aspirations et les contraintes des Bettonnais d'aujourd'hui, afin de continuer à adapter le service et à le faire évoluer.

Voici une synthèse des résultats...

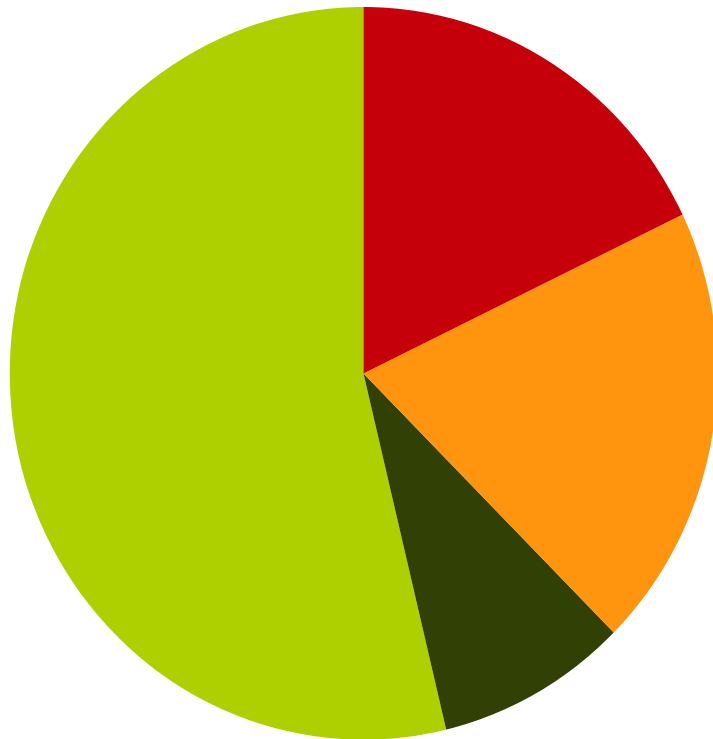
# Enquête auprès des publics – 2015

## Les résultats



### 560 réponses au questionnaire en ligne

#### Répartition des réponses par catégories de publics



■ Inscrits

*Personnes inscrites actuellement à la médiathèque*

■ Visiteurs

*Personnes non inscrites mais qui fréquentent la médiathèque*

■ Anciens fréquentants

*Personnes ayant fréquenté la médiathèque dans le passé*

■ Non-fréquentants

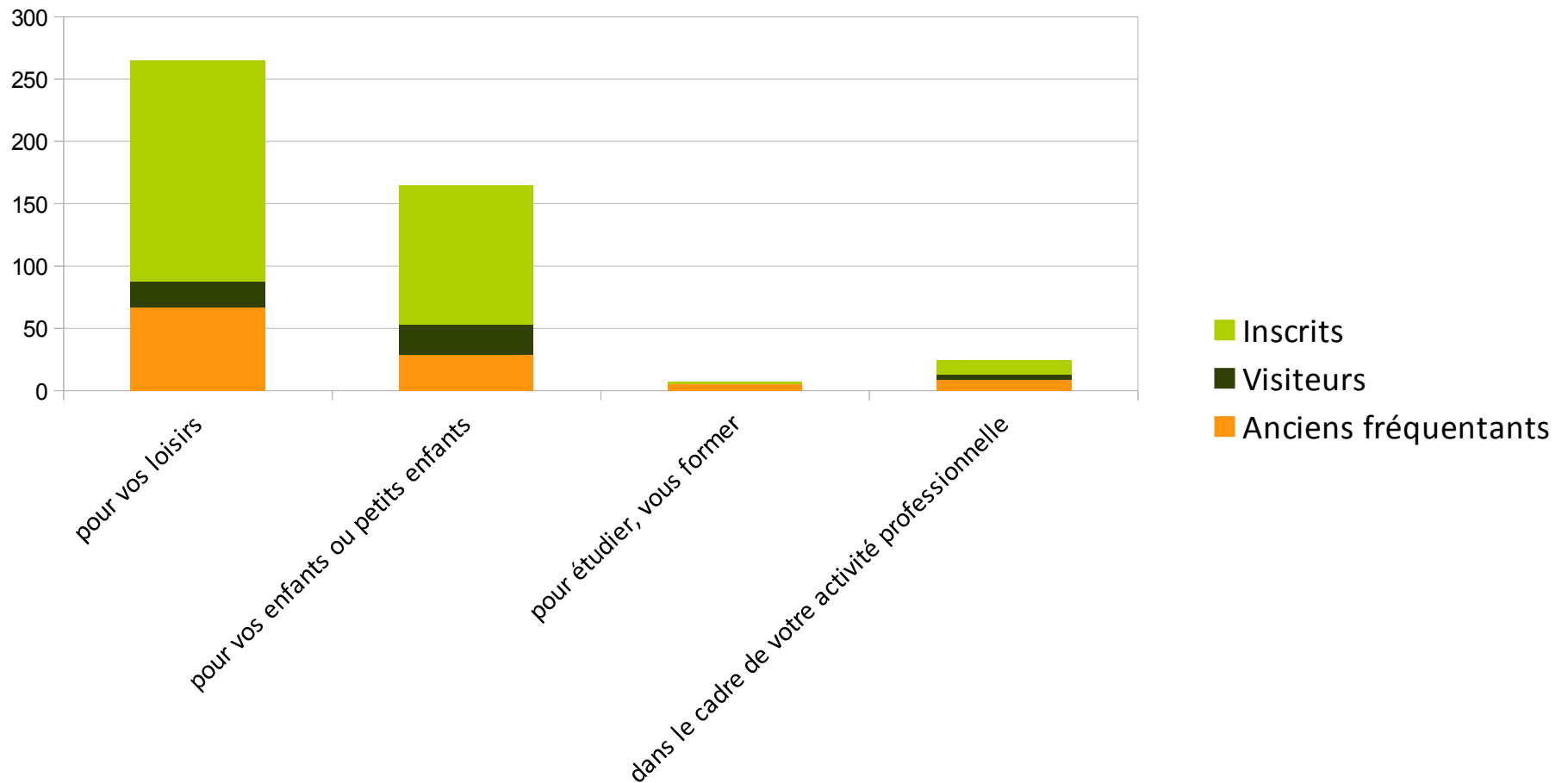
*Personnes qui ne viennent pas à la médiathèque*

# Enquête auprès des publics – 2015

## Les résultats



### Vous venez à la médiathèque surtout :



*Enquête auprès des publics – 2015*  
*Les résultats*



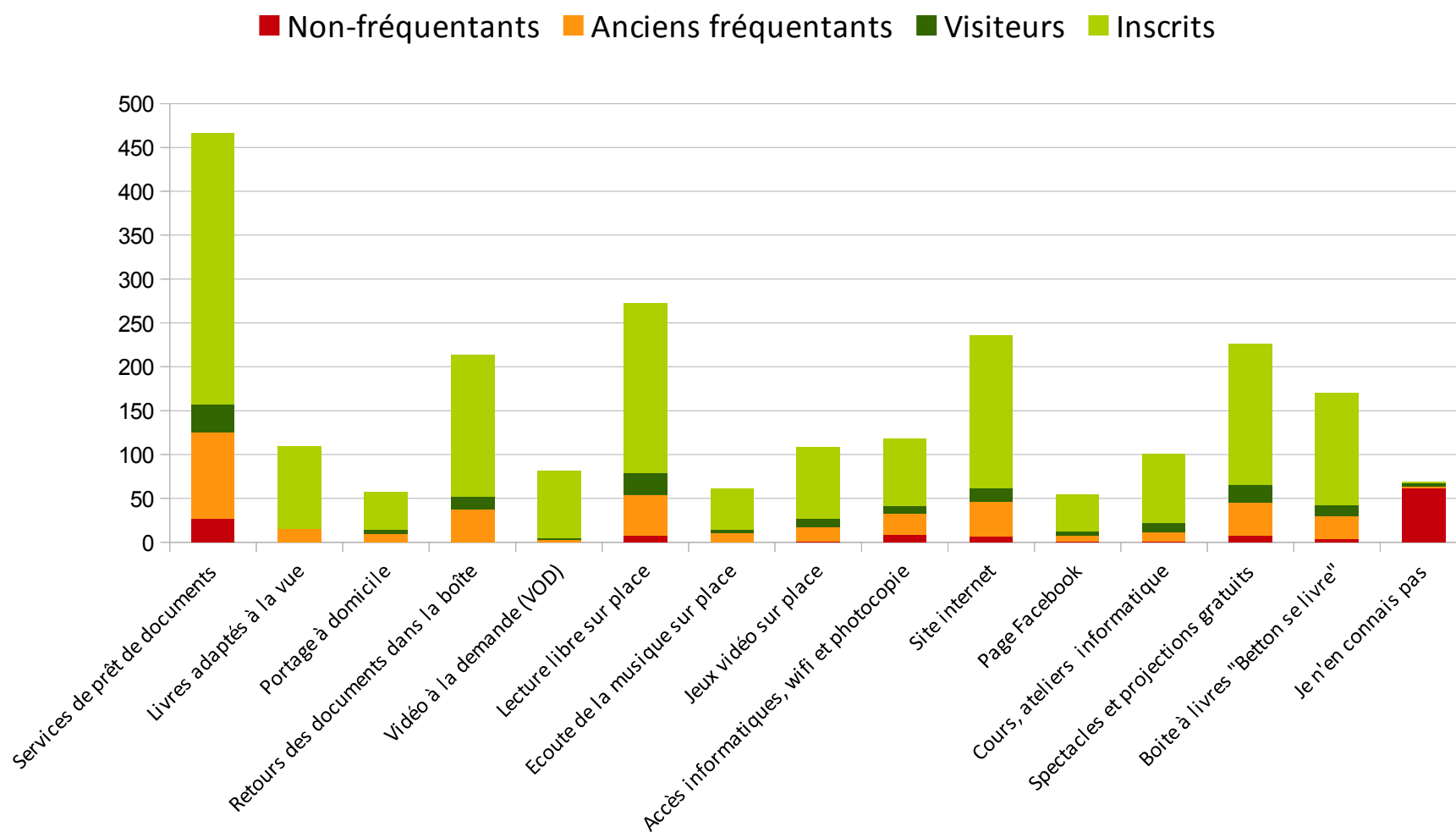
**Fréquentation de la médiathèque**

- > Prioritairement une médiathèque de loisirs*
- > Importance des usages liés aux enfants*





### Quels services de la médiathèque connaissez-vous ?



*Enquête auprès des publics – 2015*

*Les résultats*



## **Connaissance des services de la médiathèque**

*> Des services inégalement repérés*

*> Importance du site internet, de la lecture sur place et du retour des documents en dehors des heures d'ouverture*

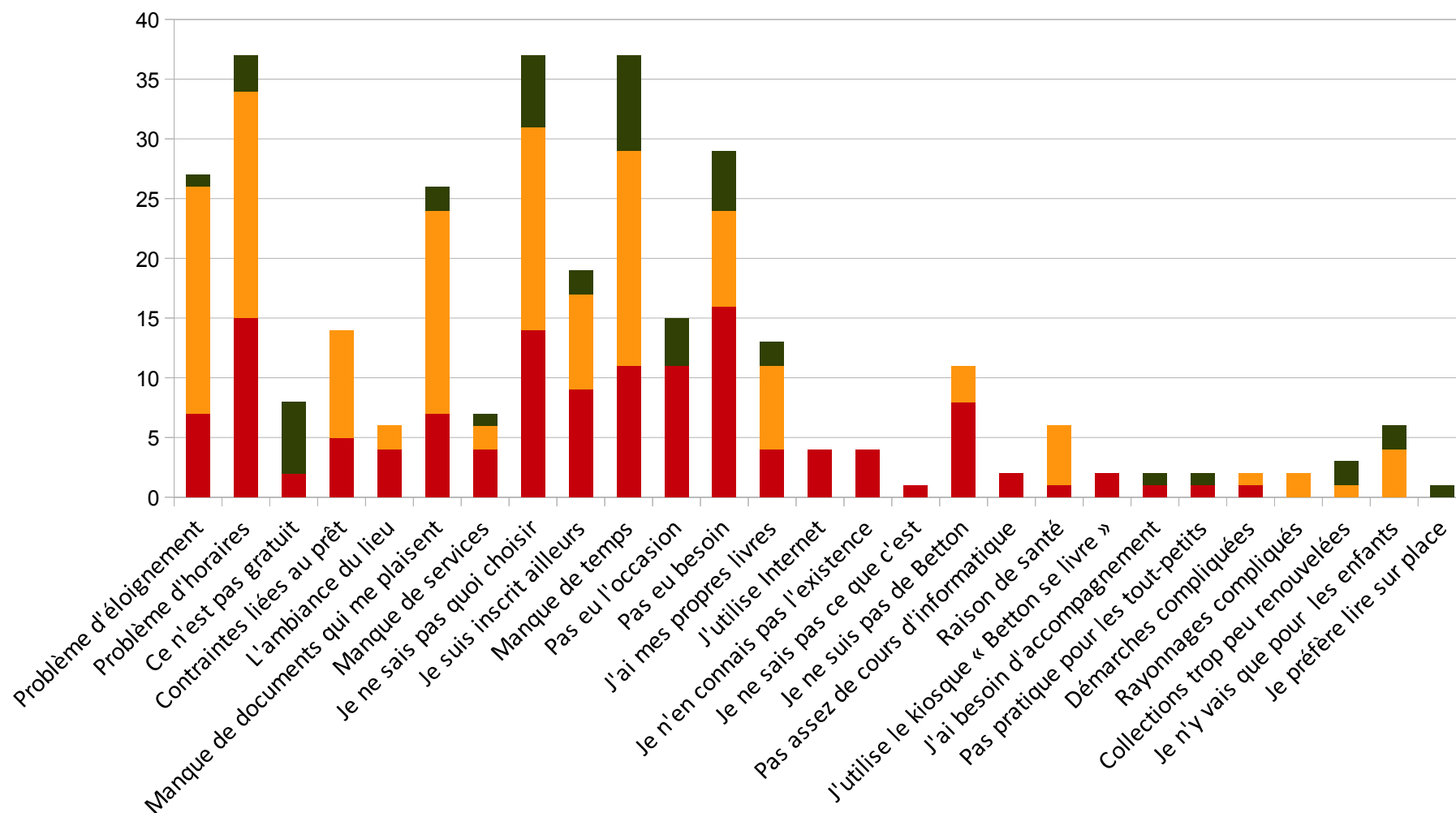
# Enquête auprès des publics – 2015

## Les résultats

### Pourquoi ne venez vous pas/plus ou n'êtes vous pas inscrit(e) ?



■ Visiteurs ■ Anciens fréquentants ■ Non fréquentants



*Enquête auprès des publics – 2015*

## *Les résultats*

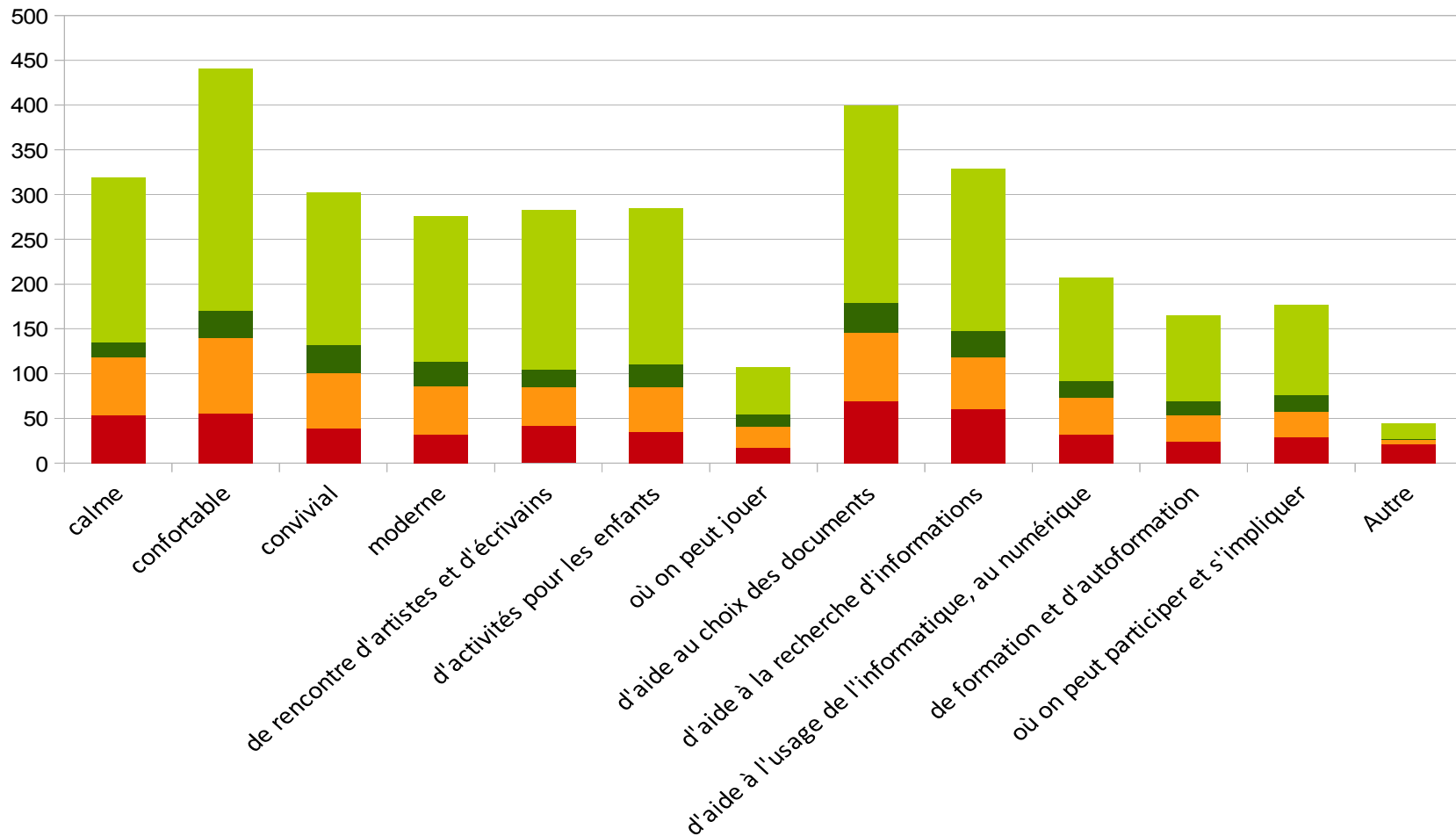


### **Raisons de non-venue ou de non-inscription :**

- > Un besoin d'accompagnement des publics vers la médiathèque et vers ses ressources*
- > Une question de temps et d'horaires d'ouvertures*

## Une médiathèque, pour vous, devrait surtout être un lieu...

■ Non-fréquentants ■ Anciens fréquentants ■ Visiteurs ■ Inscrits



*Enquête auprès des publics – 2015*

## *Les résultats*



### **La médiathèque « idéale »...**

*> Un lieu aux usages diversifiés et complémentaires*

*> Un lieu convivial de rencontre, d'échange*

*> Un lieu d'aide et de conseil*

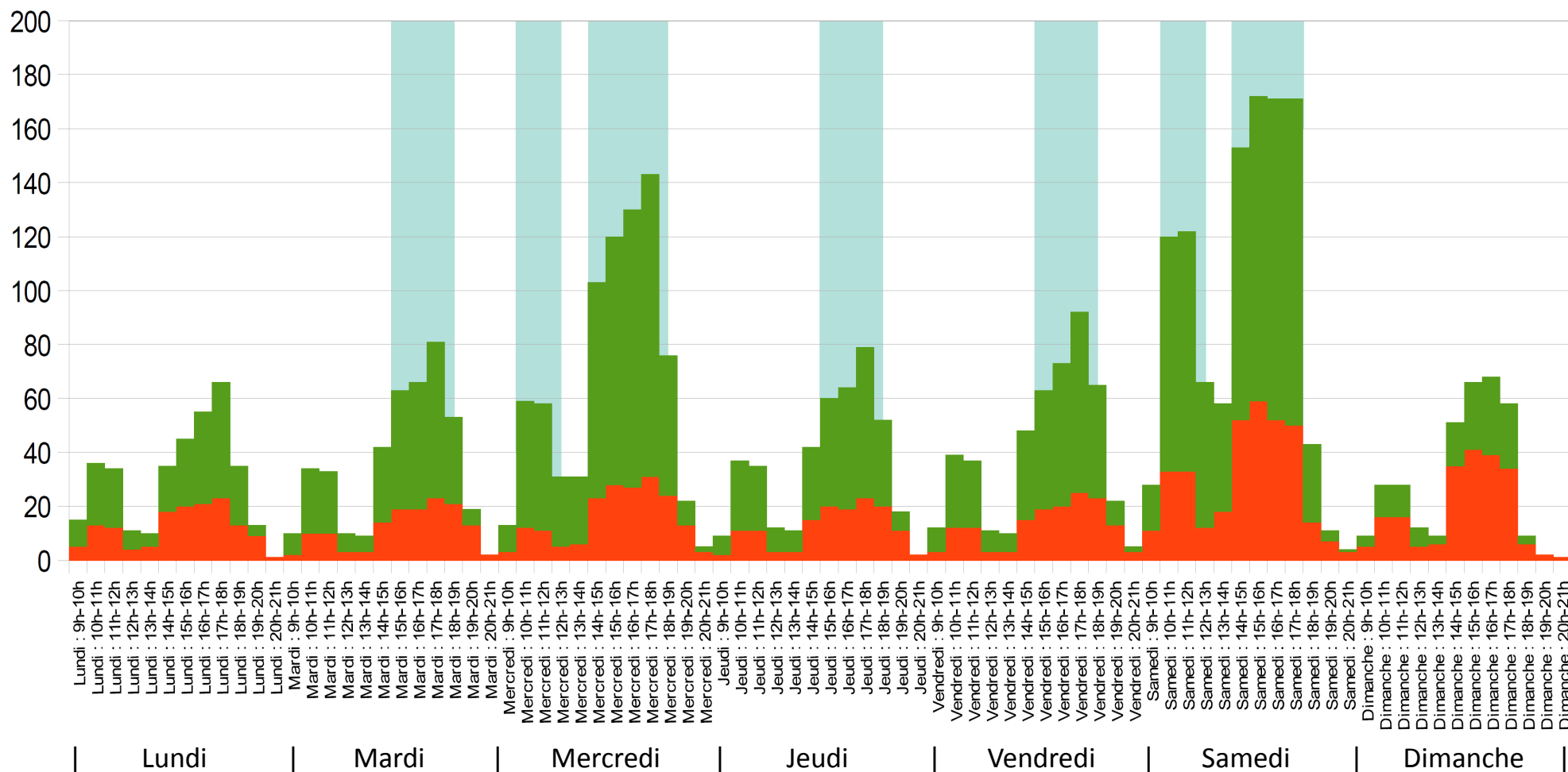


### Quand souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ?

■ 210 non-fréquentants et anciens fréquentants ■ 350 visiteurs et inscrits

Nombre de réponses

■ Heures actuelles d'ouverture de la médiathèque



*Enquête auprès des publics – 2015*

## *Les résultats*



### **Les horaires d'ouverture**

*> Une certaine adéquation des attentes  
avec les horaires actuels*

*> Un souhait de plus grande amplitude horaire :  
dimanche après-midi, lundi, fins d'après-midi, matinées...*

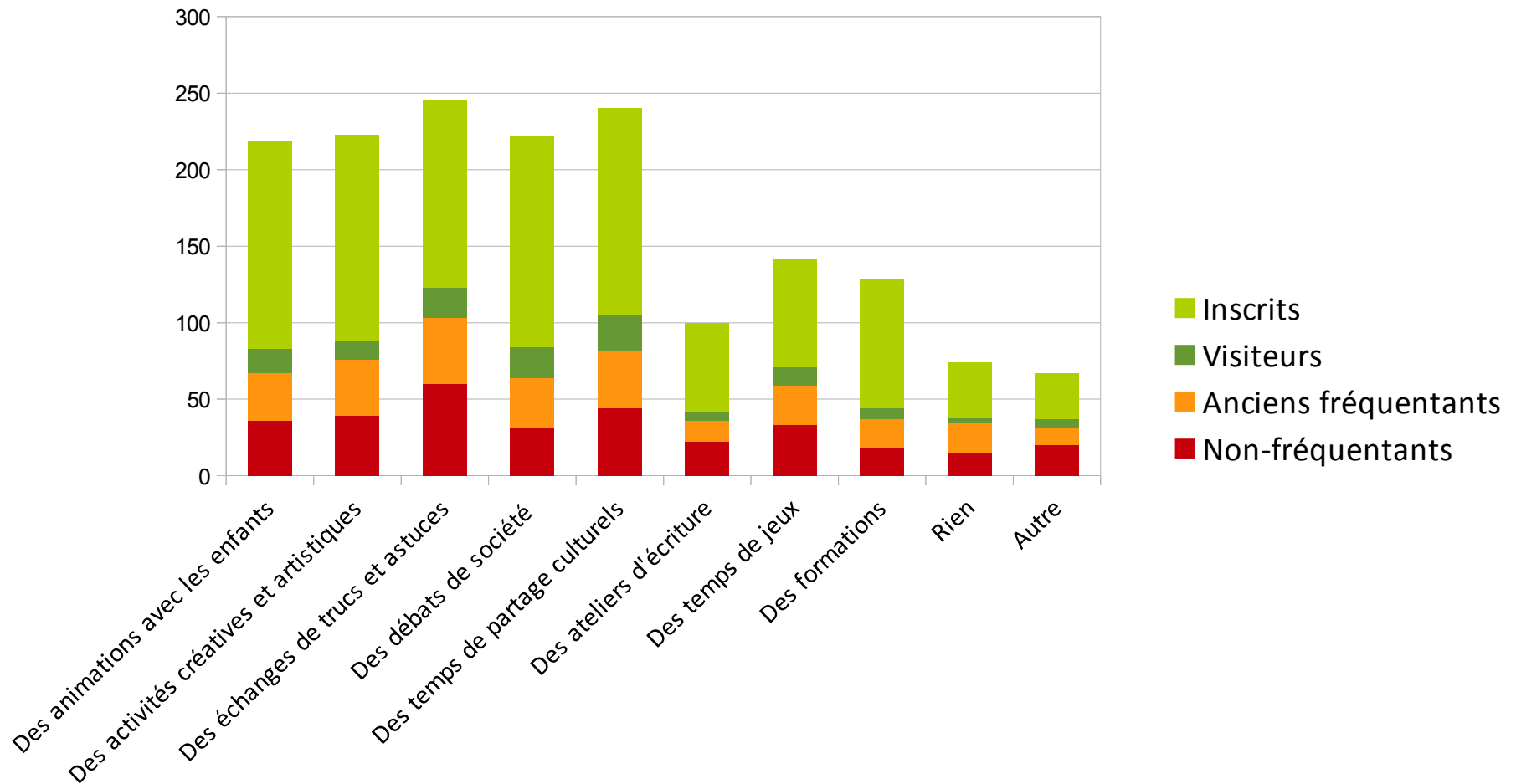


# Enquête auprès des publics – 2015

## Les résultats



### A quelles activités souhaiteriez vous venir ?



*Enquête auprès des publics – 2015*

*Les résultats*



## **Les activités à développer**

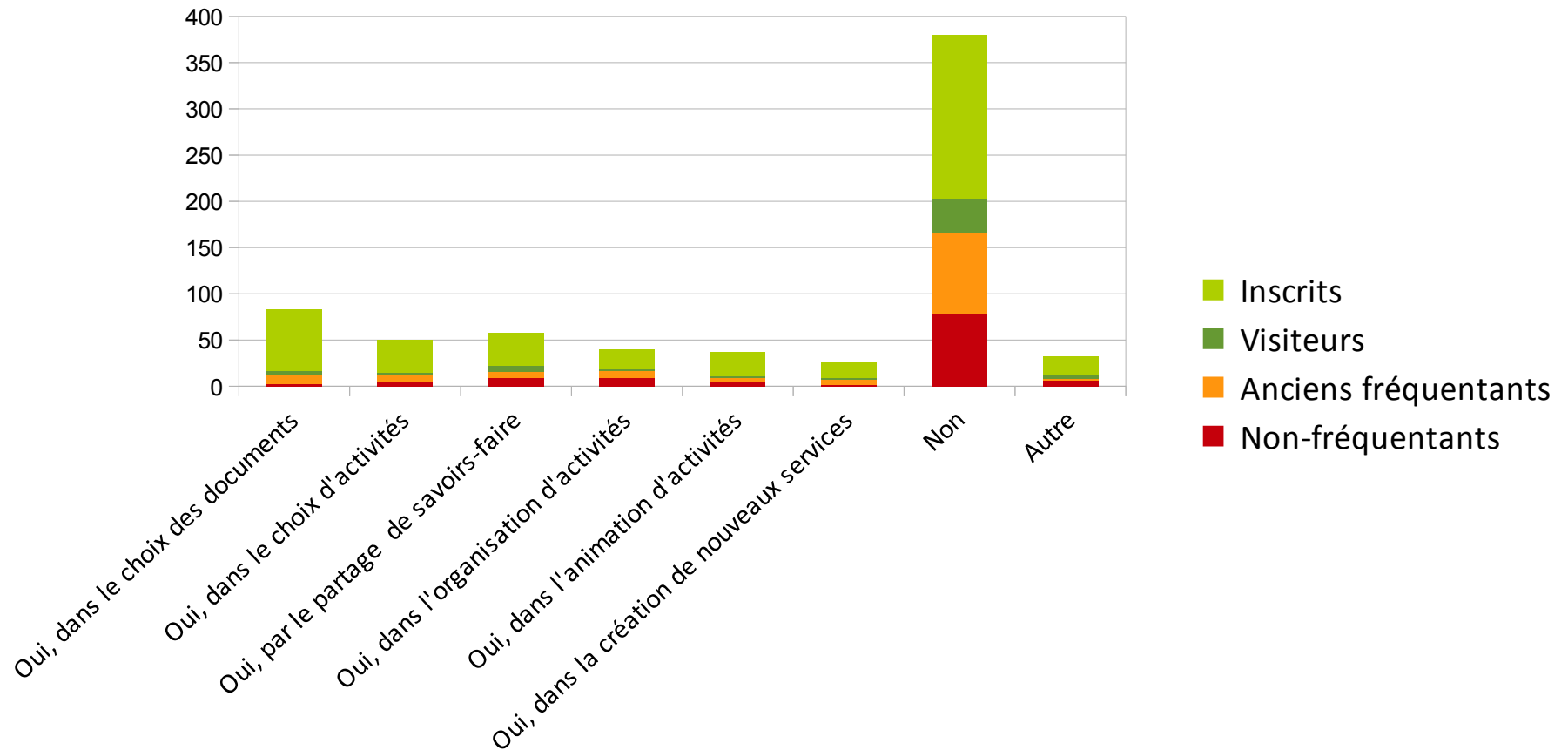
- > Une prédominance des activités favorisant la rencontre et la convivialité*
- > Une préférence pour les échanges de pratiques, de connaissances et de savoir-faire*

# Enquête auprès des publics – 2015

## Les résultats



### Souhaiteriez-vous vous impliquer ?



*Enquête auprès des publics – 2015*

## *Les résultats*



### **Vers une dynamique participative**

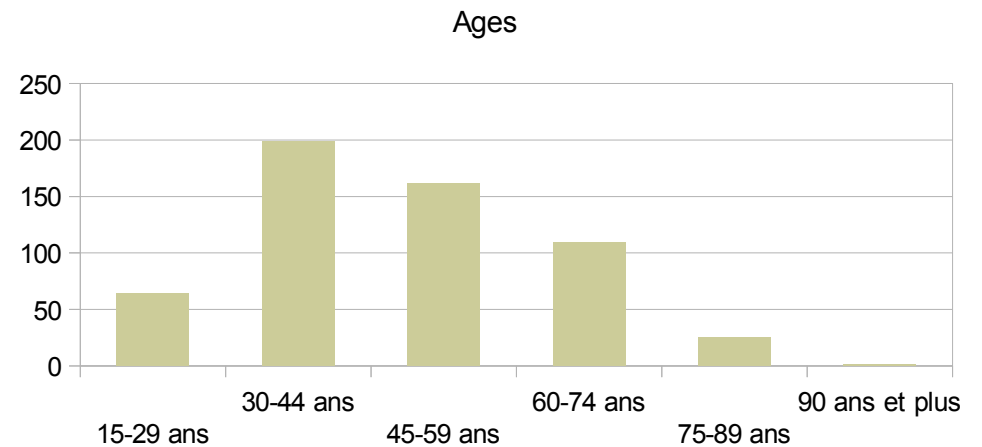
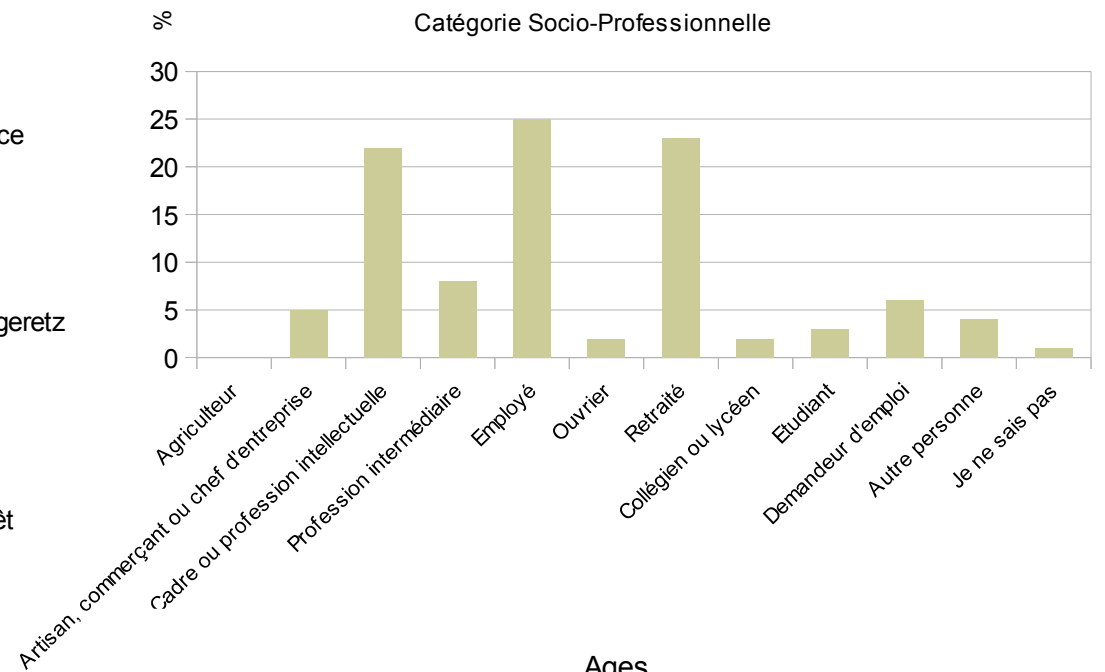
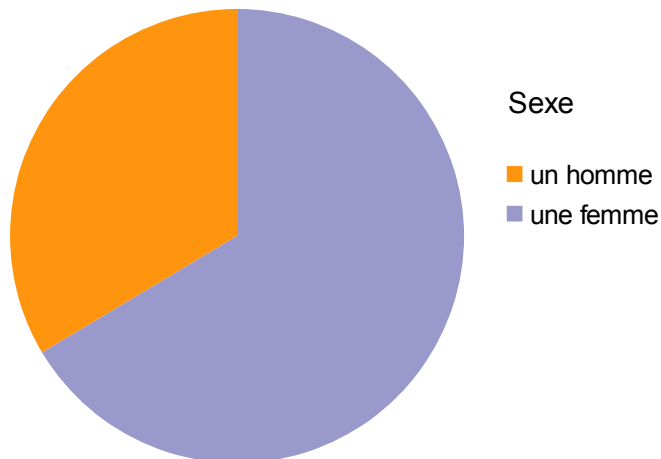
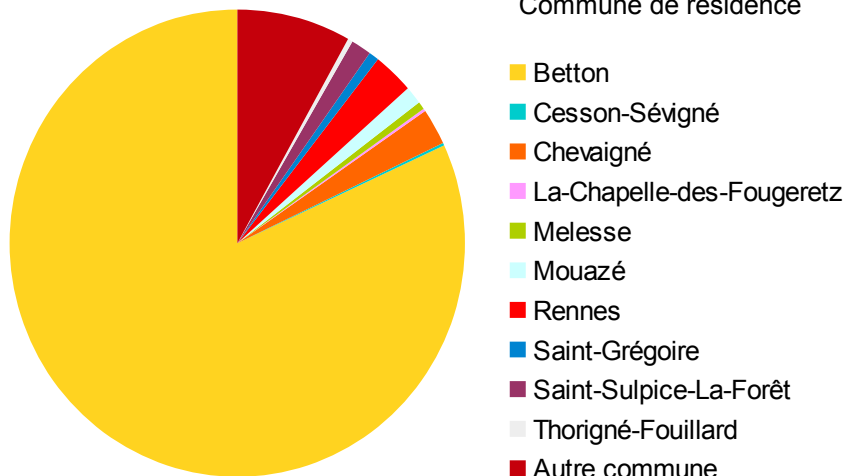
- > Un tiers des personnes prêtes à s'impliquer*
- > Un souhait de participation au choix des documents et à des ateliers de partage de savoir-faire*

# Enquête auprès des publics – 2015

## Les résultats



### Qui êtes vous ?



*Enquête auprès des publics – 2015*

*Les résultats*



*Merci et à bientôt !*

*Retrouvez-nous sur*

**mediathequebetton.fr**

*et sur*

**facebook.com/mediathequebetton !**



## ***Attirer de nouveaux publics à la médiathèque et favoriser l'implication des usagers***

Enquête et préconisations  
Avril 2015

Document réalisé dans le cadre du stage de Licence professionnelle Gestion et Médiation de Ressources Documentaires - Université Rennes 2, Département lettres - à la Médiathèque municipale Théodore Monod, 5 bis rue du Vau Chalet, 35830 BETTON - Année 2014-2015  
Stagiaire : Erwan SAVINA  
Tuteur : Catherine DANIEL  
Maître de stage : Muriel PIFFETEAU





# ***Attirer de nouveaux publics à la médiathèque et favoriser leur implication***

## **Enquête et préconisations**

### **Sommaire**

<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>I – L'enquête.....</b>	<b>7</b>
<b>1 - Typologie des publics répondant à l'enquête.....</b>	<b>7</b>
<b>2 - Usages et non-usages.....</b>	<b>11</b>
<b>3 - Partager, faire ensemble, s'impliquer.....</b>	<b>17</b>
<b>En résumé.....</b>	<b>21</b>
<b>II – Préconisations.....</b>	<b>23</b>
<b>1 - Développer des dispositifs passerelles.....</b>	<b>23</b>
<b>2 - Améliorer l'accès à l'équipement et aux ressources.....</b>	<b>27</b>
<b>3 - Favoriser l'implication des publics.....</b>	<b>32</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>39</b>



## Introduction

Depuis quelques années, les évolutions des pratiques culturelles transforment en profondeur le paysage médiatique et les usages, en particulier ceux des publics de médiathèques. La baisse des inscriptions, l'évolution des emprunts selon le type de support, le maintien ou la progression de la fréquentation des équipements de lecture publique<sup>1</sup> en sont les signes les plus tangibles, visibles également dans les dernières statistiques de la médiathèque de Betton.

Le mouvement interroge le fonctionnement des structures et incite celles-ci à modifier leurs pratiques professionnelles pour attirer des publics, à se penser davantage comme accompagnateurs de ceux-ci. Les usagers peuvent aussi s'impliquer, participer aux actions, à leur initiation et à leur mise en oeuvre. Il s'agit pour les médiathèques d'être davantage en phase avec les rythmes et habitudes de vie des habitants, et de prendre en compte certaines demandes émergentes, tout en poursuivant leur mission de rendre un service public aux habitants, et d'être promoteur de lien sur leur territoire.

Le questionnement peut alors être le suivant : en quoi une démarche participative peut-elle contribuer à attirer de nouveaux publics vers la médiathèque municipale de Betton ?

Les nouveaux modèles de médiathèques, inspirés par exemple des pays étrangers ou des grandes métropoles, ou à l'inverse les solutions locales imaginées dans les médiathèques aux publics comparables à celui de Betton, peuvent inspirer des types de réponses, mais ne sont pas forcément transposables.

Afin d'apporter des éléments de réponses et de réflexion en adéquation avec les caractéristiques du territoire, de la structure et des usages, il est décidé de recourir à une enquête sur les publics repérés en amont sur le territoire de la commune. L'enquête est constituée d'un questionnaire en ligne et d'entretiens individuels. Les pistes qui pourront se dégager seront issues du croisement entre les propositions des usagers, la prise en compte du contexte local et les approches et possibilités de la structure. L'équipe de la médiathèque de Betton travaille déjà sur un certain nombre de sujets traités ici, et l'ensemble viendra nourrir la réflexion sur le projet de service en cours d'écriture, à partir des idées des élus sur le projet de mandat 2014-2020.

Après une première phase de réflexion sur la méthodologie à mettre en oeuvre, les objectifs de l'enquête se sont précisés. Quatre grands points de vérification forment le cœur du questionnaire et des points d'analyse :

- Les attentes en termes d'horaires d'ouverture.
- Le degré d'implication potentielle et l'adhésion à un projet participatif.
- La pertinence et la nature des actions de médiation à mettre en place.
- La communication sur les services de la médiathèque.

Ce document présente les résultats de l'enquête à travers une analyse des principales données, et propose quelques points de départ pour une réflexion sur des actions qui permettraient l'accès à la médiathèque de nouveaux publics, en particulier par l'implication des usagers.

---

<sup>1</sup> Selon la synthèse nationale des données d'activité 2012 des bibliothèques municipales, publiée par l'Observatoire de la lecture publique, le taux d'inscrits actifs des bibliothèques est passé de 18,9% à 17,1% de 2007 à 2012, tandis que le taux de fréquentation passe de 205% à 227% sur la même période.



# I - L'enquête

Le questionnaire élaboré en novembre et décembre 2014 fut disponible en ligne du 24 janvier au 28 février 2015. Il fut relayé par le tissu associatif bettonnais et a fait l'objet, du 24 janvier au 7 février, de rencontres avec différents publics de la commune identifiés en amont de l'enquête. Les entretiens furent passés entre le 27 janvier et le 7 février.

Après une brève typologie des publics ayant répondu à l'enquête, nous passerons en revue les grandes caractéristiques des usages de la médiathèque et des besoins exprimés, puis nous relèverons les principales pistes potentielles d'action, en particulier les idées incluant une dimension participative.

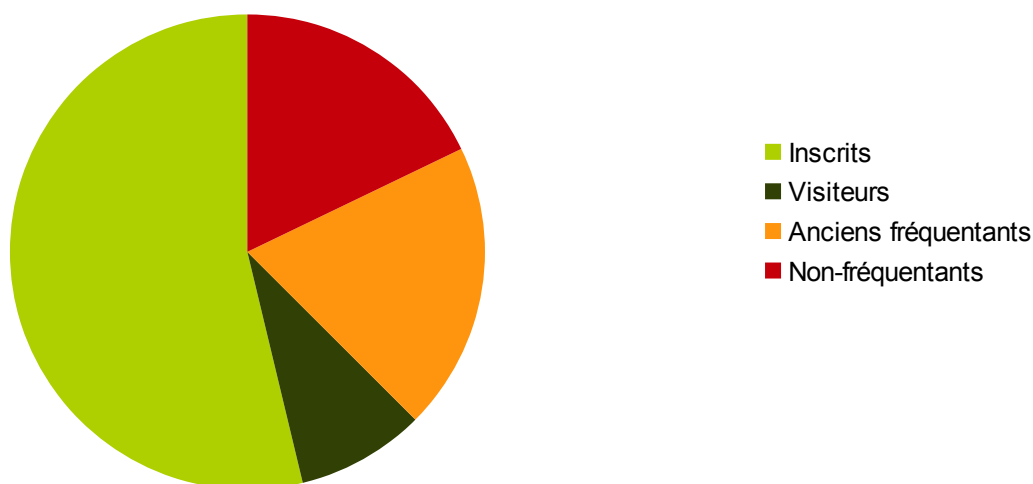
## 1 - Typologie des publics répondant à l'enquête

**Le questionnaire a recueilli 560 réponses**, 456 réponses de Bettonnais, soit 5,56% des 8195 personnes de plus de 15 ans habitant la commune<sup>2</sup>, et 104 réponses de non Bettonnais<sup>3</sup>. Si la répartition des réponses par catégories socio-professionnelles se rapproche de celle dont rendent compte les données de l'INSEE, le rapport hommes/femmes est de 2 tiers/1 tiers, similaire à celui des abonnés à la médiathèque.

Le choix de diffuser l'enquête par le biais des associations et par la rencontre des habitants pendant deux semaines en différents points de la commune - lieux de passage, lieux de convivialité et de solidarité<sup>4</sup> - a permis de contrebalancer en partie le fait que le questionnaire était uniquement disponible sur Internet. Cette modalité d'accès excluait en effet toute une partie de la population, notamment les personnes qui ne se sentiraient pas spontanément concernées par la médiathèque. Au total, environ 200 personnes ont été interrogées par oral, à l'aide d'une tablette tactile connectée au questionnaire en ligne.

### A - Le questionnaire permet de différencier les réponses de quatre grandes catégories d'usagers

Graphique 1 - Catégories de publics ayant répondu au questionnaire en ligne (560 réponses)



2 Statistiques INSEE 2011

3 Les non-bettonnais forment 19% des réponses à l'enquête, taux proche du 21% de non-Bettonnais inscrits à la médiathèque de Betton.

4 Cette démarche s'est concrétisée en différents points de la commune : Point Accueil Emploi, Epicerie sociale, associations Club de l'Amitié et Relai Atout'âge, point de rencontre d'élus avec les habitants, Festival de la petite enfance, sorties des écoles, marché du dimanche matin, gare SNCF, commerces du centre ville, de la rue de Rennes et de la place du Trégor/Vieux marché, supermarchés, entreprises des zones artisanales et porte-à-porte dans les cinq principaux immeubles HLM de la commune, en coopération avec Espacil.

### **- Des inscrits globalement satisfaits et bien informés**

Les inscrits forment 54% des personnes ayant répondu au questionnaire (301 réponses sur 560). Ils sont abonnés à la médiathèque et y viennent. Ils sont les plus nombreux à faire des commentaires sur les services et sur l'accueil, avec une large majorité de commentaires de satisfaction concernant le lieu, l'accueil et les services proposés. Ils ont une relative bonne connaissance des services (graphique 3), une utilisation prioritaire des services de prêt et de la lecture sur place, de retour des documents en dehors des heures d'ouverture, du site internet et des spectacles gratuits.

### **- Des visiteurs reliés à la médiathèque par les enfants et freinés par le prix**

Les visiteurs touchés par l'étude est la catégorie la plus restreinte : 49 réponses. Ils viennent à la médiathèque mais n'y sont pas abonnés et n'empruntent donc pas de documents. Alors que les autres catégories d'usagers (inscrits, anciens fréquentants) viennent à la médiathèque surtout pour leurs loisirs, les visiteurs semblent venir surtout pour les enfants et petits enfants. Ils sont également les plus nombreux à venir pour des raisons professionnelles.

Parmi les raisons de ne pas s'inscrire (graphique 2) figurent, après le manque de temps, le fait de ne pas savoir quoi choisir pour soi et le fait que ce ne soit pas gratuit. Le tarif semble donc être un frein à l'inscription d'une partie de ce public, qui privilégie, parmi les services de la médiathèque, la lecture sur place, le site internet, les spectacles, les jeux vidéos et les cours d'informatique, et dans une moindre mesure l'accès au matériel informatique et de reprographie.

### **- Les anciens fréquentants, éloignés par les horaires de la médiathèque**

Les anciens fréquentants sont les 110 personnes déclarant ne pas être venu à la médiathèque au cours de cette année, mais être venu par le passé. Ils placent en tête des raisons de leur non réinscription la question des horaires, ex-aequo avec le manque de temps. Vient ensuite le fait de ne pas savoir quoi choisir. Le sondage a permis de re-solliciter des personnes anciennement inscrites, et leur ont permis de s'interroger sur leurs rapports à la médiathèque, sur les raisons pour lesquelles elles n'y venaient plus. Certaines d'entre-elles ont décidé de s'inscrire à nouveau.

### **- Les non fréquentants, en situation d'isolement de la médiathèque**

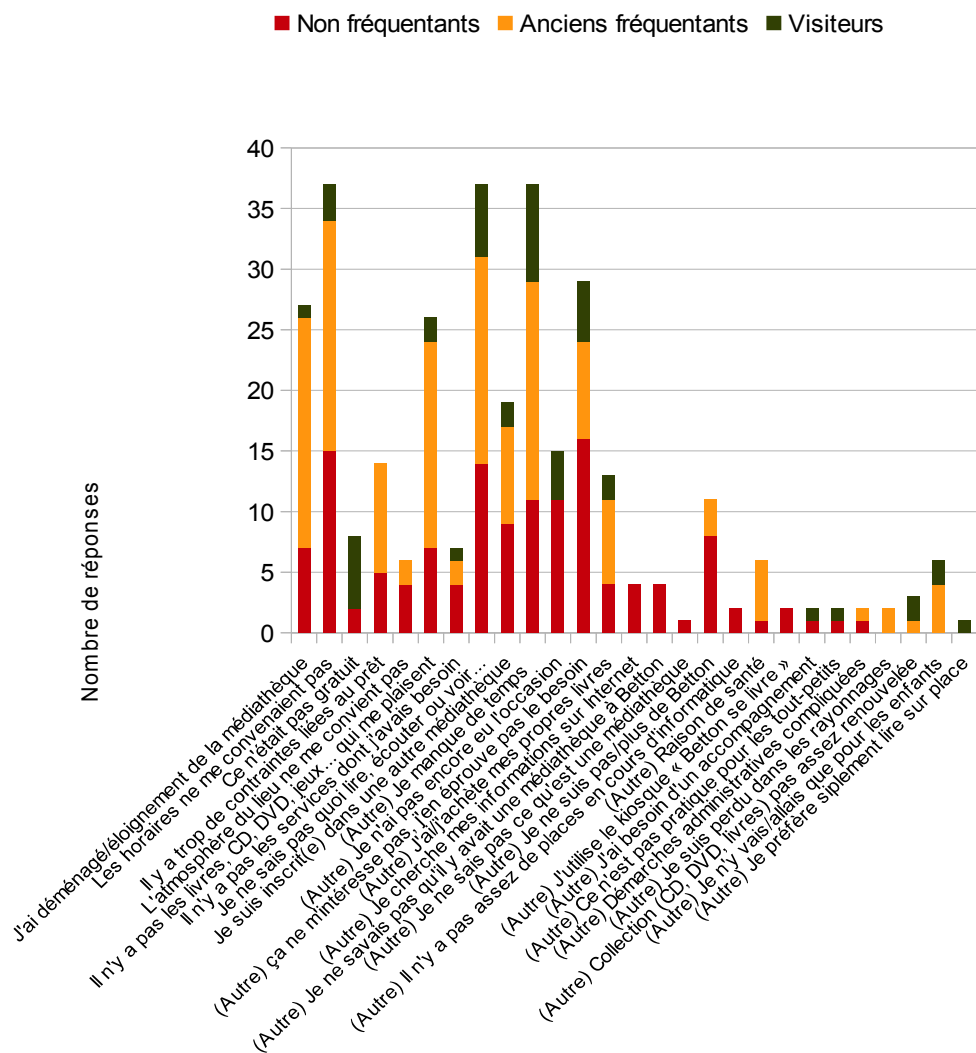
Les non-fréquentants dont parle cette étude sont les 100 personnes ayant déclaré ni venir ni être venu par le passé à la médiathèque de Betton. Leurs réponses font apparaître une méconnaissance de l'ensemble des services de la médiathèque, et un certain isolement par rapport à celle-ci, 60% ne connaissant personne s'y rendant. Cette observation peut être expliquée par le poids du mimétisme social, les habitants ne côtoyant pas des usagers ne sont pas incités à être eux-même usagers. Les enfants deviennent alors le seul moteur potentiel de la fréquentation des services par les adultes qui acceptent de les accompagner. D'autres types de liens sont à donc imaginer pour susciter un effet d'entraînement de ces publics.

Les raisons de non-fréquentation les plus fréquemment invoquées sont, dans l'ordre, le besoin non ressenti, les horaires non adaptés, et le fait de ne pas savoir quoi lire, écouter ou voir, devant le manque de temps.

La catégorie des non fréquentants est caractérisée par une proportion plus importante de personnes sans activités professionnelle, de demandeurs d'emploi, d'artisans et de commerçants que les autres catégories d'usagers : anciens fréquentants, visiteurs et inscrits.

Les conversations avec les non fréquentants lors du remplissage des questionnaires en ville incitent à prendre en compte ceux qui ne connaissent pas la médiathèque, ou ont une idée approximative ou erronée de son fonctionnement, de ce qu'ils pourraient y trouver.

Graphique 2 - Les motifs principaux de non inscription ou d'arrêt de la fréquentation (synthèse)



## En résumé

Les motifs principaux de l'arrêt de la fréquentation ou de non-inscription sont, dans l'ordre :

- les horaires,
- la difficulté de choisir des documents,
- le manque de temps

Ces trois réponses totalisent 37 occurrences chacune.

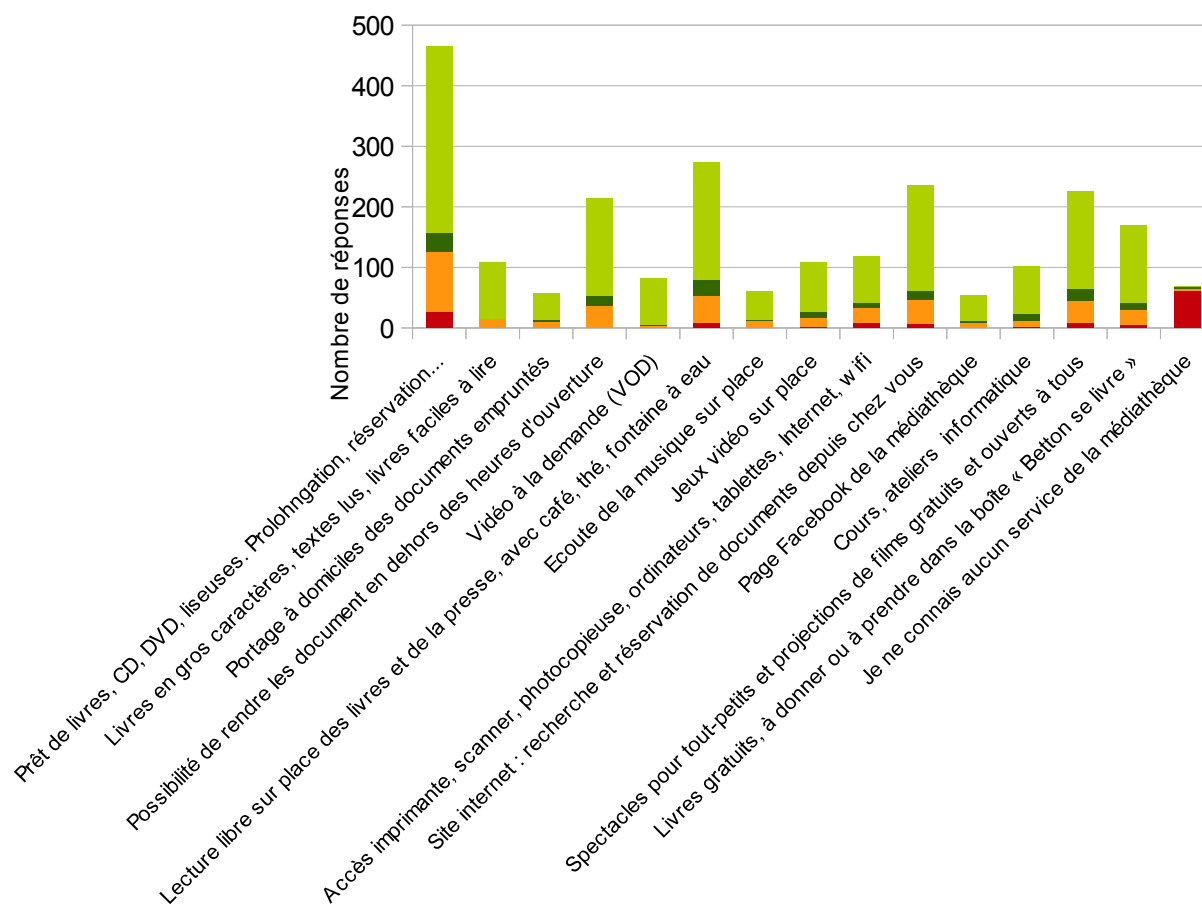
Elles sont suivies par :

- le manque d'intérêt (29 réponses),
- l'éloignement (27 réponses)
- le fait de penser ne pas trouver les documents recherchés (26 réponses).

Graphique 3 - Réponses à la question "Quels services de la médiathèque de Betton connaissez-vous ?"

Réponses multiples de 560 personnes

■ Non-fréquentants ■ Anciens fréquentants ■ Visiteurs ■ Inscrits



## B - Entretiens

Les entretiens, passés avec un panel de 9 personnes – 3 salariés de la Mairie et 6 habitants de Betton - fournissent un complément d'informations et d'explicitations, en particulier sur les usages, les besoins, les ressentis des publics vis à vis de la médiathèque, et les idées d'actions à mener, notamment participatives, qui pourraient les intéresser.

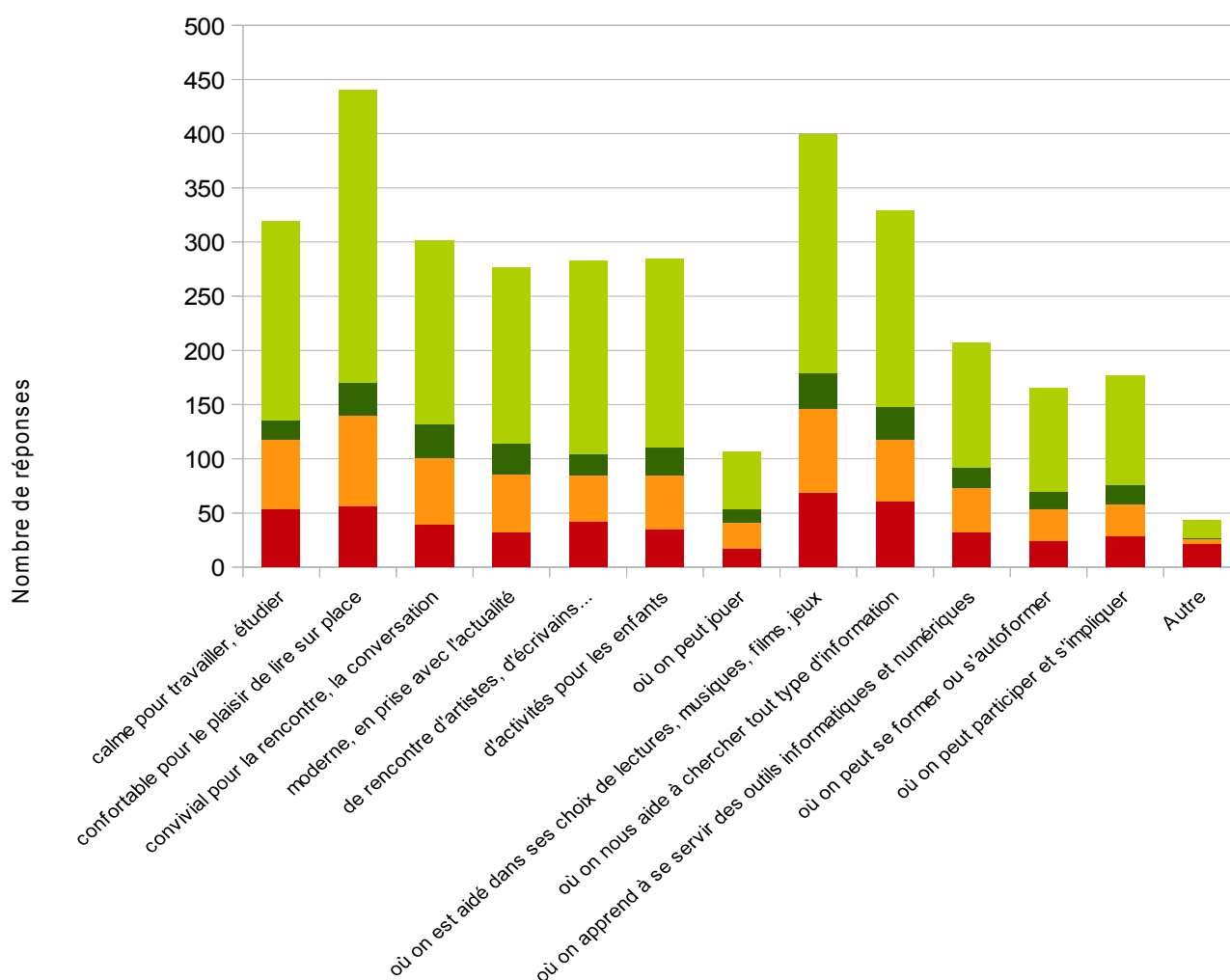
Ces 6 femmes et 3 hommes sont 5 non-inscrits, 3 anciens inscrits et 1 inscrit. Leur parole forme une partie des commentaires qui suivent, et peut être mise en relation avec les résultats quantitatifs et les remarques libres laissées par les participants au sondage en ligne.



## 2 - Usages et non-usages

L'enquête révèle un éclectisme des usages (graphique 3) et une diversité des attentes des publics vis à vis de la médiathèque (graphique 4). Ces attentes peuvent paraître à la fois contradictoires et complémentaires. La vision d'un lieu convivial, propice à la rencontre, la conversation, à la rencontre d'artistes, d'écrivains, aux activités pour les enfants, semble être largement partagée par l'ensemble des personnes ayant répondu au questionnaire. Ces indications permettent d'affirmer que **la médiathèque est vue comme étant ou devant être un lieu social d'échange et de partage, lieu de faire ensemble et de relationnel autant que carrefour culturel.**

Graphique 4 - Réponses à la question "Une médiathèque, pour vous, devrait être surtout :"  
Réponses multiples de 560 personnes



### A - Les usages contrastés du lieu

Dans les commentaires libres du questionnaire, les visiteurs et les abonnés de la médiathèque sont nombreux à apprécier le lieu pour sa convivialité, voire sa beauté : « Très belle médiathèque, intérieur sympa », « on n'a pas l'impression d'entrer dans une bibliothèque ancienne, on peut discuter » ; « très bonne médiathèque, conviviale et agréable, cadre propice au travail et à l'étude ».

Son aspect animé est perçu par certains usagers comme une grande qualité : « C'est un de mes 3 endroits de balades favoris et j'ai du mal à en partir, je la trouve vivante et j'aime voir cette vie tout autour de moi comme ça ! » Elle est même considérée comme un refuge : « On s'y sent bien, c'est un bon endroit ».

pour les enfants en cas de pluie. On ose venir avec eux sans crainte de déranger : il y a des bacs, des poufs... »

Cependant cette convivialité a comme corollaire un volume sonore qui ne convient pas à un certain nombre de personnes : « Entre les enfants qui jouent à "chat", les gens qui téléphonent, ceux qui discutent comme si ils étaient dans la rue ! C'est très bruyant ! ».

Ce bruit est considéré par plusieurs usagers comme une nuisance : « tout cela n'est pas très agréable pour se concentrer sur la lecture et la détente. » Ceux-ci rappellent ce que devrait être, selon eux, une médiathèque : un endroit calme, cadré, qui sensibilise les usagers au respect du silence, par exemple par des affichages, et surtout pas « une garderie », où on peut « courir et crier », « faire des activités artistiques et de bricolages ».

Ce sentiment n'est pas partagé par tout le monde. « C'est un lieu très agréable, où on est sensible au respect de l'autre, les gens parlent plutôt doucement, calmement, il n'y a pas trop de bruit », déclare une ancienne inscrite lors d'un entretien.

Cette divergence symptomatique de l'évolution des usages tient aussi probablement à la fréquentation du lieu à des moments différents de la semaine et de la journée. En effet, la médiathèque est plutôt calme les jours et heures de moindre affluence, comme le mardi ou le jeudi. Cet aspect est aussi lié aux représentations diverses de ce qu'est un espace public et au niveau de tolérance fluctuant des usagers en ce qui concerne les comportements attendus en société.

Par ailleurs, **pour un certain nombre d'usagers la notion de convivialité prime sur toutes les autres.** Une personne non inscrite imagine sa médiathèque idéale : « La médiathèque pourrait être un lieu de rencontre où on peut se retrouver un peu comme dans un foyer, discuter, pas forcément pour boire un coup mais où on pourrait retrouver des copains pour parler... »

En entretien, une personne évoque ce que pourrait être ce « lieu de convivialité » où elle « pourrait passer, mettons, quatre heures » à lire, « en grignotant, buvant un coup », et cite le matériel nécessaire : « des poubelles, des gobelets plastique, des toilettes (...), une machine à expresso, un distributeur, des chaises ».

Plusieurs usagers pointent cependant la nécessité de « garder des endroits calmes où il est possible de lire et de travailler ». La médiathèque constitue pour certaines personnes interrogées une forme de refuge : « dans notre monde où les gens courent après l'efficacité, la rentabilité, la productivité, je trouve ici à la médiathèque un lieu un peu hors du monde, tranquille, où il m'arrive de regarder ma montre, mais où je peux me laisser aller, hors du temps, comme ça. C'est ça qui m'intéresse aussi, à la médiathèque. Un lieu agréable, un peu confortable, c'est important. »

L'espace informatique fait l'objet de difficultés de cohabitation entre les personnes qui viennent travailler et les utilisateurs de jeux vidéos : « Les postes informatiques sont squattés par les jeunes qui empêchent les gens qui viennent pour des choses sérieuses de travailler en paix », et regrettent que la médiathèque permette « la confusion des genres », estimant qu'elle ne devrait pas être un lieu de divertissement : « il y a d'autres lieux pour jouer. Quand on a besoin de concentration, la musique et les jeux sont perturbants. »

Le mélange des supports dans l'espace jeunesse – des tablettes y ont pris place depuis 2014 - est par ailleurs contesté par quelques personnes : « Pourquoi ne pas les avoir mises dans la salle vidéo? Cela permettrait un meilleur cadrage », notamment pour des raisons de concurrence entre supports : « du coup les enfants se détachent du livre pour aller vers les tablettes, alors qu'on souhaiterait un peu les déconnecter des écrans. »

Ces divergences sur la cohabitation des espaces sont prévisibles dans le cadre d'un projet de service qui cible la diversification des usages dans un espace conçu pour accueillir tous types de publics, sans discrimination. Ces remarques ne doivent pas cacher le fait que dans la grande majorité des situations l'esprit convivial et vivant du lieu est un aspect apprécié et revendiqué par les usagers.

## **- Des espaces de lecture**

**Les usagers attendent en premier lieu de la médiathèque qu'elle soit un lieu confortable pour le plaisir de lire sur place.** Cependant dans l'enquête, les usagers disent peu lire sur place, en dehors des périodiques. Une ancienne inscrite précise : « Les livres, je ne les lisais pas sur place. Les revues, oui. (...) Quand par exemple je devais attendre, que j'avais encore un peu de temps, je lisais ce qui était à disposition

du public. » Une autre personne trouve qu' « il faudrait un endroit où on peut vraiment s'installer, pour lire vraiment ». Une autre personne, entendue en entretien, pointe plus vivement ce qui est selon elle un problème à la médiathèque de Betton : « Il n'y a pas d'endroit où on peut s'asseoir, et bouquiner ! ».

L'espace de lecture confortable pour les adultes le plus identifié par les visiteurs et les abonnés s'articule en effet autour des périodiques dont certains sont disposés sur une table basse, avec café, thé et eau à disposition. Cet espace est géographiquement au cœur de la médiathèque, bordé par l'accueil, les rayonnages de livres et ceux de DVD et de CD. Il est donc facilement repérable. D'autres espaces de lecture existent, mais ils sont plus difficilement identifiables comme tels.

### C - Un besoin d'accompagnement et de médiation

**La deuxième attente qui revient le plus souvent est que la médiathèque soit « un lieu où on est aidé dans ses choix et dans ses recherches ».** Cette proposition faisait l'effet d'une évidence pour les personnes qui y souscrivaient lors du remplissage du questionnaire par oral. Cette indication est confortée par la récurrence des réponses concernant le fait de « ne pas savoir quoi lire, voir ou écouter » et les témoignages d'abandon, ou de besoin d'accompagnement : « J'aime bien être accompagnée, car c'est vrai, je ne sais pas forcément quoi prendre pour lire. »

La difficulté de choisir des livres, de la musique, des films... peut être mise en relation avec d'autres réponses proches, non proposées dans le questionnaire : le sentiment d'être « perdu dans les rayonnages », le « besoin d'un accompagnement », et les commentaires libres : besoin de conseils, de recommandation, le besoin de recourir aux présentoirs de nouveautés, de livres recommandés par l'équipe et de coups de cœur des lecteurs...

Les usagers expriment dans les remarques libres l'excellence de leurs relations avec le personnel. Ils sentent le personnel disponible « même si ils sont occupés : vous pouvez attendre quelques secondes et on va vous regarder en disant "*je suis à vous tout de suite*" ».

Cependant une partie de la population est réticente à déranger le personnel.

Le besoin d'accompagnement est largement développé dans les commentaires libres du questionnaire, en particulier par d'anciens inscrits et par des visiteurs, qui en font l'une des raisons pour lesquelles elles ne s'inscrivent pas, ou plus : « J'aimerais bien qu'on me montre où sont mes livres, je suis un peu perdue quand je cherche, tout est mélangé. A la fin je venais plus, et je me suis abonnée à France Loisirs. »

Voici quelques commentaires éloquentes de visiteurs :

« Je ne sais pas quoi chercher, je ne sais pas comment chercher, j'ai besoin d'être orientée comme dans une librairie, j'ai besoin de voir les livres avant de savoir quoi demander, il faut que quelque chose m'attire et me donne des idées... du coup je ne prends rien et je ne me suis pas inscrite. »

« On ne sait pas quoi choisir... Les gens ne savent pas forcément quoi prendre. C'est pas simple de choisir, on n'a pas forcément une culture littéraire ou culturelle. Les bouquins sont un peu ceux dont on parle partout, tout ce qui existe est tellement incroyable mais il faut du temps et de l'énergie pour voir ce qui existe et ce n'est pas si simple que ça. »

« Je ne vais pas spontanément vers les personnes de la médiathèque, ils ne viennent pas non plus vers moi, ils sont derrière les bureaux, font des opérations techniques, on ne sait pas si on peut les déranger. Du coup je reste dans mon coin et je me débrouille tout seul. »

« Il n'y a que dans les livres et dans les films que je ne m'y retrouve pas car je n'ai pas la capacité de m'y retrouver là dedans, et ne saurais pas exprimer ce que je veux. J'aurais besoin que tout soit étalé ou plus visible pour choisir... ou avoir le conseil. Mais j'ai peur d'accaparer longtemps le personnel. On n'ose pas forcément faire appel, on imagine qu'ils ont autre chose à faire et du coup je ne m'inscris pas. J'ai besoin de bienveillance sur mes choix comme chez un libraire. »

D'anciens inscrits jugent le rayonnage « difficile », y compris physiquement : « la dernière fois que j'ai voulu prendre un livre, j'ai passé une demi-heure à le chercher la tête de travers... donc je ne suis pas revenue. »

Des outils de médiation et de valorisation des contenus existent à la médiathèque. L'espace de présentation des coups de coeur et des nouveautés situé près de l'entrée, contre une cloison, est cité par plusieurs personnes, dont une en entretien : « J'aime bien, quand on arrive, les « nouveautés » et « coups de coeur »... parfois je les ai déjà lus, mais parfois je me dis « tiens si quelqu'un a aimé ça, je vais essayer ». Ça influe sur mon choix. Et après, si on aime bien tel auteur, on va pouvoir continuer, approfondir. » Cette personne aborde les rayonnages « au feeling », se laisse guider par ce que lui inspirent les mots employés dans la signalétique, les thématiques, les auteurs, les couvertures.

Les tables thématiques sont appréciées, un ancien fréquentant estime qu'elles devraient être développées. Par ailleurs, nombreux sont les inscrits et anciens fréquentants qui déplorent le manque de romans étrangers, de romans de science-fiction, de policiers, de romans du terroir... alors qu'ils figurent en bon nombre dans les rayons. Cet aspect révèle peut-être une question de manque de visibilité et de communication.

En définitive, plusieurs personnes soulignent que la médiathèque doit surtout être un « lieu de découverte et d'accompagnement ».

### **L'expression d'un besoin de lien et de relation humaine**

D'autres usagers regrettent le manque de relations humaines dans la médiathèque : « C'est le « fast-food » du livre. Donc : je viens, j'emprunte mon livre, et je repars. C'est pour moi le contraire d'une médiathèque. Ça manque d'endroits où on peut se poser, où on peut communiquer... Le média, c'est tout type de communication, et c'est ça qui manque... ».

Cette impression est peut-être accentuée par les modalités pratiques d'emprunt et de retours, qui se font de façon autonome par les usagers avec des automates, sans que cette opération requière l'intervention des agents, sauf en cas de dysfonctionnement ou de demande particulière.

Dans la même idée, une visiteuse explique : « C'est commun à l'ensemble des médiathèques, c'est des beaux lieux mais ça manque d'interfaces humaines. On dépose, on prend... on est consommateurs... ça manque d'interlocuteurs, d'échanges, de discussion avec les personnels, c'est aseptisé. »

La médiathèque peut par ailleurs être perçue comme un lieu intimidant, en particulier pour les non-fréquentants : « Aller seule à la médiathèque ne me dit rien, il faudrait que je connaisse quelqu'un qui m'y amène ». Certaines personnes ne se sentent pas concernées par l'équipement : « La médiathèque, c'est que pour les gens de la ville, je vois pas l'intérêt », « C'est fait que pour les gens qui savent comment faire ». Dans le même sentiment que l'endroit n'est pas fait pour lui, un visiteur ajoute : « Il manque cette différence dans l'accueil qui s'adresserait à la majorité et non seulement à une minorité qui a le temps ou qui sait comment utiliser les lieux. »

### **Usages des technologies de l'information et de la communication**

Ce besoin d'accompagnement s'exprime aussi à travers la question de l'usage des technologies de l'information et de la communication.

Ainsi la demande, de « stages informatiques », de « formations en informatique », « sur les tablettes », est conséquente, et est également visible à travers les réponses à la question 15, selon lesquelles une médiathèque devrait être un lieu « où on apprend à se servir des outils informatiques et numériques » (plus de 200 réponses).

Durant les entretiens, nombreux sont ceux qui disent avoir le « réflexe Internet » pour chercher de l'information, plutôt que « dans les livres de la médiathèque » : « C'est le côté pratique, c'est à la maison ».

Si la grande majorité des personnes s'en tiennent là, certaines évoquent leurs difficultés lors de leur recherches. Une ancienne inscrite dit en entretien : « on est vite piégé dans la recherche de documentation sur Internet, vous allez sur un site, vous allez sur un autre, et vous passez du temps, on ne se rend pas compte, alors... ça reste de la lecture, quelque part, mais c'est de la lecture papillon, on saute d'un truc à l'autre. » Elle ressent un besoin d'accompagnement, « d'un apprentissage, d'un encadrement ». Ce témoignage peut être mis en relation avec le nombre de personnes pour qui la médiathèque devrait être un lieu « où on nous aide à chercher tout type d'information » (près de 330 réponses).

Liés à cette idée, quelques commentaires évoquent le besoin des étudiants qui n'habitent pas sur

Rennes : il leur faudrait « des ordis, un accès internet, des modes de recherche, un lieu avec des cours et de la formation en ligne ou des informations sur les formations pour les jeunes ». Cette idée correspond à une préoccupation actuelle de l'équipe, et est abordée par le projet du Service Enfance Jeunesse de la commune : il est envisagé de déplacer la ressource du Point Information Jeunesse qui se trouve actuellement au Centre d'Accueil Permanent des 14-17 ans, et de l'installer à la médiathèque, avec un écran dédié à l'espace et un accueil par un animateur jeunesse.

Le graphique 3 semble par ailleurs indiquer une méconnaissance de certains services, comme la vidéo à la demande (VOD), l'écoute de musique sur place et la page Facebook. Cette indication peut être le signe d'un manque de visibilité de ces ressources dans l'espace physique de la médiathèque, ou d'un manque de communication.

#### **D - Les horaires en question**

Les réponses à la question « Quels jours et à quelles heures souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ? » permettent de dégager plusieurs constats (graphique 5) :

Les horaires actuels d'ouverture semblent pertinents au regard des principales pages horaires recueillant plus de 60 réponses. Il n'y a pas de créneau désavoué.

Le traitement des réponses étant calqué sur des heures pleines, l'interprétation des résultats pour la demi-heure d'ouverture 18h30-19h00 est rendue plus délicate. Un décrochage du nombre de réponses existe à partir de 18h mais le niveau reste élevé sur la tranche 18h-19h, et les commentaires libres sont nombreux à plaider en faveur d'une ouverture prolongée en début de soirée : 19h, voire 20h dans une moindre mesure, du mardi au vendredi. Une inscrite insiste : « Je trouve que la bibliothèque ferme trop tôt .Il serait très agréable de pouvoir y venir après le travail mais en fermant à 18H30 cela est impossible. Une bibliothèque ne devrait pas fermer avant 20h. »

Les réponses « Autres » proposent, en majorité, des nocturnes ponctuelles : « pour jouer », « plus tard en été ».

L'ouverture le matin a intéressé près de 40 personnes pour chaque jour non ouvert de la semaine (lundi, mardi, jeudi, vendredi). Il est souhaité en particulier par des assistantes maternelles, des parents d'enfants en bas âge, et des personnes préférant bénéficier de la tranquillité du lieu aux moments de faible affluence.

L'ouverture le midi est peu demandée, en dehors de la journée continue du samedi, souhaitée par près de 60 personnes.

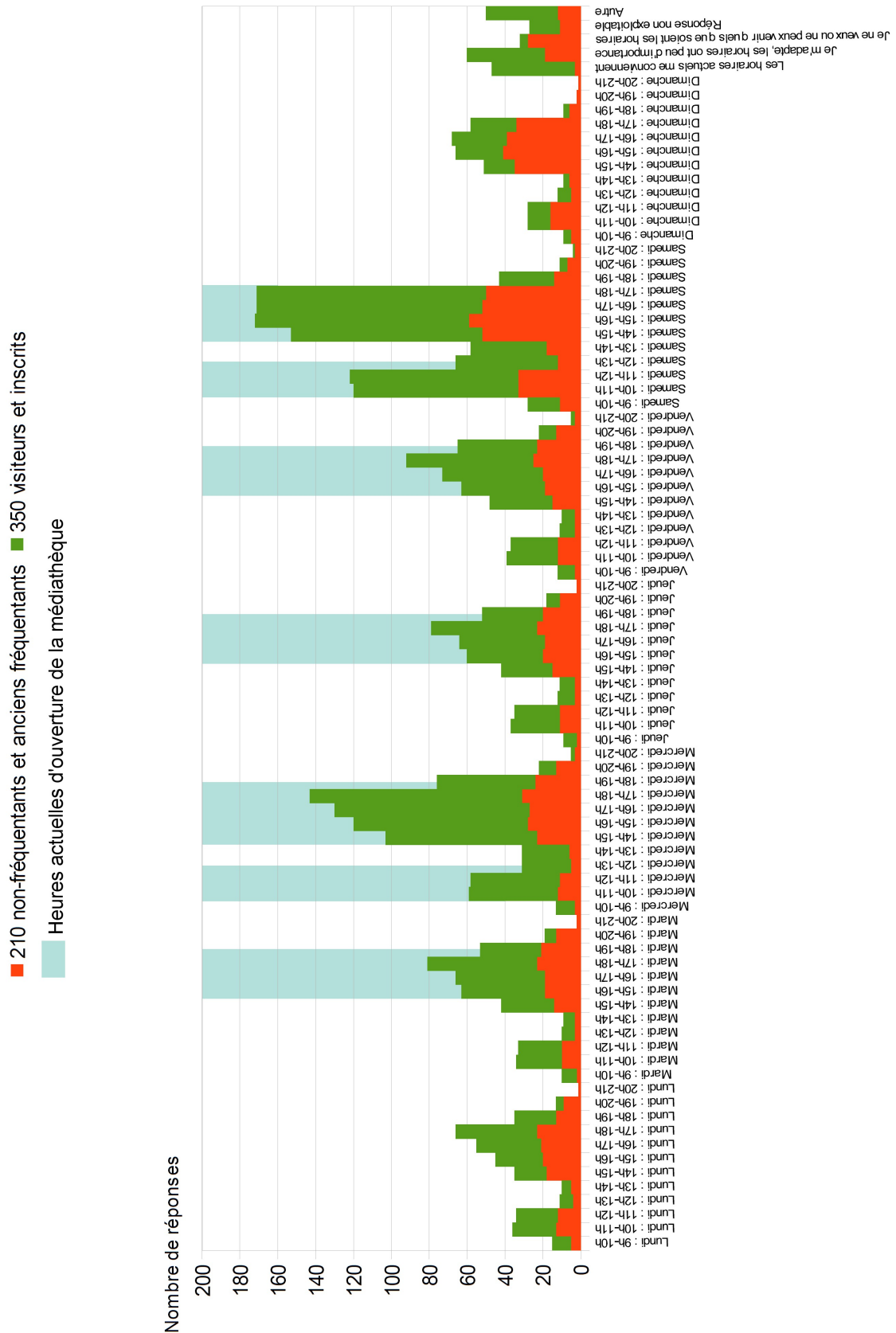
Le dimanche, et dans une moindre mesure le lundi font l'objet de demandes d'ouvertures supplémentaires. Le dimanche après-midi, de 14h à 18h, est souhaité par plus de 50 personnes interrogées, avec un pic à 70 personnes de 15h à 17h. Le dimanche matin recueille moins de 30 réponses. Le lundi après-midi est également choisi par 35 à 65 personnes de 14h à 19h, avec un maximum de réponses de 17h à 18h. Le lundi matin recueille autour de 34 demandes.

Ces résultats présentés par le graphique sont à nuancer, car ils ne reflètent qu'en partie les souhaits que peuvent exprimer réellement les usagers. En effet les personnes ayant répondu oralement à l'enquête assortissaient leurs choix de commentaires qui peuvent influencer sur l'interprétation des chiffres : ainsi, les personnes interrogées ont fréquemment exprimé leur gêne quant à l'ouverture de la médiathèque le dimanche, précisant qu'ils n'y étaient personnellement pas favorables, mais que si cela se présentait, cela représenterait une bonne opportunité d'activité familiale, et qu'ils viendraient volontiers. Au final, ces personnes demandaient de ne pas cocher le dimanche. A l'inverse, plusieurs commerçants ayant choisi le lundi, seul moment « libre » de leur semaine, se sont empressés d'ajouter qu'ils ne viendraient probablement pas, car il seraient accaparés par d'autres activités.

La distinction entre les demandes des fréquentants et des non-fréquentants révèle que ces derniers sont largement majoritaires dans la demande d'ouverture le dimanche après-midi. Ce créneau se place, pour ce public, en deuxième position derrière le samedi, et largement devant les autres jours de la semaine.

Dans les commentaires et les entretiens, le dimanche apparaît comme une opportunité « pour les enfants », « car le dimanche on ne fait rien », et pour les gens qui travaillent : « Je ne peux m'y rendre que durant mes congés. Il est très frustrant d'avoir un si bel équipement sans pouvoir en profiter plus. »

En résumé, les demandes les plus nettes en termes d'ouverture sont le dimanche après-midi – notamment par les non-fréquentants, et un peu plus tard en soirée (jusqu'à 19h). Une demande plus modérée existe pour l'ouverture le lundi, le matin, et pour une journée continue le samedi.



Graphique 5 – Réponses à la question « Quels jours et à quelle heure souhaiteriez-vous venir à la médiathèque ? »

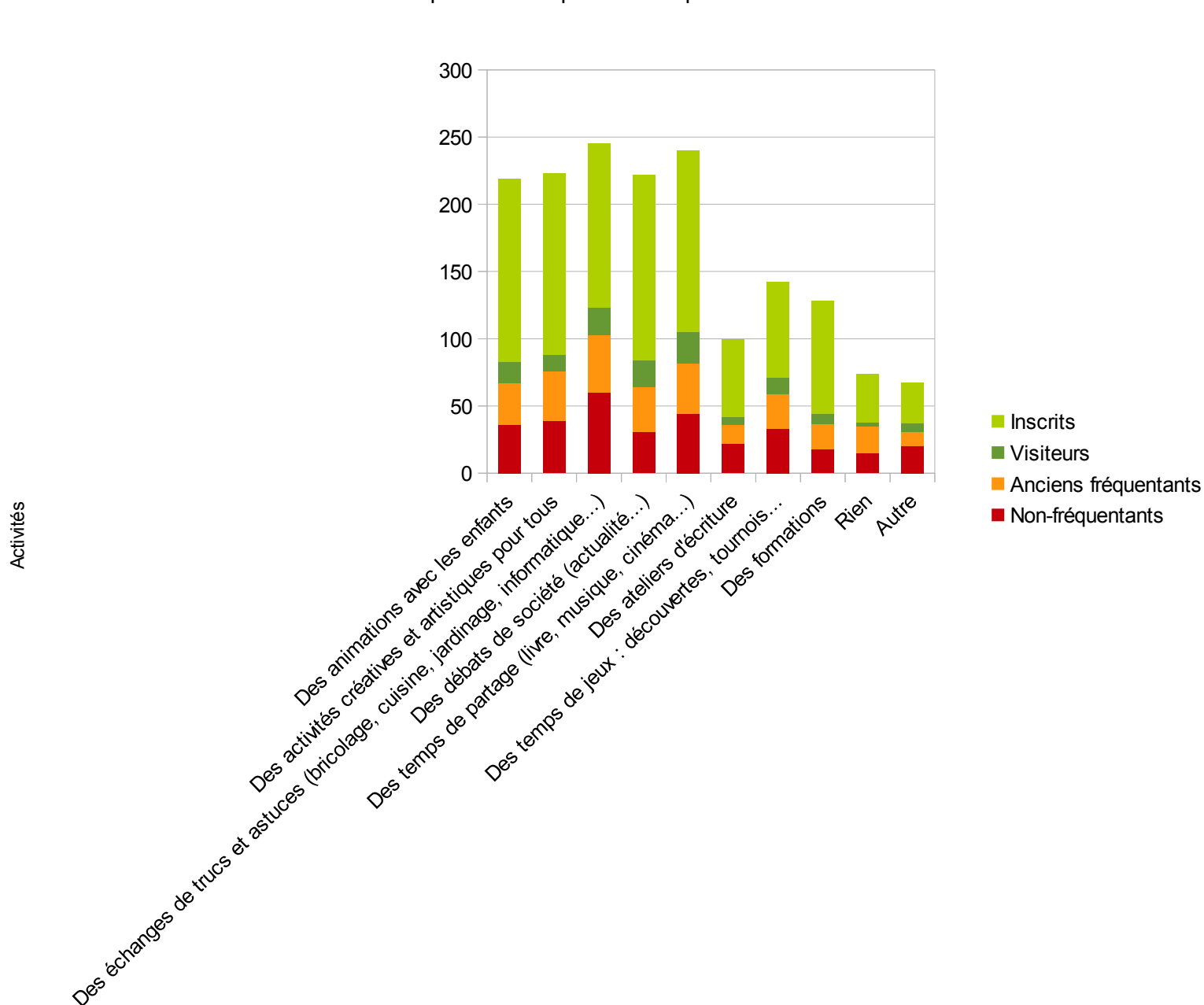
### 3 - Partager, faire ensemble, s'impliquer...

Les réponses à la question « A quelles activités souhaiteriez-vous venir » permettent de préciser les pistes possibles de participation du public (graphique 6). Elles peuvent être mise en relation avec les propositions issues de la question sur la conception de la médiathèque (graphique 4). Dans les contacts à l'oral, quand les autres idées recevaient un accueil plus consensuel, deux propositions suscitaient une réaction tranchée (une adhésion spontanée ou un rejet) :

- un lieu où on peut (ou non) jouer,
- un lieu où on peut (ou non) participer et s'impliquer.

Graphique 6 - Réponses à la question "A quelles activités souhaiteriez-vous venir ?"

Réponses multiples de 560 personnes



## **A - Passer du virtuel au pratique, du média au relationnel**

**Les activités pratiques et les moments de partage semblent susciter le plus d'intérêt de la part des publics**, que ce soit dans les entretiens comme dans les réponses au questionnaire. Les réponses à la question « A quelles activités souhaiteriez-vous venir ? », placent en tête les deux propositions « Des échanges de trucs et astuces (bricolage, cuisine, jardinage, informatique...) » et « Des temps de partage (livre, musique, cinéma...) », avec chacune plus de 240 réponses. Arrivent ensuite « Des activités créatives et artistiques pour tous », « Des animations avec les enfants », « Des débats de société », « Des temps de jeux : découvertes, tournois... ». La proportion de non-fréquentants est plus importante dans les propositions concernant les échanges de trucs et astuces et les temps de jeux. Ces activités peuvent constituer des pistes possibles pour faire venir de nouveaux publics.

Une personne interrogée en entretien, et qui ne fréquente pas la médiathèque (« je n'ai pas été élevé comme ça »), fait part de son goût pour l'accompagnement de la lecture d'histoires à ses petits enfants, le soir. Plusieurs commentaires évoquent également l'intérêt pour les thématiques de la lecture entre parents et enfants, qui pourrait constituer une piste d'activité transgénérationnelle.

Si la question de l'opportunité des jeux dans le cadre d'une médiathèque ne fait pas l'unanimité, plusieurs personnes demandent la création d'un espace de jeux en prêt, de soirées de jeux, éventuellement en partenariat. Certaines personnes font référence à un lien qui pourrait se faire entre la médiathèque et une future ludothèque, en projet sur la commune.

### **Partage de savoirs et de savoir-faire**

Une ancienne inscrite voit dans le partage de savoir-faire un bon moyen de faire venir de nouveaux publics, et une alternative au manque de relations entre les gens : « On est dans une époque où on peut tout apprendre partout, et en même temps où il n'y a plus d'échange au niveau personnel. Donc à un moment il faut que les gens se rencontrent. Ils ne peuvent pas se rencontrer si il n'y a pas des échanges de savoirs faire. Parce que c'est pas en lisant une notice ou une recette qu'on peut dire je sais faire de la bonne cuisine ou quoi. (...) Parce que c'est une question de pratique, de texture, d'odeur, ça cuit... y'a plein de trucs. (...) C'est là qu'ils pourraient aller à la médiathèque. Pour faire des choses. »

Une autre personne, également ancienne inscrite, évoque le lien social que créent les jardins familiaux, et avance l'idée que des retraités pourraient faire partager leur savoir dans le domaine du potager, de la couture, du bricolage, ou dans le cadre d'ateliers d'informatique dans lesquels un bénévole pourrait conseiller les autres participants sur des problèmes techniques.

Sans être clairement citée, la notion de bien commun apparaît dans les entretiens comme piste de réflexion possible autour de laquelle faire des propositions d'actions, à l'image d'initiatives qui peuvent se monter dans des centres sociaux : prêt de matériel, bourses d'échanges (de livres, de disques...), atelier de réparation pour « redonner une seconde vie aux choses ». Le fait que la médiathèque pourrait promouvoir des livres apportés par des personnes inscrites ou non à la médiathèque est aussi souhaité : « Pouvoir proposer des bouquins... qu'il n'y ait pas que les achats de la médiathèque... », « il peut y avoir des séances d'échanges entre lecteurs qui ont aimé des livres et veulent en faire profiter les autres, et des échanges de livres entre personnes ».

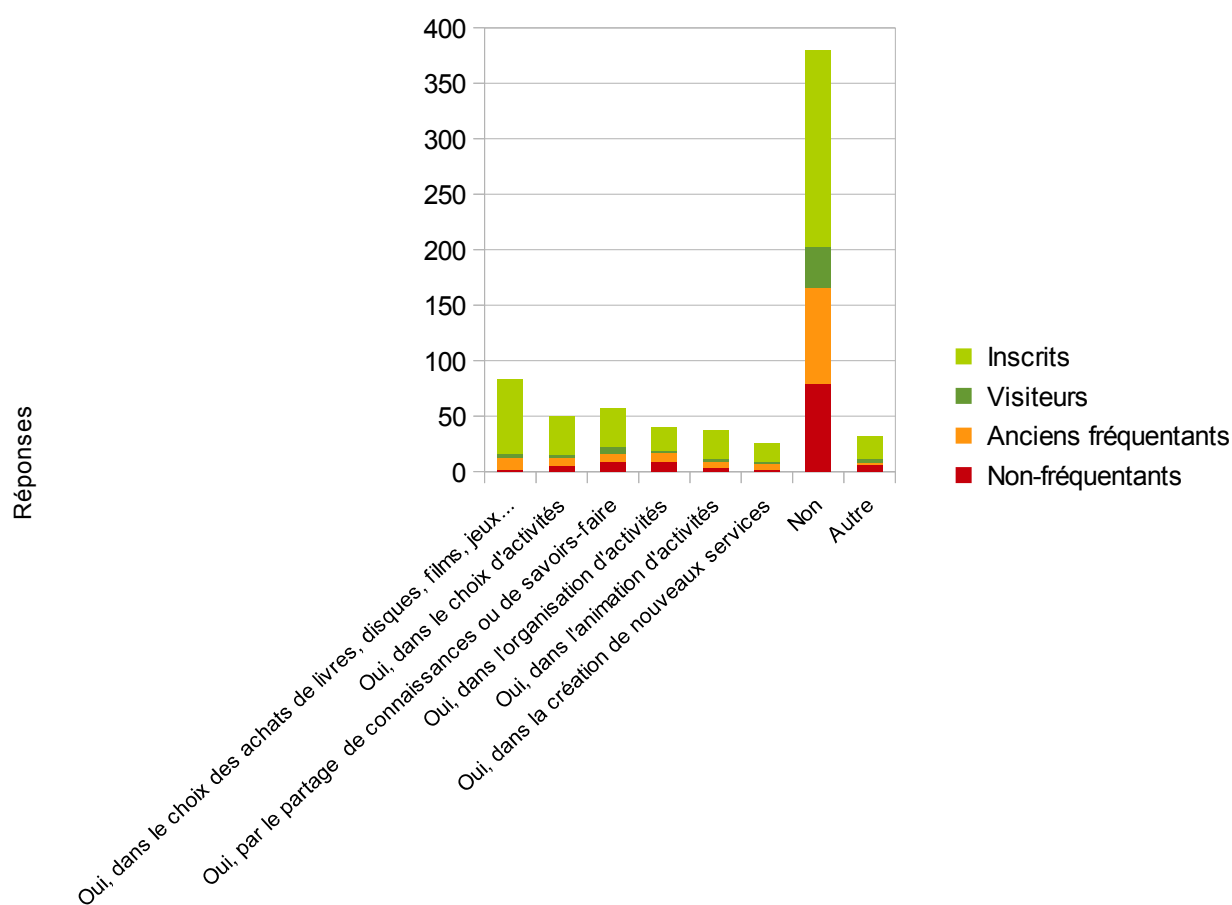
Une autre piste est évoquée dans un entretien, et dans deux commentaires : l'échange interculturel. « Il y a une méconnaissance des autres cultures », dit une ancienne inscrite. Il s'agit pour elle de « sortir des stéréotypes et des lieux communs, des choses qu'on entend partout », de s'intéresser « à la source des connaissances », aux aspects historiques. Un commentaire fait également part du souhait d'une personne de partager sa culture, notamment culinaire, et d'échanger avec celle d'autres personnes. Elle imagine des ateliers de cuisine « dans un esprit de rencontre et d'échange (...) entre des personnes de différents pays qui montrent (...) leurs recettes et savoirs faire. » Par ailleurs, quelques personnes évoquent leur attrait pour l'apprentissage de langues.

Une personne en entretien imagine « un endroit où tout ce qu'on apprend on peut le faire ». Pour elle, il est essentiel de « matérialiser les choses » : « du virtuel je passe au pratique ». La transmission de savoirs et de savoirs faire, la communication entre les gens sur ce qu'ils lisent, écoutent ou regardent est perçue par cette personne comme étant un média à part entière, dont la médiathèque pourrait se saisir.



## B - S'impliquer ou ne pas s'impliquer...

Graphique 7 - Réponses à la question "Souhaiteriez-vous vous impliquer ?"



Les réponses concernant la volonté d'implication du public dans les activités de la médiathèque ne permettent pas de confirmer clairement l'existence d'un terrain propice à une dynamique participative massive et spontanée, mais dessinent des tendances que les publics pourraient suivre si elles étaient proposées, suscitées, accompagnées, et des pistes permettant de concerner d'autres personnes que celles qui fréquentent déjà l'équipement (graphique 7).

**Les réponses à la question « Souhaiteriez-vous vous impliquer ? » sont très majoritairement négatives (380 réponses négatives sur 560, soit 68%). Cela signifie aussi que 32% des personnes interrogées souhaiteraient s'impliquer.** Deux propositions retiennent plus particulièrement l'attention :

- celle qui suggère une participation « dans le choix des achats de livres, disques, films, jeux... », principalement choisie par les personnes inscrites à la médiathèque. Ces personnes peuvent déjà y contribuer par le cahier de suggestions. Une réflexion serait à conduire sur les modalités et la visibilité de ce service.
- celle qui suggère une participation « par le partage de connaissances ou de savoir-faire », davantage optée par les non-fréquentants que les autres propositions.

La cuisine, le jardinage, les activités manuelles, la chasse... sont des loisirs que pratiquent les personnes vues en entretien. Si certaines d'entre elles s'imaginent participer à des échanges de savoirs, d'autres ne l'envisagent pas, préférant rester cantonnés à une pratique personnelle ou familiale. Certaines personnes sont rétives à l'idée d'implication et aux responsabilités qui peuvent en découler, ou ne se sentent pas suffisamment en confiance pour agir dans un cadre « institutionnel ».

Par ailleurs, l'implication est surtout perçue comme possible une fois venu le moment de la retraite.

## Faire avec les publics, les dynamiques participatives

Les commentaires évoquent un ensemble de domaines dans lesquels les publics pourraient s'impliquer : le partage de savoirs et de savoirs faire : la cuisine, l'informatique (traitement de texte...), le bricolage, l'histoire, la photographie... La plupart des propositions semble s'inscrire dans une démarche d'implication ponctuelle, mais certaines d'entre elles peuvent déboucher sur un contenu plus structuré : ainsi, une personne propose de créer un café associatif « pour échanger sur la cuisine, les cultures, les voyages, partager les contacts, les savoir-faire, les langues... » Une autre personne, prônant un fablab, souhaite « que chacun amène ses compétences dans tous les domaines. »

Quelques personnes souhaitent s'inscrire dans un bénévolat du quotidien : ainsi, deux personnes se verraient bien participer aux tâches courantes comme le rangement, la couverture ou l'étiquetage des documents. Une ancienne bénévole souhaiterait « aider, donner un coup de main par exemple dans l'accueil des gens et la convivialité. » Cette proposition fait écho aux commentaires laissés par une autre personne, ancienne inscrite : « par rapport à d'autres médiathèques où il y a des bénévoles, le côté professionnel fait un peu peur à certains et fait moins « grande famille », empêche certaines dynamiques de proximité, de proche à proche, et finalement les gens peuvent plus se sentir à l'aise, d'égal à égal que vis-à-vis de professionnels. » Ces propos font écho à la nostalgie d'un fonctionnement révolu de la médiathèque, qui ne serait pas possible de remettre en place aujourd'hui. D'autres modes de participation seraient à inventer afin de favoriser les dynamiques de proximité recherchées.

D'autres initiatives pourraient voir le jour autour des pratiques de lecture. Deux personnes proposent leur aide dans le cadre d'opérations de lutte contre l'illettrisme. Deux autres personnes se verraient bien lire des histoires ou des contes aux enfants.

Les souhaits des usagers concernant leur participation au choix des documents est relayé dans les commentaires par l'évocation à plusieurs reprises de la nécessité de prendre davantage en compte les remarques des lecteurs et leurs suggestions d'achat, voire d'accepter de diffuser les livres qui ne viennent pas de la médiathèque, mais des lecteurs eux-même. Il s'agit de « développer les suggestions d'acquisition » et leur suivi. La gestion des suggestions implique un choix qui ne permet pas une répercussion systématique des demandes des lecteurs sur les achats. Cependant favoriser une meilleure visibilité des livres choisis par les usagers est possible.

Il s'agirait aussi de développer la prescription par les lecteurs, notamment en ligne : « ce serait bien de pouvoir mettre des commentaires en ligne et noter les livres de façon à voir ce que les autres ont aimé ou pas, pour se donner des idées de lecture. »

## C - Un défaut d'identification de la médiathèque ?

L'ignorance de certaines personnes non fréquentantes de l'existence de la médiathèque est soulignée par un habitant de Betton qui conseille de faire « plus de pub dans les endroits où passent les gens ». Une autre personne regrette ne pas avoir eu cette information à la Mairie.

Au delà de la communication de la médiathèque, **le fait d'aller au-devant des publics semble être un élément important à prendre en compte.** Ainsi, les initiatives hors-les-murs de la médiathèque sont appréciées, comme par exemple le dépôt de livres à l'Épicerie Sociale, ou le kiosque sur la place du marché, où les passants peuvent prendre ou laisser des livres librement.

Cependant cette présence de la médiathèque hors-les-murs est peu identifiée comme telle, et serait, selon certains commentaires entendus durant l'enquête, à développer. Une personne en entretien conseille ainsi d'installer plus de kiosques à livres à Betton, en particulier sur les terrains de sports, fréquentés par les plus jeunes et les sportifs.

## **En résumé**

- **La médiathèque est vue prioritairement comme un lieu social d'échange et de partage, lieu convivial de faire ensemble et de relationnel autant que carrefour culturel. Les usages y sont diversifiés, avec le corollaire que sont les conflits d'usages.**
- **Les besoins d'accompagnement et de médiation, de relations humaines, d'échange, sont clairement exprimés par les publics.**
- **La principale demande en terme d'élargissement des horaires d'ouverture concerne le dimanche après-midi.**

**L'implication intéresse près d'un tiers des personnes interrogées. Elles envisagent une participation sur un rythme mensuel ou de façon ponctuelle, prioritairement sur des questions de choix des contenus, et de partage de connaissances ou de savoir-faire.**



## II - Préconisations

Les pistes d'actions qui peuvent s'inspirer des réponses à l'enquête ne manquent pas. Elles abordent de nombreux sujets et adoptent des formes des plus simples aux plus ambitieuses. Celles qui suivent découlent du croisement entre les propositions des usagers, la prise en compte du contexte local et les approches et possibilités de la structure.

Trois axes peuvent être privilégiés. Dans chacun de ces axes, nous explorerons plus précisément une idée.

**- Le premier axe initie une démarche d'approche et d'accompagnement de nouveaux publics à la médiathèque. Nous aborderons en particulier la mise en place d'un dispositif de passerelle numérique.**

**- Le second axe vise l'amélioration de l'accès à la ressource par l'élargissement de l'amplitude horaire d'ouverture de l'équipement et une meilleure identification des services. Un scénario d'ouverture le dimanche sera envisagé.**

**- Le troisième axe explore la dimension participative par le développement d'activités d'échange de pratiques et de savoir-faire. Nous développerons l'idée d'un événement basé sur la rencontre et le troc.**

### 1 – Favoriser la venue de nouveaux publics par des dispositifs passerelles

Le besoin d'accompagnement des personnes vers ou dans la médiathèque, exprimé dans les réponses à l'enquête, et l'objectif d'attirer de nouveaux publics plaident pour une réflexion sur la médiation autour des codes, des normes implicites, du fonctionnement du lieu, de son statut de service public municipal. Des dispositifs passerelles entre les publics et l'institution peuvent être développés. Il s'agit d'aller au-devant des publics en leur donnant envie de fréquenter les lieux, tout en leur proposant des pistes de compréhension de ceux-ci. Ces passerelles peuvent revêtir plusieurs formes complémentaires pouvant se mettre en place conjointement ou progressivement. Après l'évocation d'une démarche de parrainage par des tiers, nous aborderons de façon plus approfondie la mise en place d'une passerelle reposant sur le rapprochement des supports matériels et des outils numériques.

#### A - Favoriser le parrainage d'usagers par des tiers

##### Objectifs :

- Favoriser l'implication d'usagers
- Favoriser la rencontre et le lien social, lutter contre l'isolement des personnes
- Permettre la découverte de la médiathèque par de nouveaux publics
- Permettre à d'autres personnes que les agents de parler de la médiathèque

Un appel pourra être fait à toute personne volontaire pour devenir « parrain » ou « marraine » de la médiathèque, dont le rôle pourrait être de sensibiliser son entourage aux services de la médiathèque, d'être relais de communication dans les lieux de vie et les commerces de la ville, d'accompagner, par cooptation, des personnes qui ne souhaitent pas venir seules, voire d'emprunter des documents en leur nom.

Ces personnes seraient potentiellement moins intimidantes que les professionnels pour approcher certains publics qui ne sont pas inscrits ou qui ne viennent jamais à la médiathèque. Cette dimension d'accompagnement personnalisé, de relation de confiance à installer, parfois sur un temps long qui un relationnel extérieur à la structure, peut être déterminante pour des publics qui ne viendraient pas spontanément vers la médiathèque ou qui en ont une représentation qui ne correspond pas à leur environnement ou leur milieu.

Ces personnes pourraient recevoir un accompagnement formatif leur permettant de préciser leurs connaissances de la structure et de se présenter au nom de celle-ci. Dans un deuxième temps peuvent être imaginés, en lien avec ces « parrains » et « marraines », des services plus élaborés. Des rencontres à domicile avec portage de documents en seraient un exemple.

Cette démarche au long cours nécessite un accompagnement des professionnels par des échanges individualisés et récurrents avec les « parrains » et « marraines ». Ces échanges peuvent être plus ou moins formalisés en fonction des personnes, et permettre le développement progressif d'une dynamique relationnelle parfois fragile entre les « parrains », les « parrainés » et l'institution.

Ces relations peuvent être encouragées par des éléments de reconnaissance des accompagnateurs – un événement convivial en fin d'année par exemple – ou par une aide plus directe au parrainé, comme une mise en relation avec le CCAS pour l'obtention de la carte « Sortir ».

## **B – Passerelles matérielles et numériques**

### **Objectifs :**

- **Donner envie de lire, voir, écouter ou susciter la curiosité pour un contenu**
- **Rendre la médiathèque plus visible dans les lieux de passage des habitants**
- **Renforcer les fonctions de prescription et de médiation des bibliothécaires**
- **Utiliser des outils numériques de communication**
- **Expérimenter de nouveaux modes de transmission et de partage**
- **Rapprocher les pratiques numériques et les supports physiques**
- **Renforcer le lien entre la Boîte à livres et la médiathèque**

Il s'agit de multiplier les occasions pour les habitants de découvrir des contenus et services de la médiathèque, par des moyens simples et instantanés comme des liens vers des propositions de la médiathèque, via des QRcode<sup>5</sup> apposés sur des panneaux et des supports comme le livre.

La « Boîte à livres » sur la place du marché est un lieu de dépôt de livres issus du don et du désherbage, renouvelé deux fois par semaine. Il en existe un autre, non renouvelé, à l'Épicerie sociale.

Des affiches ou panneaux plastifiés peuvent être installés sur ces lieux de dépôt et à d'autres endroits de passage : halls d'immeubles HLM en partenariat avec les bailleurs sociaux, PAE... Ils proposeraient des QRcode renvoyant à des sélections thématiques et plurimédias - (livres, musiques, films) sur des pages dédiées sur le site internet de la médiathèque de Betton. Ces sélections seraient courtes (pas plus de cinq références), tournées vers les nouveautés d'accès grand public, et seraient associées à une invitation à venir à la médiathèque. En nombre restreint (fixons-le à 3) les sélections seraient présentées sous la forme générique de trois « pochettes surprise » correspondant à trois pages accessibles sur le site internet de la médiathèque. Les sélections peuvent arborer des titres attrayants et spontanés, qui peuvent changer avec le temps, comme : « Univers fantastiques » ; « Il va y avoir du sport ! » ; « Quelque part dans le monde » ; « Suspense et action » ; « Chanter avec les petits » ; « Dans mon jardin » ; « Bon appétit ! »... Chaque page présenterait cinq références (par exemple un film, un roman, une BD, un documentaire et un CD) avec le titre, le visuel de couverture, deux lignes de présentation, et le lien vers la notice sur le catalogue. Des liens de partage sur les réseaux sociaux seraient également à prévoir.

Un QRcode peut aussi renvoyer à la programmation du moment, ou à une page décrivant de façon concise ce qu'est la médiathèque – un service public de la Mairie, ce qu'elle propose, et les informations pratiques – horaires, adresse, contact. Un QRcode peut aussi renvoyer à la Newsletter de la médiathèque. Celle-ci est actuellement un fichier adressé aux usagers par mail, il est prévu de la transformer en une page web consultable sur le site et sur abonnement.

Enfin, il est possible de prévoir l'emprunt des documents sous forme groupée, à la manière d'une « box » ou d'un « pack ».

Le principe du *book crossing* ou des livres voyageurs, appliqué de façon régulière, locale et identifiée, peut être une piste intéressante permettant à la fois de diffuser, de véhiculer ces QRcodes et de susciter la curiosité et l'échange. Des livres peuvent être déposés à l'unité dans les commerces (PMU, boulangeries, coiffeurs, salles d'attente des médecins...), à des endroits de passage et d'attente, ainsi que

<sup>5</sup> Un QRCode (Quick Response Code) est un code barre composé de pixels noirs et blancs ou en couleur. Il sert à accéder à une page web par le biais de la lecture par un smartphone ou une tablette.

dans les lieux associatifs et de solidarité comme l'Epicerie sociale. Les personnes pourraient lire sur place ou prendre le livre, qui afficherait les coordonnées de la médiathèque et une consigne de le transmettre à une autre personne ou de poser ailleurs bien en vue après lecture. Le livre exhiberait les QRcode renvoyant aux sélections sur le site internet et à la page Facebook. Une adresse mail de la médiathèque peut également être proposée pour permettre au lecteur de poster des commentaires sur le livre et le géolocaliser.

### Mise en oeuvre

Ces actions nécessitent du temps de préparation de la part des bibliothécaires, pour :

- réfléchir aux lieux les plus propices pour le dépôt de livres à l'unité, et pour la pose des panneaux et des affiches,
- établir le contact avec les responsables et/ou propriétaires des lieux concernés afin de leur faire une proposition de dépôt ou de pose de panneaux/d'affiches,
- établir les modalités d'intervention des bibliothécaires et les conditions matérielles du service (mobilier à la charge ou non du propriétaire ou responsable des lieux),
- établir un budget de réalisation (graphisme, impression, pose) des panneaux et affiches. Le graphisme peut être pris en charge par le service communication de la Mairie, et la pose par les services techniques. La réalisation par un prestataire privé de dix panneaux rigides de 50x80 cm, en quadrichromie mobiliserait un budget de 480 € environ. Les affiches, destinées à des espaces intérieurs, peuvent être imprimées en interne en format A3 couleur, en fonction des besoins,
- choisir les livres à mettre en circulation pour le bookcrossing, dans le cadre du désherbage ou de la gestion des dons. Le renouvellement de quinze livres par mois peut représenter trois heures de travail pour la sélection et la tournée de dépôt sur les lieux,
- effectuer et renouveler les sélections thématiques et élaborer les pages liées aux QRcodes. Le renouvellement des sélections peut intervenir une fois par mois. A raison de cinq références par thématique et de trois thématiques différentes, cela fait une quinzaine de titres à sélectionner chaque mois et à présenter sur les trois pages dédiées. Ce travail peut demander deux heures à un salarié par mois,
- poser les dix panneaux. Ce travail peut être effectué par les services municipaux,
- prévoir le renouvellement des affiches et la vérification des panneaux,
- évaluer l'action.

Cette action pourrait mobiliser au total un temps de travail d'une moyenne d'une heure par semaine pour le bookcrossing et les pages web reliées aux QRcodes.

### Budget

Le budget annuel de cette action pourrait être le suivant, sur la base d'un fonctionnement sur 40 semaines, de septembre à juin :

<b>Dépenses (€)</b>			
	Coût horaire	Nombre d'heures	Total
Rémunération du temps de travail	22,30	40	892,00
Panneaux			480,00
Affiches			20,00
<b>Total</b>			<b>1392</b>

Le coût de poste est calculé pour un Assistant de Conservation du Patrimoine & Bibliothèque Principal 2<sup>ème</sup> classe, 6<sup>ème</sup> échelon IB 422 – IM 375 : coût horaire = 22.30 € (11.45 € brut/heure + 6.61 € Charges patronales).

Voici deux exemples de ce pourrait donner visuellement un lieu choisi pour le bookcrossing et le lieu de dépôt de livres déjà en place, équipé d'un panneau.



Ci-contre, voici un exemple de contenu sur le site de la médiathèque, auquel pourrait renvoyer un QRcode :

## IMAGIN'ACTION ! Vive les nouveaux héros !



### à voir...

**LES COMBATTANTS** - Film de Thomas Cailley, 2015

Le tranquille Arnaud rencontre Madeleine, attirante et cassante, bloc de muscles tendus et de prophéties catastrophiques. Il ne s'attend à rien ; elle se prépare au pire...



[En prêt à la médiathèque](#)



### à lire...

**DEBOUT-PAYE** - Roman de Gauz, 2014

Ossiri, Ivoirien sans papiers embauché comme vigile de grands magasins à Paris, observe avec humour le fonctionnement des boutiques et le comportement de leur clientèle.



[En prêt à la médiathèque](#)



### à écouter..

**EMAAR** - CD du groupe Tinariwen, 2014

Le groupe Touareg mythique du désert du Mali enregistre en Californie un rock hypnotique aux guitares ensorcelantes.



[En prêt à la médiathèque](#)



### à découvrir...

**PLUS FORT QUE LA HAINE** - BD de Bresson et Follet, 2014

Un jeune travailleur noir de Louisiane est révolté contre les injustices, le Ku Klux Klan, les Blancs qui ont tabassé son père. Doug détourne sa haine et sa violence par la pratique de la boxe.



[En prêt à la médiathèque](#)



### à partager...

**ON N'EST PAS DES SUPERHEROS !** - Album de Delphine Beauvois, 2014

Ce n'est pas parce qu'on est un garçon qu'on aime la bagarre, et qu'on ne peut pas pleurer ou être ému : être soi-même est un combat à ne pas lâcher !



[En prêt à la médiathèque](#)

Retrouvez nos activités, ateliers, spectacles, sur [mediathequebetton.fr](http://mediathequebetton.fr) !  
Renseignements : 02 23 27 41 02 - [mediatheque@betton.fr](mailto:mediatheque@betton.fr)



## Prolongements

Ce projet peut être mis en lien avec deux autres actions envisagées :

- Un projet de cartographie des services et du mobilier urbain de Betton est en cours de réflexion. Il comprend la géolocalisation des services de la ville sur le portail cartographique en accès libre OpenStreetMap. Le kiosque à livres et les panneaux QRcode peuvent faire l'objet d'une signalisation lors du recensement des lieux à valoriser.
- Le projet *BiblioBox* retient en ce moment l'attention de personnels de la médiathèque. Ce projet se présente comme « un dispositif de partage de ressources numériques (livres électroniques, vidéos, musique, logiciels, photos). La *BiblioBox* génère un réseau auquel on se connecte en wifi local – environ 25 mètres de portée - via un smartphone, une tablette ou un ordinateur portable puis on télécharge les contenus disponibles. Ces contenus sont le plus généralement des œuvres appartenant au domaine public ou publiés sous des licences libres comme les *Creative Commons* »<sup>6</sup>. Si cette action de médiation était choisie par la médiathèque, un lien vers une page présentant ce service pourrait être ajouté aux panneaux de QRcodes. Une *BiblioBox* se présente physiquement comme un circuit électronique de 5 cm sur 10 cm. Elle pourrait donc également être intégrée à la boîte à livres, ainsi qu'aux panneaux plastifiés, ce qui rapprocherait encore davantage le dispositif physique du service et des usages numériques. La contrainte technique la plus importante consiste en l'alimentation électrique du dispositif.

Par ailleurs, ce projet peut venir enrichir le dispositif déjà existant « Betton se livre ». Il peut revêtir ses couleurs et son logo, relativement bien connus des habitants en particulier par l'existence de la boîte à livres située sur la place du marché.

## Evaluation

L'évaluation de ce type de dispositif pourrait se faire surtout de manière quantitative (statistiques de fréquentation du site internet ; il est en outre possible de comptabiliser le recours aux QRcodes par le traçage de leurs URL). Plus difficile serait l'estimation de l'impact sur le nombre de visites, de nouvelles inscriptions ou d'emprunts. L'évaluation qualitative peut s'effectuer de manière indirecte, par les retours oraux des publics.

---

<sup>6</sup> Source : *Biblobox.net*

## **2 – Améliorer l'accès à l'équipement et aux ressources**

Les difficultés des publics pour utiliser les services de la médiathèque sont de différents ordres, dont la question du manque de disponibilité aux heures d'ouverture actuelles, et d'autres aspects liés à l'utilisation des lieux. Améliorer l'accès à l'équipement et aux ressources peut passer par une réflexion sur l'accueil et la disposition des espaces, déjà à l'oeuvre au sein de l'équipe, et par une plus grande amplitude horaire, question que nous illustrerons par un scénario d'ouverture le dimanche après-midi.

### **A – L'amélioration de l'identification des personnels et des espaces**

#### **Objectifs :**

- **Etablir la relation avec le public**
- **Favoriser la demande d'aide et de conseil aux personnels**
- **Améliorer le rapport des usagers au lieu, aux services et aux collections**
- **Encourager la participation et l'autonomie des usagers**
- **Développer les opportunités de médiation des contenus**
- **Faciliter la cohabitation des usages**

#### **- L'accueil dans une démarche globale de médiation.**

L'accueil est jugé excellent par bon nombre de commentaires, qui louent la disponibilité des agents de la médiathèque. Cependant l'enquête révèle les difficultés pour un certain nombre de personnes de se retrouver dans les rayonnages, et le fait que beaucoup de visiteurs n'osent pas aller vers les personnels pour demander des renseignements ou être conseillés dans leur choix de documents. Or cette dimension de conseil est l'une des premières attentes des publics selon les réponses observées. Il est possible de réfléchir aux postures et aux méthodologies afin de faciliter les situations relationnelles et la recherche d'équilibre, de justesse dans la prise en compte des personnes qui ne maîtrisent pas les normes implicites du lieu ou qui viennent sans urgence de recherche ni besoin clairement identifié, afin qu'elles se sentent accueillies et si besoin, accompagnées.

Il est également envisageable de s'inspirer d'astuces en vogue dans le commerce pour améliorer la visibilité des espaces et signaler la disponibilité des personnels. Des solutions pratiques peuvent être étudiées afin de faciliter le contact et l'échange entre les agents et les usagers qui attendraient de l'aide ou des renseignements, et permettre aux publics de mieux s'approprier les espaces :

- **Installer une signalétique adéquate au niveau des postes d'accueil existants.**

Il s'agit de permettre une meilleure identification par les visiteurs des postes de renseignements et d'accueil, et de permettre aux agents de mieux repérer les personnes qui souhaiteraient bénéficier de conseils ou de renseignements. La mise en place d'une borne ou d'un pupitre spécialement dédié a également été évoquée, mais il ne paraît pas pertinent de multiplier les lieux d'accueil, qui sont déjà nombreux - ils sont quatre au total, dont un accueil jeunesse au niveau bas, un accueil de l'espace informatique, un accueil inscription/renouvellement et un accueil principal. Cela pourrait être contre-productif et renforcer la conception d'un accueil liée au guichet, c'est à dire l'inverse de l'effet recherché.

- **Attribuer à chaque agent un badge d'identification**

Il s'agit de signaler plus clairement aux visiteurs la disponibilité des bibliothécaires et leur rôle d'accueil et de conseil, et d'inciter les usagers à les solliciter même s'il paraissent occupés par des tâches de rangement ou travaillant face à un écran.

Le badge pourrait contenir les informations suivantes : le prénom de l'agent, le logo de la médiathèque, le pictogramme indiquant aux personnes handicapées la possibilité qu'a le personnel de répondre à leurs besoins, et un message incitatif pouvant être : « Je peux vous conseiller », « Besoin d'aide ? » ou rappelant la dimension de service public : « A votre service ! »

Cette indication permettra au public de visualiser davantage le rôle du bibliothécaire comme accompagnateur et conseiller, et la transversalité de leurs compétences, au-delà des secteurs documentaires dans lesquels ils sont spécialisés.

## – **Mettre en place un espace de suggestions plus visuel et participatif**

Il s'agit de rendre plus accessible la possibilité pour les usagers de proposer des achats de documents, de partager ces propositions. Il s'agirait d'aménager un espace de suggestion visible de tous, qui permette aux usagers de voir aussi ce que proposent les autres, avec des étiquettes de couleurs, des zones « jouer », « voir », « écouter », « imaginer », « découvrir », « s'informer », « fabriquer », « créer ».

L'espace de partage de « coups de cœur » des bibliothécaires et de promotion des nouveautés peut s'ouvrir aux commentaires personnels des usagers sur les livres et sur les autres supports : CD, DVD... Les lecteurs, les amateurs de films ou de musique, pourraient apposer des étiquettes pré-imprimées « j'aime, je partage » sur les supports qu'ils y poseraient, et y noter quelques appréciations. Une tentative du même ordre avait déjà été expérimentée en 2013. Il s'agissait de proposer aux usagers de glisser des marque-pages « J'aime, je partage » dans les rayonnages sur les livres qu'ils avaient aimé, afin d'indiquer leurs coups de cœur aux autres lecteurs de la médiathèque. L'initiative avait séduit, mais serait à repenser dans son fonctionnement.

Par ailleurs, l'espace de partage de coups de cœurs peut être l'occasion d'une communication de la médiathèque sur un retour chiffré de ce qui est acheté sur la base des suggestions, afin de donner la mesure de l'apport collectif au contenu de la collection (actuellement près de 1/5<sup>è</sup> des achats).

Il serait intéressant que le support de ces propositions se distingue du mobilier alentour par une esthétique singulière et originale, qui puisse à la fois attirer le regard, valoriser les contenus, et constituer le symbole de la participation des usagers aux services de la médiathèque. La conception de ce panneau peut par exemple faire l'objet d'un projet de création en arts plastiques en lien avec l'association « Le Festival de l'Ille », qui anime des ateliers d'arts plastiques dans un local tout près de la médiathèque.

Il serait également envisageable, comme le suggère une réponse au questionnaire, d'ouvrir le catalogue aux commentaires des lecteurs, sous réserve que le logiciel Carthame le rende possible et que cette option soit prévue au contrat passé avec Decalog.

## – **Mieux identifier les espaces de lecture**

Plusieurs usagers signalent un manque d'espaces de lecture confortable sur place, en dehors de l'espace de convivialité situé vers le centre de la médiathèque, près des périodiques. Ces espaces existent cependant, en plusieurs endroits dans la zone des livres ados/adultes. Ils sont au nombre de onze. Quatre ensembles chauffeuses-table basse, trois chauffeuses isolées et quatre ensembles table-chaises sont répartis dans l'espace de lecture, au premier étage. Ces espaces se situent selon les cas dans une zone de passage, dans des recoins du rayonnage, près des cloisons, ou en fond de salle, de part et d'autre de l'auditorium. Ces deux derniers espaces avec chauffeuses et table basse sont bordés par les mangas ados/adultes pour l'un, et les ressources d'autoformation en langues pour l'autre. Les remarques des usagers peuvent être le signe d'un déficit de signalisation et de repérage de ces espaces. Le plan des rayonnages peut être revu afin de définir des lieux de lecture davantage identifiés, autrement cloisonnés, et faisant l'objet d'une signalétique claire et attrayante.

Deux espaces distincts peuvent ainsi être imaginés afin de permettre la cohabitation des usages :

– un endroit bénéficiant d'un calme relatif peut être matérialisé et signalé de façon spécifique, tout en étant visuellement cloisonné par des rayonnages, afin qu'il puisse être à la fois facile d'accès et offrir une certaine tranquillité à leurs utilisateurs. Quatre ou cinq fauteuils peuvent occuper l'espace, un éclairage spécifique peut améliorer le confort de lecture, et un poste informatique dédié au travail peut y trouver sa place.

– Un espace plus propice à la lecture partagée et à la convivialité peut être combiné avec l'espace nouveautés/coups de cœur, et être situé à proximité de l'accueil principal, de l'entrée, dans le prolongement de l'espace de lecture des périodiques.

## – **Une meilleure identification d'un espace « vestiaire » et de l'ascenseur.**

Suivant les commentaires de certains publics selon lesquels il n'est pas aisé d'utiliser la médiathèque avec de jeunes enfants, et afin de rendre plus confortable cet usage par tous, il peut être imaginé de :

– Formaliser davantage l'espace d'accueil par un espace « vestiaire » mieux équipé (porte-manteaux)

et invitant à y laisser les poussettes et autre affaires. Délestées, les personnes peuvent profiter du lieu avec un meilleur confort. Un grand panneau signalétique pourra indiquer cet espace, en précisant cependant que celui-ci n'est pas sous la surveillance des bibliothécaires.

– Mieux signaler l'ascenseur, qui est difficilement repérable de l'entrée, par une signalétique claire au-dessus de la porte. Cette modification sera réalisée prochainement dans le cadre de la remise aux normes d'accessibilité du bâtiment.

D'autres aménagements sont envisageables afin de faciliter le choix des documents et la circulation de l'oeil dans les rayonnages (davantage de livres présentés de face, par exemple sur l'étage le plus bas des rayonnages), rendre plus visible l'offre numérique (par la réalisation de pochettes DVD « fantômes » de l'offre VOD) ou musicale (signalisation d'un point d'écoute musicale partagée).

Au final, la question de l'accès aux contenus donne lieu à une réflexion englobant l'accueil des publics, les usages des espaces, l'accompagnement et la formation des usagers à la recherche documentaire, dans une démarche globale de médiation. Certains de ces questionnements font déjà l'objet de pistes de réflexion au sein de l'équipe.

Un second volet peut être davantage développé ici : la question de l'amplitude horaire.

## **B - Une plus grande amplitude horaire**

### **Objectifs :**

- **Favoriser l'attrait de la médiathèque vis à vis de nouveaux publics**
- **Calquer les horaires sur les rythmes de vie des habitants**
- **Permettre l'accès à la médiathèque des publics qui ne peuvent y aller un autre jour**
- **Susciter de nouveaux usages, notamment familiaux**
- **Harmoniser la proposition culturelle du territoire avec les demandes exprimées**

L'augmentation du nombre d'heures d'ouverture de la médiathèque est une question récurrente dans l'actualité, et fait l'objet de débats entre les tenants de l' « ouvrir plus » et ceux de l' « ouvrir mieux ».

Quoi qu'il en soit, cette plus grande ouverture souhaitée par de nombreux usagers ne peut se faire dans des conditions dégradées de service ou d'exercice, et ne peut se passer de la mise à disposition de moyens supplémentaires en termes de ressources humaines.

### **Ouvrir le lundi ou le dimanche ? en soirée ou le matin ?**

Nous avons constaté dans l'analyse des réponses au questionnaire l'importance du nombre des demandes en termes d'ouverture le dimanche, surtout l'après-midi, et en particulier par les publics qui ne fréquentent pas ou plus la médiathèque. Les demandes pour une ouverture le lundi existent également, un peu moins nombreuses, portées en particulier par les professionnels du commerce.

Une autre demande forte consiste en l'ouverture de la médiathèque un peu plus tard en soirée (jusqu'à 19h), option des usagers comme des non-fréquentants. L'ouverture le matin et la journée continue le samedi, sont demandées de façon plus modérée.

L'idéal évoqué par certaines personnes serait l'ouverture continue du lundi au dimanche, sur le modèle d'autres structures aux moyens et objectifs d'un autre ordre. Pour l'heure, il convient plutôt d'étudier l'impact que pourrait avoir un élargissement modéré des horaires d'ouvertures, et d'évoquer deux options reflétant les deux principaux souhaits exprimés dans l'enquête : l'ouverture en soirée avec quelques nocturnes, et l'ouverture le dimanche après-midi.

– **Une ouverture du mardi au vendredi jusqu'à 19h, avec l'éventualité d'une « nocturne » par mois le vendredi soir (21h)** aurait pour effet de porter l'amplitude d'ouverture de la médiathèque de 24h à 26h30 par semaine.

Elle pourrait permettre à un certain nombre d'usagers de venir à la médiathèque après leur travail, ou de rester plus longtemps dans les murs. Cette mesure pourrait occasionner de nouvelles inscriptions, mais elle risque de ne pas constituer un signal suffisamment fort pour intéresser les non-fréquentants dans leur ensemble. Par ailleurs, la fin d'après-midi/début de soirée paraît peu propice à l'instauration de nouveaux usages ou à la mise en place de nouvelles activités.

Les nocturnes du vendredi soir peuvent constituer le moment privilégiés de temps forts. Cependant cette proposition comporte le risque de ne concerner que certaines catégories d'usagers, et d'écarter les familles avec jeunes enfants et les personnes ne souhaitant pas sortir le soir après une semaine de travail.

Dans les communes qui ont mis en place une ouverture plus tardive ou des nocturnes, les premiers bilans semblent indiquer un plus grand confort des usagers dans leur visite de la médiathèque en fin de journée, mais la mesure ne semble pas contribuer à la diversification des publics.

#### – **Une ouverture le dimanche après-midi**

Cette éventualité doit se concevoir dans le but d'offrir aux usagers la même qualité de service et le même professionnalisme qu'un jour de semaine. Les médiathèques qui ont expérimenté cette mesure ont pu mesurer son succès, et constater qu'elle permettait à de nouveaux publics de découvrir la médiathèque.

L'enquête indique qu'environ 40 personnes non fréquentantes ont cité le dimanche comme période propice à leur visite. Si on reporte ce chiffre proportionnellement à la population de Betton, le nouveau public potentiel pourrait être de 800 personnes.

Cette mesure pourrait également permettre de proposer aux habitants du territoire bettonnais une alternative aux activités traditionnelles du dimanche, marquées par la prédominance de la télévision, de la promenade, par la progression des propositions marchandes et pour certaines personnes et familles par un certain désœuvrement. Cette ouverture représente l'occasion d'expérimenter de nouveaux usages, notamment familiaux, autour, par exemple, de « racontages » d'histoires, de jeux de société, ou d'événements participatifs. Cela permettrait de transformer l'image traditionnelle de la médiathèque et valoriser son image de carrefour culturel, d'espace de loisir et de participation.

Elle serait également une réponse positive de l'institution vers les personnes qui manquent de temps pour aller à la médiathèque, manque de disponibilité qui frappe en priorité les employés et les personnes de 15 à 54 ans. La médiathèque de Betton présente l'avantage d'être située dans un lieu de promenade, en bordure de plans d'eau, et donc de s'intégrer dans un environnement qui peut devenir un pôle d'activité.

Cette mesure nécessite cependant une réflexion préalable et des moyens conséquents pour atteindre ses objectifs :

- Il s'agira en effet de mettre en oeuvre les conditions de l'adhésion au projet de tous les personnels, dont les compétences assurent la qualité de l'accueil. La question des conditions de travail, de la rémunération et de la récupération des heures est à négocier. Il sera également important de mesurer préalablement l'impact potentiel d'une ouverture le dimanche sur les rythmes, les habitudes, le repos, le cadre relationnel et les activités de loisirs des personnels concernés. Il faudra également veiller à ce que cette mesure ne renforce pas les inégalités, notamment entre personnels masculins et féminins, dans l'articulation entre vie familiale et professionnelle<sup>7</sup>.

- L'augmentation du nombre d'heures de travail à fournir porte à considérer qu'un investissement en temps de poste serait nécessaire afin de renforcer l'équipe et limiter l'incidence du travail le dimanche sur la vie sociale des salariés. Une rotation de l'équipe sur cette journée est à envisager, sachant qu'il est difficile pour le personnel de travailler plus d'un dimanche par mois. Ouvrir tous les dimanche permet une lisibilité optimale pour les publics, mais il est également possible de choisir une périodicité d'un dimanche sur deux ou sur d'un dimanche par mois. Afin de correspondre aux usages les plus répandus et en raison de l'essoufflement de la fréquentation de la médiathèque pendant les mois d'été, l'ouverture le dimanche pourrait se limiter à la période allant de septembre à mai ou d'octobre à avril.

- Une ouverture le dimanche suppose aussi d'évaluer les moyens supplémentaires nécessaires à l'accueil dans de bonnes conditions d'un public qui n'a pas forcément l'habitude de ce type de lieux : actions d'animation et de médiation spécifiques...

- L'affluence du public en médiathèque un dimanche impose aussi de se poser la question de la permanence des services techniques de la Mairie, de l'ouverture du commissariat en cas d'appel d'urgence, de la permanence de la gestion informatique en cas de défaillance du système, et du ménage des locaux, le coût de l'électricité et de l'eau.

<sup>7</sup> Exemple de l'ouverture le dimanche par la Médiathèque de Marsan (Landes) : cette ouverture s'est faite en gardant à l'esprit que « le dimanche n'est ni un jour de travail comme les autres pour les bibliothécaires ni un jour d'ouverture comme les autres pour les bibliothèques. » Elle a de ce fait souhaité adopter une organisation spécifique pour l'ouverture dominicale. Se sont succédé plusieurs temps préalables à cette ouverture : un temps d'expression individuelle puis de consultation du groupe qui permet de faire mûrir la décision, avant de passer à la négociation dans le cadre légal du dialogue social. *Ouvrir les médiathèques le dimanche*. Les mardis de Tempo. Rouen, *Tempo Territorial*, septembre 2011

- L'ouverture le dimanche nécessite aussi la mise en place d'une communication spécifique et renouvelée, afin de l'ancrer dans les usages au delà de l'effet de nouveauté des premières ouvertures.

### **Un scénario : l'ouverture de la médiathèque un dimanche sur deux, de 15 à 18h.**

L'équipe actuelle est constituée de 6 salariés à temps plein, plus un salarié à temps partiel, plus deux agents avec reconnaissance de handicap, à temps non complet et non mobilisables le dimanche. L'objectif de conserver un service public de qualité implique de fonctionner avec deux agents et de renforcer cette équipe par trois vacataires, et de permettre aux deux salariés de l'équipe de récupérer leurs heures en semaine. Deux agents de service le dimanche occasionne 7h de travail, ce qui, doublé, nécessite le recrutement d'un vacataire pour 14h.

Compte tenu de ces données, un scénario possible serait d'étudier la possibilité d'ouvrir la médiathèque un dimanche sur deux de 15h à 18h de septembre à mai, ce qui porterait l'amplitude d'ouverture de la médiathèque de 24h à 27h et de 5 à 6 jours sur les semaines concernées.

Chaque dimanche après-midi travaillé représente 3h30 de travail (de 14h45 à 18h15) pour 3h effectives d'accueil, peut être rétribué selon des modalités choisies par l'agent en début de saison, sous forme de récupération horaire doublée par rapport au temps passé, soit sous forme de rémunération au taux double.

### **Budget**

Le coût de poste à envisager pour l'ouverture d'un dimanche après-midi serait de 541,86 € :

<b>Dépenses (€)</b>			
	Coût horaire	Nombre d'heures	Total
Rémunération de vacation le dimanche	29,63	10,5	569,60
Rémunération de vacation en semaine	14,24	14	199,36
Rémunération des agents d'entretien	15,69	2	31,38
<b>Total</b>			<b>541,86</b>

Cette somme serait à réévaluer à la hausse si certains agents optaient pour la rémunération majorée de leurs heures.

**Une ouverture de septembre à mai compris, un dimanche sur deux**, en évitant les deux dimanches les plus proches des fêtes de fin d'année et le dimanche pascal, **représente 19 dimanches, soit un coût de poste de 10 295 €**.

**Une ouverture d'octobre à avril compris, un dimanche sur deux**, en évitant les deux dimanches les plus proches des fêtes de fin d'année et le dimanche pascal, **représente 15 dimanches, soit un coût de poste de 8 128 €**.

Les coûts de poste apparaissent ici en brut avec les charges patronales, pour des adjoints du patrimoine 2<sup>e</sup> classe employés comme vacataires, et pour un adjoint technique 2<sup>e</sup> classe, 6<sup>e</sup> échelon IB 348 – IM 326 pour les heures de ménage.

Le recrutement d'une équipe de vacataires implique des contraintes de gestion et d'organisation supplémentaires : recrutements, contrats, rémunération, plannings, sans compter le temps de formation nécessaire. L'ensemble de ces tâches réparties sur l'emploi du temps du responsable de l'équipement et sur les services administratifs de la Mairie est difficile à quantifier en termes de temps de travail.

L'évaluation de ce type de dispositif peut être quantitative : nombre de visites, nombre de nouvelles inscriptions, nombre d'emprunts, typologie des nouveaux publics, impact sur la fréquentation le reste de la semaine.

Elle sera aussi qualitative par l'observation des usages des publics et l'évolution de ceux-ci.

### **3 – Favoriser l'implication des publics par l'échange de pratiques et de savoir-faire**

#### **Objectifs :**

- **Faire venir de nouveaux publics en favorisant l'implication**
- **Susciter l'envie de participer aux actions et services**
- **S'appuyer sur les attentes exprimées en matière d'échange de pratiques et de savoir-faire.**
- **Favoriser la rencontre des publics**
- **Favoriser l'appropriation du lieu par les usagers**

Cette dynamique peut s'amorcer par la mise en place d'activités d'échange de pratiques, et se prolonger, par co-construction, par une structuration progressive de la proposition, sous forme d'événements ou de l'aménagement d'un lieu dédié. L'absence à Betton d'équipement faisant office de centre social ou de maison de quartier est une donnée permettant de penser que la médiathèque pourrait contribuer à répondre à des aspirations de lien social et de vivre ensemble.

Le rôle des bibliothécaires est d'assurer un accompagnement bienveillant, de co-construire les propositions avec les usagers, de permettre la mise en place matérielle et le fonctionnement des activités.

Après avoir exploré l'éventualité d'ateliers d'échanges de pratiques, qui peuvent se concevoir dans une recherche de complémentarité entre les équipements et faire l'objet d'un projet plus large impliquant l'ensemble du Pôle Vie de la cité, nous nous intéresserons de façon plus précise à l'organisation d'un événement qui mettrait la médiathèque au cœur des activités d'échange de savoirs et de contenus : le « Médiatroc ».

#### **A – Un appel à l'échange de pratiques et de connaissances**

Un appel peut être fait en direction de tous les habitants, inscrits ou non, structurés en association ou particuliers, qui souhaiteraient partager leurs pratiques et leurs connaissances.

Il s'agirait de mettre en place des interventions, qui pourraient être ponctuelles ou régulières, et inscrites dans le programme de la médiathèque. La médiathèque mettrait à disposition le local et le mobilier, la communication, et proposerait un accompagnement. Les interventions pourraient se faire soit dans l'auditorium, soit dans le salon dont l'aménagement pourrait être repensé.

Ces interventions pourraient aussi bien concerner des domaines pratiques et manuels, sous forme d'ateliers, que des domaines davantage liées aux pratiques amateurs, à l'autoformation, aux loisirs, à la création, aux services comme l'aide aux devoirs, aux expérimentations culturelles comme un filage de pièce de théâtre ou un mini-concert, une séance de relaxation... L'animation ne serait pas soumise au jugement sur son contenu ni sur la façon dont elle est menée. Toutes les propositions sont acceptables a priori, à partir du moment où elles respectent les règles du lieu.

La mise en œuvre peut s'effectuer en plusieurs temps :

- Une réunion publique à la fois conviviale et ludique peut être organisée afin de lancer les premières réflexions avec les personnes ayant répondu à l'appel.

Cette réunion, à la manière de la « recette » de l'initiative *Biblioremix* des bibliothèques de Rennes<sup>8</sup>, permettrait de réunir les personnes intéressées, de faire l'inventaire des idées, d'en solliciter de nouvelles, de les questionner, de les choisir, de proposer des dates, de susciter d'éventuelles possibilités de coopération avec des associations, d'établir un mode de fonctionnement.

Les personnes qui souhaitent proposer des animations pourraient s'inscrire par formulaire sur le site de la médiathèque ou par téléphone. Une personne référente de la médiathèque se chargerait de reprendre

<sup>8</sup> Il est possible de s'inspirer de leurs méthodes ou de solliciter directement leur concours dans le cadre d'un tel projet. De la ressource méthodologique est disponible sur le site internet <https://biblioremix.wordpress.com/>

contact afin de préciser le contenu de l'intervention, la date, la durée, la fréquence en cas de plusieurs séances, le titre, et de demander une éventuelle photographie.

- Communication : pour que l'animation soit fréquentée, il faut qu'elle soit programmée suffisamment à l'avance et bénéficie d'une visibilité suffisante. La communication serait assurée à la fois par les intervenants volontaires dans leur entourage et par la médiathèque dans le cadre de sa communication courante. La page Facebook peut être un bon relais du site internet et de la newsletter. Des flyers peuvent également être mis à disposition du public.

Il est préférable que les animations se fassent pendant les heures d'ouverture, sur une plage horaire régulière et fixe, afin d'être facilement repérable par le public. La fréquence pourra être ajustée en fonction du nombre de propositions. Elles seront nécessairement gratuites et accessible à tous. Afin de concerner des publics nouveaux, les animations pourront se faire de préférence sans inscription, à la différence de la programmation culturelle de la structure.

- Les animations ou ateliers proprement dits : il semble pertinent que les intervenants soient autonomes en matériel et au niveau de l'installation, cependant un budget d'achat de petits matériels pourra être dévolu au projet en fonction des activités qui seront proposés, et le lieu – salon ou auditorium - pourra être aménagé en conséquence en chaises et tables, vidéoprojecteur...

Le moment de l'animation peut être utilisé par la médiathèque pour mettre en avant des contenus en lien avec cette animation.

- Afin de valoriser ce travail et donner une plus grande audience à l'échange de savoirs, des retransmissions sous forme de tutoriels peuvent être élaborés, et être mis à disposition en ligne sous forme de fichiers à télécharger. Ces tutoriels représenteraient un travail conséquent s'il étaient faits par les bibliothécaires, il peuvent cependant être réalisés par des personnes volontaires de l'atelier.

- Un temps de bilan peut être envisagé en milieu et en fin de saison avec l'équipe initiatrice, afin de permettre des réajustements, faire le point sur ce qui a été fait, aller plus loin...

S'il est important que les personnes bénéficient d'une certaine indépendance et d'une liberté de proposition, condition de la participation des publics et de son appropriation des lieux, et s'il est préférable que la dynamique ne prenne pas trop de temps de travail au personnel, il est également nécessaire de cadrer l'intervention des personnes volontaires par une charte. Celle-ci prévoirait les conditions d'utilisation des locaux et du matériel, les conditions de l'animation. Il est essentiel que la médiathèque ait un droit de regard sur la nature des propositions, et puisse s'opposer à certains projets, dès lors quelle considère qu'il s'agit d'une animation non compatible avec ses missions de service public.

Seraient exclus, par exemple, l'organisation d'un événement privé, d'une promotion d'une entreprise, d'un service ou d'un produit, d'une religion, d'un parti politique, d'un syndicat, d'un mouvement sectaire, de la diffusion de contenus à caractère sexuellement explicites ou promouvant la violence, la haine et toutes formes de discrimination, ou ne respectant pas le droit d'auteur, ou donnant lieu à des échanges commerciaux ou d'argent<sup>9</sup>.

Le degré l'autonomie des personnes impliquées est l'un des buts de cette dynamique, cependant l'accompagnement à envisager par les bibliothécaires est tout de même conséquent afin d'encourager et d'assurer une certaine viabilité de l'action. Cette action demanderait au personnel de la médiathèque une implication à ne pas sous-estimer pour la récolte d'information et la communication, la préparation et l'animation des réunions, la tenue du planning, la mise à disposition des locaux et de créneaux horaires, l'accompagnement éventuel des séances la valorisation, et la médiation de documents. Trois heures de travail seraient nécessaires à un agent pour ces tâches et pour chaque action.

Les locaux de la médiathèque sont déjà mis à disposition pour les activités d'une demi-douzaine d'associations de Betton. Cette mise à disposition et cette ouverture de la structure au monde associatif fait partie du projet de mandat de la municipalité. L'un des enjeux sera de formaliser davantage les modalités de mise à disposition de l'équipement, afin de faciliter le travail des personnels et la cohabitation des usages.

L'un des intérêts de cette dynamique est de faire venir des gens qui sont intéressés par des sujets très diversifiés voire inattendus, et qui peuvent découvrir la médiathèque par ce biais. Cette dynamique peut trouver plusieurs types de prolongements, par la mise en place d'équipements nouveaux dédiés à ces

<sup>9</sup> A ce propos, la charte de l'initiative *Carte Blanche à Lucien Rose* (animations participatives à la bibliothèque Thabo -Lucien Rose à Rennes) fournit un exemple de texte de cadrage intéressant : disponible sur le web <<https://carteblanchelucienrose.wordpress.com/charte-de-carte-blanche/>>



pratiques d'échanges de savoirs-faire, mais il reviendra aux participants des réunions d'imaginer ce qu'ils souhaitent faire et comment le faire.

#### – **Un prolongement de cette dynamique pourrait être l'aménagement d'un local**

Une évolution de la dynamique de participation peut conduire à un aménagement de locaux de la médiathèque pour octroyer davantage de place aux pratiques participatives et de co-construction. Ce lieu peut être un atelier pluri-disciplinaire d'échange de savoirs et de savoirs-faire. Ce lieu serait conçu et aménagé en coopération avec les usagers impliqués. Il serait modulable, afin de pouvoir accueillir des activités diverses, autour par exemple de la création MAO, PAO, l'infographie... Il pourrait être équipé au minimum d'une arrivée d'eau et d'éviers, de prises électriques et d'ordinateurs, d'étagères, d'une table et de chaises, d'une table basse et de quelques chauffeuses.

Le « Salon » actuel, ou la réserve actuelle semblent être les lieux les plus propices à ce type d'aménagement, mais il suppose de trouver une solution de stockage du matériel entreposé dans le salon, ou de numérisation - opération très coûteuse - des ouvrages de la réserve. Il est également possible d'imaginer d'autres modalités d'occupation des espaces, dans le cadre d'activités spécifiques. Ainsi l'espace vert devant la médiathèque pourrait être le lieu d'un jardin participatif...

Un tel projet peut être celui de l'ensemble du pôle Vie de la Cité, dans lequel prend place la médiathèque. Une complémentarité peut être recherchée entre les équipements existants, surtout en ce qui concerne la question des locaux. Un espace serait particulièrement bien adapté aux activités d'échanges de pratiques en la cuisine, en jardinage et en pratiques artisanales : il s'agit de La Chaperonnais. Cette ancienne ferme acquise par la municipalité en 1997 a été rénovée en 2013 pour y accueillir un centre de loisirs. La ferme dispose d'une cuisine équipée et de jardins familiaux, et est accessible facilement par le bus. Les ateliers d'échanges de pratiques qui pourraient y être organisés seraient l'occasion pour la médiathèque de mettre en place une action participative. Par exemple, les participants à l'atelier pourraient choisir des ouvrages à faire acquérir par la médiathèque, sur la base d'un office thématique proposé par la librairie, et dans le cadre d'un budget attribué.

### **B – Un événement récurrent de médiation et d'échange : le « Médiatroc »**

#### **Objectifs :**

- **Faire venir de nouveaux publics en favorisant l'implication**
- **Expérimenter de nouveaux modes de médiation**
- **Favoriser la rencontre des publics dans un événement ludique et festif**
- **Favoriser l'appropriation du lieu par les usagers**
- **Favoriser l'échange de savoirs et de contenus**
- **Constituer une piste d'animation du dimanche après-midi**

#### **Des événements récurrents**

La dimension d'échanges de savoirs et la participation des publics à une dynamique collective peut prendre la forme d'événements récurrents ludiques et conviviaux. Un cycle d'événements autour du troc peut être organisé.

En résonance avec les commentaires et entretiens évoquant les pratiques liées à l'échange ou au don de livres, de jouets, de matériels... ces événements pourraient se focaliser autour d'une « bourse d'échange » thématique : troc de livres, troc de jeux de société, troc de jouets et jeux vidéo, troc de musique...

#### **Exemples :**

- pour un troc de jeux : chacun apporte ses jeux pour une soirée jeux de société,
- pour un troc de jouets : création d'un paysage géant à partir des cubes de bois apportés par toutes les familles,
- pour un troc de livres : lectures au micro d'extraits de livres issus du troc,
- pour un troc de musique : diffusion des disques apportés par les gens,
- pour un troc de plantes : création d'un parterre de fleurs ou d'arbustes devant la médiathèque...

Ces événements peuvent se construire en partenariat avec une association spécialisée ou non dans le support en question, ou des entreprises de la commune, et véhiculer un esprit festif, avec des boissons et des gâteaux, qu'on peut imaginer en partie confectionnés par les participants pour favoriser la convivialité et l'esprit d'échange.

L'événement peut valoriser la dimension familiale de l'ouverture le dimanche le cas échéant, ou se dérouler un samedi après-midi, tous les six mois par exemple : il y aurait le « Médiatroc de printemps » au mois d'avril et le « Médiatroc d'automne » au mois d'octobre.

Cette action demanderait un investissement important de la part de toute l'équipe, pour le soutien au projet, la recherche de partenaires, la communication, l'inventaire des participations des familles, la préparation et l'animation des événements, et le fonctionnement courant de la structure, qui sera ouverte au prêt.

### **Programme d'un « Médiatroc de printemps », un samedi après-midi d'avril, de 14h30 à 17h30 :**

On peut imaginer un événement incitant les gens à venir avec des livres, jouets, jeux de société, films et supports musicaux dont ils n'auraient plus besoin.

Il semble inutile de s'encombrer d'un système d'échange formalisé de type Système d'Echange Local, qui a son intérêt dans le cadre d'une activité régulière, mais qui serait trop compliqué à gérer et serait un frein à l'échange spontané sur un événement ponctuel.

Le principe peut en revanche être celui d'un simple dépôt à la façon d'une « gratifieria ». La gratifieria est un marché gratuit dont l'idée n'est pas récente mais qui connaît un nouvel essor depuis quelques années.

Les gens sont invités à venir déposer des livres, CD, DVD, jeux, jouets... dont ils ne se servent plus et qu'ils acceptent de donner. D'autres personnes peuvent ensuite se servir gratuitement, sans contrepartie obligatoire. Ce n'est donc pas réellement un troc, il n'y a pas de réciprocité systématique.

Des performances artistiques, musicales, des compétences, etc. peuvent également être échangées...

Des règles de base peuvent cependant être édictées sur les contenus apportés : supports en bon état de marche, livres peu abîmés, ou de lecture, jeux de société au complet...

### **Des animations participatives :**

Des dispositifs simples peuvent être mis en place par la médiathèque afin de susciter des interventions spontanées des visiteurs, ou une envie de s'installer :

- Lectures d'histoires : aménagement dans l'espace jeunesse afin d'identifier un lieu propice à l'écoute d'histoires et au partage de lectures.
- Lectures au micro : un pupitre, un livre, un micro, au cœur de la médiathèque. Chacun peut venir spontanément lire un texte de son choix, issu des livres alentours.
- Création d'une sculpture participative faite de livres, cubes, jouets... celle-ci se construit au gré des envies de chacun pendant toute l'après-midi.
- Exposition du vélo « Betton se livre » pour promouvoir ce service. Les gens pourront s'ils le souhaitent y déposer des livres ou en prendre.
- Espace de convivialité, pour boire un verre de jus de fruit ou grignoter des pâtisseries qui peuvent être apportées par les participants.

### **Espaces investis :**

L'ensemble du dispositif de troc devra faire l'objet d'une mise en espace lui permettant de ne pas être confondu avec le reste de la collection de la médiathèque, qui poursuit son fonctionnement et garde ouvert son service de prêt pendant la durée de l'événement.

En cas de temps clément, la manifestation pourra se dérouler sur l'espace vert devant la médiathèque. Des transats et parasols pourront être installés pour offrir des lieux de repos et apporter de la couleur à l'ensemble. En cas de pluie ou de vent, la manifestation devra se tenir en intérieur. L'espace jeunesse semble le plus indiqué pour accueillir la manifestation, en raison de sa luminosité, de l'espace disponible, de son ouverture visuelle sur l'extérieur. L'espace nécessitera cependant une évacuation des bacs à BD et à albums et un resserrement des rayonnages dans le fond de la salle.

La sculpture participative, l'espace de convivialité et le pupitre pour les lectures pourront prendre place autour de l'accueil principal, au rez-de chaussée haut.

### **Mise en œuvre :**

**Avant la manifestation :** un appel aux associations et aux usagers plusieurs mois avant la manifestation pourra être fait afin de mobiliser les énergies autour de la manifestation, et susciter la coopération voire le partenariat.

Une réunion peut être organisée avec les personnes et associations qui se sont manifestées afin de faire émerger les idées de participation de chacun et de se répartir les rôles. Un rapprochement avec la possible future ludothèque (mise en place) ou avec l'Epicerie sociale (convivialité, apport de pâtisseries...) est envisageable.

Les animateurs jeunesse de la commune peuvent être sensibilisés pour repérer des volontaires qui souhaiteraient s'investir dans la journée, donner un numéro de jonglage, réaliser un *timelapse*<sup>10</sup> de la construction de la journée.... Un appel à volontaires de l'école de musique, de l'atelier d'arts plastiques, d'une compagnie de théâtre... peut permettre la tenue d'un filage, de lectures, de moments de musique qui animeraient la manifestation dans un esprit de spontanéité. Ces participations devront cependant être recensées au préalable afin d'organiser leur succession et avertir le public de leurs horaires.

Une communication large est mise en place, avec affiches, flyers, publication d'un article dans le numéro du mois précédent dans Betton Info, invitation des correspondants locaux pour annoncer la manifestation dix jours avant la date, et publication dans la newsletter et sur le site de la médiathèque, ainsi que sur la page Facebook.

Les personnes viennent la veille ou en début d'ouverture afin d'effectuer leur dépôt. Un tri (subjectif) peut être effectué entre :

- les objets destinés à la sculpture participative (plutôt les livres ou jouets un peu abîmés, les cubes de bois... ),
- les supports et jeux en bon état qui seront exposés sur les tables pour trouver de nouveaux acquéreurs.

**Après l'événement :** Les personnes encore présentes vers 17h30 sont invitées à récupérer les objets qui n'ont pas été emportés. Les livres, CD, DVD et certains jeux de société peuvent faire l'objet d'un tri par la médiathèque, comme dans le cadre ordinaire des dons. Une sélection pourra rejoindre le dispositif « Betton se livre ». Une valorisation peut être effectuée sur la page Facebook. Le timelapse réalisé peut être posté sur Youtube.

### **Le matériel nécessaire est peu conséquent :**

- Une dizaine de tables est nécessaire pour accueillir les objets. Les tables de la médiathèques sont en nombre suffisant.
- De la ficelle, des ciseaux pour aider à la construction de la sculpture participative : 20€
- Un pupitre, un micro sur pied et un cube servant d'estrade pour les lectures à voix haute.
- Transats et parasols pour l'espace extérieur.
- Les poufs, chauffeuses et fauteuils de l'espace jeunesse pour l'espace de lecture.
- Biscuits apéro, tomates cerises, jus de fruits, bonbons, verres en plastique, assiettes, nappes colorées, serviettes en papier... : 30€

### **Tâches et temps de travail à prévoir :**

- Etablir le contact avec les associations, animateurs jeunesse, partenaires : 3h ;
- appel aux usagers : newsletter, tracts, sollicitation d'un correspondant du journal : 3h ;
- organiser et animer la réunion de préparation de l'événement : 10h pour deux agents = 20h ;
- établir les modalités d'intervention et de dépôt des participants pendant la manifestation : 1h ;
- élaborer des documents de communication : affiches, tracts, visuels (graphisme, impression). Le graphisme peut être pris en charge par le service Communication de la Mairie. Communication sur les

<sup>10</sup> Le timelapse ou time-lapse est un procédé de vidéo reposant sur l'effet d'accélééré, réalisé image par image, au moyen d'un appareil photographique, d'une caméra ou d'une tablette avec application spécifique. Utilisé notamment en réalisation de films d'animation, il permet de restituer un processus lent dans un temps restreint de visualisation.

réseaux sociaux. Le tirage de 200 affiches A3 en numérique mobiliserait un budget de 50€ ;

- communiqué de presse et rendez-vous avec un correspondant du journal : 1 h ;
- mise en place matérielle : tables, lieux de lecture, espaces extérieurs... : 2 h pour deux agents dont une heure par agent le jour J = 4 h ;
- gestion de la journée : 4 h pour 1 agent ;
- rangement : 1h pour 2 agents = 2 h ;
- valorisation : 1 h ;
- évaluation de l'action = 2 h.

## Budget

Le budget prévisionnel pour une manifestation se déroulant le samedi pourrait être le suivant :

<b>Dépenses (€)</b>			
	Coût horaire	Nombre d'heures	Total
Rémunération du temps de travail	22,30	40	892,00
Communication			50,00
Frais d'accueil (boissons...)			30,00
Petit matériel			20,00
<b>Total</b>			<b>992,00</b>

En cas de manifestation se déroulant le dimanche, le budget pourrait être le suivant (en plus de l'ouverture ordinaire le dimanche) :

<b>Dépenses (€)</b>			
	Coût horaire	Nombre d'heures	Total
Rémunération du temps de travail le dimanche	37,61	10	376,10
Rémunération du temps de travail en semaine	22,30	30	669,00
Communication			50,00
Frais d'accueil (boissons...)			30,00
Petit matériel			20,00
<b>Total</b>			<b>1145,10</b>

Le cout de poste est calculé pour un Assistant de Conservation du Patrimoine & Bibliothèque Principal 2<sup>ème</sup> classe, 6<sup>ème</sup> échelon IB 422 – IM 375 : coût horaire = 22.30 € (11.45 € brut/heure + 6.61 € Charges patronales). Le dimanche le coût horaire est de 37.61 € (23.85 € brut/heure + 13.76 € Charges patronales).

## Evaluation

L'évaluation quantitative peut se faire sur la base de la fréquentation de la manifestation, du nombre de visites et d'emprunts supplémentaires par rapport à une date sans manifestation, de la mesure de l'impact sur les nouvelles inscriptions et la typologie des nouveaux inscrits.

L'évaluation qualitative peut se faire au regard des objectifs affichés : apport de nouveaux publics, aspect festif et ludique, modes d'appropriation du lieu par les usagers, qualité des échanges, intérêt des publics pour les contenus troqués...

## Conclusion

L'enquête menée à Betton en janvier et février 2015 a permis de dégager quelques grandes tendances du public potentiel de la médiathèque de Betton, parmi lesquelles un besoin d'accompagnement vers et dans la médiathèque, des usages diversifiés de la structure, un souhait de plus grande amplitude d'ouverture, et l'existence d'un potentiel de participation et d'implication du public, en particulier dans les pratiques d'échanges de savoirs.

**Les trois propositions envisagées dans ce document pour répondre aux attentes des usagers et attirer de nouveaux publics à la médiathèque de Betton, peuvent se résumer ainsi :**

- **Mise en place de dispositifs passerelles par des panneaux avec QRcodes et des dépôts de livres à l'unité sur le principe du livre voyageur.**
- **Ouverture de la médiathèque chaque dimanche après-midi de septembre à mai.**
- **Organisation d'un événement co-construit autour de la notion d'échange.**

Ces pistes au nombre restreint ne prétendent en aucune façon répondre à toutes les questions qui se posent dans le contexte de mutation des usages auquel sont confrontées les médiathèques aujourd'hui. Dans tous les cas, il s'agit de cultiver la plus-value que peut offrir la médiathèque par rapport à l'accès en apparence simple aux ressources et services présents sur Internet : le conseil, l'échange, la relation, l'interaction, l'espace social.

Il s'agit aussi de faire des choix dans les actions comme dans les fonctions des espaces afin de veiller à ce que certains nouveaux usages ne chassent pas les autres, d'éviter de se disperser pour conserver la lisibilité et la qualité de l'ensemble des propositions.