



**HAL**  
open science

## Si loin, si proches... Enquête sur les usagers distants de la Bpi

Laure Bourgeaux

► **To cite this version:**

| Laure Bourgeaux. Si loin, si proches... Enquête sur les usagers distants de la Bpi. 2011. sic\_00995128

**HAL Id: sic\_00995128**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00995128](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00995128)**

Preprint submitted on 22 May 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Si loin, si proches :**  
**Enquête sur les usagers distants de la Bpi**  
Rapport final

Mai 2011

Laure Bourgeaux  
Service Études et recherche  
Bibliothèque publique d'information

## Sommaire exécutif

### Objectif de l'étude

Le nouveau site web de la Bpi a été mis en ligne le 15 décembre 2008. Son ouverture devait marquer, selon le Schéma directeur des systèmes d'information 2007-2010, les débuts d'un positionnement réaffirmé de la bibliothèque sur le web, à la fois en termes d'outils pour la recherche d'information, de contenus culturels et de services offerts en ligne. Comment les usagers distants perçoivent-ils l'espace occupé par la bibliothèque sur le web ? La mise en ligne du nouveau site a-t-elle eu un impact sur les usages des outils, contenus et services offerts en ligne ? Existe-t-il une complémentarité, et si oui, sous quelle forme, entre ces usages distants et ceux de la bibliothèque « physique » ? Ce sont ces questions que le service Études et recherche a souhaité explorer dans le cadre de cette enquête.

Rappel des principales données quantitatives disponibles (source : enquête générale de fréquentation, avril – novembre 2009).

53% des visiteurs interrogés sur place en 2009 déclaraient ne jamais avoir consulté le site Internet de la Bpi. Pour ceux qui l'avaient déjà consulté, les principaux motifs de connexion étaient la recherche d'informations pratiques (citée dans 47% des réponses) et la recherche documentaire (citée dans 42% des réponses). Enfin, la nouvelle version du site bpi.fr était appréciée comme satisfaisante ou très satisfaisante par 83% des utilisateurs qui avaient eu l'occasion de la visiter.

### Méthodologie

L'enquête auprès des usagers distants de la Bpi s'est déroulée en deux temps. Le volet quantitatif, composé d'une enquête en ligne proposée sur le site Internet de la Bpi, s'est déroulé à l'automne 2009. Le volet qualitatif a consisté, pour sa part, en l'organisation de deux focus groups en juin-juillet 2010. Le premier groupe réunissait 13 usagers d'âges et de profils variés, recrutés suite à leur participation à l'enquête en ligne ; le second était constitué de 10 professionnels des bibliothèques et de la documentation, recrutés de la même façon ou via un contact établi par l'intermédiaire du service Coopération et Relations Internationales de la Bpi.

### Principaux résultats

Le profil des « usagers distants » interrogés à l'automne 2009 diffère quelque peu de celui du public présent sur place, selon l'enquête générale de fréquentation menée à la même période : il s'agit d'un public plus féminin (63% contre 50% sur place), plus actif (40% contre 18% sur place), et dont une part non négligeable réside en régions hors Ile-de-France (31% contre 3% sur place). Les bibliothécaires, et plus généralement les professionnels des secteurs éducatifs et culturels, sont particulièrement bien représentés (12% des répondants pour les premiers, 23% pour les seconds). Malgré ces différences, le public du site Internet recouvre en grande partie celui des espaces « physiques » de la Bpi : 71% des répondants étaient déjà venus sur place au moment de l'enquête.

Les pratiques des utilisateurs du site Internet de la Bpi sont marquées par une très nette différence entre usagers non professionnels et professionnels, différence qui semble intrinsèquement liée au projet initial, motivant la consultation : projet précis (préparer une visite sur place), associé à un cheminement déterminé (l'accès direct et exclusif à la rubrique « Recherche documentaire ») pour les premiers ; projet vague (la veille, l'intérêt professionnel), autorisant le vagabondage et la découverte pour les seconds. Ces deux catégories d'usagers se rejoignent toutefois sur la critique de l'ergonomie de l'interface actuelle : l'impression de fouillis, de confusion, de perte de repères face à un foisonnement perçu comme non hiérarchisé (ou mal hiérarchisé) d'informations, contraste pour les interrogés avec la lisibilité du classement perçue dans les espaces « physiques » de la Bpi.

Face à une interface difficile à s'approprier, les participants en appellent à davantage de médiation humaine, d'engagement de la part des bibliothécaires, de personnalisation des contenus et des échanges : en lieu et place d'un site Internet unique destiné au plus grand nombre, ils militent ainsi pour un outil à plusieurs facettes, ajustable aux besoins de chacun, mais ouvert sur le dialogue et l'échange au sein d'une même communauté d'intérêt.

## Préambule

### *Contexte et enjeux*

Si la Bpi dispose, depuis son ouverture en 1977, de nombreuses données quantitatives et qualitatives concernant le public fréquentant ses espaces, les enquêtes destinées à mieux connaître les profils et les pratiques de ses « usagers distants »<sup>1</sup> se sont faites plus rares : signalons tout de même l'existence d'une enquête sur « les usages et les usagers du service des réponses par téléphone », réalisée en 1980 par Jean-François Barbier-Bouvet<sup>2</sup>, ainsi que le rapport du Crédoc sur la « perception et pistes d'optimisation pour le site web de la Bpi »<sup>3</sup>, rendant compte d'une série de focus groups organisés sur ce thème en 2004.

La nécessité de réaliser une enquête auprès des « usagers distants », que nous entendons ici, de manière plus restrictive, comme les publics consultant via Internet uniquement, les informations, ressources et outils offerts en ligne par la Bpi, s'est fait sentir au cours de l'année 2008, lors des travaux préparatoires au renouvellement du site Internet : il s'avérait difficile, en effet, de revoir l'agencement ergonomique et les contenus du site sans connaître au préalable les attentes et les besoins de ses visiteurs, occasionnels ou réguliers. Le manque de temps n'a pourtant pas permis de mener cette enquête avant la mise en ligne du nouveau site Internet, le 15 décembre 2008.

Parallèlement, l'espace occupé par la Bpi sur le web s'est incontestablement élargi et diversifié ces dernières années, avec l'ouverture et l'adjonction au site principal de nouvelles « briques », dédiées à la valorisation d'une collection, d'une manifestation ou d'un service particulier, ou destinées à l'amélioration de la communication entre l'institution et ses usagers : citons ainsi le site des archives sonores<sup>4</sup>, les expositions virtuelles<sup>5</sup>, les wikis dédiés à la coopération entre professionnels<sup>6</sup>, ou encore la page de la Bpi sur le réseau social Facebook<sup>7</sup>.

### *Objectifs de l'enquête*

C'est dans ce contexte quasi-paradoxal, alliant la multiplication des formes d'adresse aux internautes à une méconnaissance des profils et des pratiques de ce public distant, que le service Études et recherche de la Bpi a proposé de lancer une étude sur ce sujet. Les objectifs affichés étaient les suivants :

- mieux connaître les profils des usagers distants et disposer d'éléments de comparaison avec les publics de la bibliothèque « physique » ;
- identifier les usages et les motivations associées à l'utilisation des outils, contenus et services offerts en ligne ;

---

<sup>1</sup> Les « usagers distants » d'une bibliothèque désignent généralement les publics ayant recours aux services et ressources proposés par l'établissement depuis un lieu extérieur à celui-ci (domicile, travail, etc.). Cette communication à distance peut s'établir via différents dispositifs : ordinateur fixe ou portable disposant d'une connexion à Internet, mais aussi téléphone fixe ou mobile.

<sup>2</sup> Jean-François Barbier-Bouvet, *Le lien & le lieu : Consultation à distance & consultation sur place à la Bpi – Enquête sur les usages & les usagers du service des réponses par téléphone*, Bpi – Service des études et de la recherche, décembre 1980.

<sup>3</sup> Bruno Maresca et al., *Perception et pistes d'optimisation pour le site web de la Bpi*, Crédoc, décembre 2004.

<sup>4</sup> <http://archives-sonores.bpi.fr/>

<sup>5</sup> <http://gourmelin.bpi.fr/> et <http://expositionseuil.bpi.fr/>

<sup>6</sup> <http://alphabib.bpi.fr/>

<sup>7</sup> <http://www.facebook.com/pages/Bpi-Bibliotheque-publique-dinformation/25487022499>

- identifier les complémentarités et/ou concurrences entre ces usages et ceux de la bibliothèque « physique » ;
- évaluer la satisfaction à l'égard de l'offre en ligne et disposer de pistes d'amélioration : qu'attendent aujourd'hui les internautes de la présence de la Bpi sur le web ?

### *Méthodologie et dispositif adoptés*

Pour répondre à ces différents questionnements et enjeux, un dispositif en deux temps a été envisagé : le volet quantitatif, composé d'une enquête en ligne proposée sur le site Internet de la Bpi, s'est déroulé à l'automne 2009 ; le volet qualitatif, reposant sur l'organisation de deux focus groups, s'est tenu quant à lui en juin-juillet 2010. La méthodologie adoptée pour chacun de ces deux volets sera détaillée en introduction de chacune des deux parties du présent rapport, consacrées, pour la première, aux résultats de l'enquête en ligne, et pour la seconde, aux enseignements tirés des deux focus groups.

## Première partie : résultats de la phase quantitative (enquête en ligne)

### Introduction

Le questionnaire en ligne, objet de la première phase de cette enquête, a été préparé au printemps 2009 par un groupe de travail composé de membres du service Études et recherche et de correspondants issus des services concernés<sup>8</sup>. Il a été mis en ligne au moyen du logiciel Modalisa et avec l'appui de la société Kynos entre le 21 octobre et le 16 décembre 2009. Pour motiver les répondants et encourager la participation, l'enquête s'est assortie d'un tirage au sort permettant de gagner une liseuse Sony Reader PRS-505 pré-chargée avec 50 textes sélectionnés par la Bpi.

Deux versions du questionnaire avaient été prévues, l'une pour les usagers se connectant à distance au site Internet de la Bpi, l'autre pour les usagers se connectant depuis un poste de consultation des ressources électroniques, dans les espaces de la bibliothèque. Le site Internet apparaissant en page d'accueil de ces postes multimédias, il fallait en effet permettre au public présent sur place de répondre à l'enquête, tout en supprimant du questionnaire les items qui ne les concernaient pas (à titre d'exemple, la question « Comment êtes-vous arrivé aujourd'hui sur le site Internet de la Bpi ? » n'était pas proposée dans la version du questionnaire proposée en interne).

Au terme des 57 jours d'enquête, 874 questionnaires exploitables (après élimination de quelques rares doublons) ont été récupérés en version distante et 136 en version sur place. Le mouvement social, qui a entraîné la fermeture de la Bpi du 23 novembre au 17 décembre, explique en grande partie ce faible nombre de réponses pour le second cas de figure. De fait, nous ne traiterons pas dans le présent rapport des résultats obtenus dans le cadre de la version sur place de l'enquête : le nombre de réponses enregistrées ne permettrait pas en effet d'en tirer des conclusions fiables, et par ailleurs, cette population nécessiterait un traitement à part, puisqu'il ne s'agit pas à proprement parler d'« usagers distants », tels que nous les avons définis précédemment.

Signalons enfin que le mode de passation du questionnaire (enquête en ligne, motivée par un tirage au sort) doit nous inviter à une certaine prudence quant à l'interprétation des résultats : il est possible en effet que la démarche ait induit une sur-représentation des publics les plus « impliqués » (professionnels des bibliothèques, usagers de la Bpi ayant des revendications à faire entendre, etc.), ou au contraire, de publics non coutumiers du site Internet mais attirés par la nature du lot à gagner. Les 874 réponses obtenues composent toutefois une masse suffisamment importante pour nous permettre de disposer de marges d'erreur restreintes<sup>9</sup>, et avancer ainsi, à partir d'une analyse détaillée des résultats de cette phase quantitative, quelques conclusions et hypothèses concernant les profils, les pratiques et les points de vue des usagers distants de la Bpi.

---

<sup>8</sup> À savoir : services Accueil, Bibliothèque numérique, Coordination bibliographique et Informatique et techniques multimédias.

<sup>9</sup> Avec 800 questionnaires, on obtient un intervalle de confiance de plus ou moins 1,5 point pour des résultats « extrêmes » (de l'ordre de 5% ou 95%), et plus ou moins 3,5 points pour un résultat s'établissant à 50% de l'échantillon.

## 1. Profils des usagers distants

### 1.1. La question du genre : un public largement féminin

Premier constat : les usagers distants de la Bpi forment, au vu des réponses enregistrées, un public largement féminin, à la différence du public fréquentant la bibliothèque « physique ». On enregistre en effet 63% de femmes et 37% d'hommes sur le site Internet, contre 50% de femmes et 50% d'hommes dans les espaces de la Bpi<sup>10</sup>. Cette donnée peut dans un premier temps paraître étonnante, d'autant plus lorsque l'on sait que la connexion à Internet est une pratique traditionnellement plus masculine au sein de la société française : selon le Crédoc, en juin 2009, 75% des hommes interrogés s'étaient connectés à Internet (que ce soit à leur domicile, sur leur lieu de travail ou d'études ou dans un lieu public), tandis que cette proportion ne s'élevait qu'à 65% chez les femmes<sup>11</sup>.

En ce qui concerne la consultation du site Internet de la Bpi, cette domination féminine s'explique en partie par la forte représentation des bibliothécaires et des documentalistes, et plus largement, par celle des professionnels des secteurs éducatif et culturel, secteurs où l'on trouve habituellement une proportion de femmes assez élevée.

	Ensemble des répondants	Bibliothécaires et documentalistes	Professionnels culture et éducation
Femmes	63%	79%	70,5%
Hommes	37%	21%	29,5%

Tableau n°1 : Répartition des répondants par genre, pour l'ensemble des répondants et pour certaines catégories de professions.

Mais les femmes sont également très bien représentées parmi les usagers scolaires et étudiants du site Internet de la Bpi : on compte en effet chez cette population 69% de femmes contre 31% d'hommes. L'hypothèse que nous pouvons formuler, à ce stade de l'analyse, serait que le site Internet attire un public particulièrement proche, symboliquement, de l'univers du livre et des bibliothèques : autrement dit, des femmes, travaillant dans les secteurs éducatif et culturel, mais aussi des étudiantes inscrites dans des filières nécessitant le recours à la bibliothèque et à ses collections (et par extension, à son catalogue en ligne ?). L'examen des disciplines d'étude les plus représentées parmi les répondants à l'enquête nous permettra, on le verra, de confirmer cette hypothèse.

### 1.2. Répartition par tranches d'âge

Les usagers distants de la Bpi forment un public plus équilibré en termes d'âges que les usagers présents sur place : la moyenne d'âge s'établit en ligne à 32 ans, contre 28 ans pour le public fréquentant la bibliothèque « physique ». L'examen de la répartition des répondants par tranches d'âge révèle que ce sont chez les moins de 20 ans et chez les 35-44 ans que les différences sont les plus notables : les premiers représentent 10% des usagers distants contre

<sup>10</sup> Les données concernant le public de la Bpi sont issues de l'enquête générale de fréquentation, édition de novembre 2009.

<sup>11</sup> Crédoc, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française (2009)* [en ligne]. Enquête « Conditions de vie et aspirations des Français », novembre 2009, p. 101. Disponible sur : <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/094000589/0000.pdf>

21% du public fréquentant les espaces ; à l'inverse, les 35-44 ans sont représentés à hauteur de 18% en ligne contre 7% seulement sur place.

	Usagers distants	Usagers Bpi sur place
Moins de 20 ans	10%	21%
De 20 à 24 ans	28%	35%
De 25 à 34 ans	27%	25%
De 35 à 44 ans	18%	7%
De 45 à 54 ans	10%	5%
55 ans et plus	7%	7%

Tableau n°2 : Répartition des répondants par tranches d'âge, comparaison avec les usagers présents sur place.

Le site Internet attire ainsi un public plus âgé, qui n'a pas forcément le temps ou la possibilité de fréquenter les espaces de la Bpi. Cette tendance semble toutefois se limiter dès lors que les répondants atteignent 55 ans : Internet n'est sans doute pas le canal le plus adapté pour s'adresser aux séniors d'aujourd'hui, mais on peut faire le pari qu'il le sera bien plus d'ici quelques années. Selon le Crédoc en effet, la proportion des sexagénaires disposant d'une connexion Internet à domicile est passée de 13% en 2003 à 58% en 2009<sup>12</sup>, preuve que les générations tendent à devenir de plus en plus égales face à l'accès aux réseaux.

### 1.3. Statuts et professions

La répartition des usagers distants par statuts révèle une représentation quasi-équivalente des étudiants et des actifs occupés, alors que les espaces de la Bpi sont fréquentés, quant à eux, par 65% d'étudiants et 18% d'actifs seulement. Consultable en tous lieux et à tous moments, échappant aux contraintes matérielles (jauge, horaires, etc.) que connaît la bibliothèque « physique », le site Internet permettrait ainsi de remplir, en partie, un objectif de diversification des publics, en favorisant l'accès des actifs occupés aux informations et ressources offertes en ligne par la Bpi.

	Usagers distants	Usagers Bpi sur place
Collégiens, lycéens	1%	3%
Etudiants	43%	65%
Actifs occupés	40%	18%
En recherche d'emploi	8%	8%
Retraités	3%	4%
Autres	5%	2%

Tableau n° 3 : Répartition des répondants par statuts, comparaison avec les usagers présents sur place.

La présence moins marquée des scolaires et étudiants sur le site Internet (44% en ligne contre 68% sur place) invite, quant à elle, à confirmer la « loi d'éloignement de la Bpi » formulée en 1980 par Jean-François Barbier-Bouvet : « si l'on rapproche ce résultat [les étudiants et élèves

<sup>12</sup> Ibidem.



représentaient environ 25% des usagers du service des réponses par téléphone en 1980] *des enquêtes qui ont été réalisées sur le public de la bibliothèque, il semble que l'on puisse établir une sorte de loi d'éloignement de la Bpi : la proportion d'étudiants et d'élèves serait d'autant moins forte que l'on s'éloignerait du centre même de l'accumulation du savoir qu'est la « grande bibliothèque » du deuxième étage* »<sup>13</sup>.

Enfin, l'examen des professions indiquées par les répondants révèle que les actifs présents sur le site Internet sont relativement proches de l'univers des bibliothèques, du savoir et de la culture : en effet, 12% des répondants sont des professionnels des bibliothèques et de la documentation, 6% relèvent du domaine de l'enseignement et de la recherche, et 5% sont des professionnels des arts, des spectacles et du patrimoine, soit un total de 23% de répondants exerçant dans les secteurs éducatif et culturel. La diversification des publics permise par le site Internet est donc toute relative, puisqu'elle concerne en premier lieu des visiteurs prescrits, pour lesquels le recours à la bibliothèque et à ses ressources en ligne relève sans doute d'une nécessité ou d'un intérêt professionnel : à la distance « physique » ou géographique se substitue, dans leur cas, une forme de proximité « symbolique » avec l'univers de la bibliothèque.

#### 1.4. Niveaux et filières d'étude

Le public distant de la Bpi diffère assez peu du public présent sur place en ce qui concerne les niveaux d'études : la majorité des répondants à l'enquête en ligne (64%) ont atteint un niveau supérieur ou égal à la licence, tout comme les usagers fréquentant les espaces de la Bpi (59%). La différence de 5 points ne permet pas vraiment de conclure, comme c'était le cas pour l'enquête sur les usagers du service des réponses par téléphone en 1980, que le recours aux services et ressources offerts à distance est le fait d'un public plus avancé, engagé dans un travail de recherche personnel, mémoire ou thèse de doctorat<sup>14</sup>.

	Usagers distants	Usagers Bpi sur place
Etudes primaires	1%	0,5%
Etudes secondaires (collège, lycée)	4%	7,5%
Bac	8%	2%
Bac +1 ou 2 (BTS, DUT, Deug, etc.)	22%	31%
Bac +3 ou 4 (licence, maîtrise, master 1)	32%	29%
Bac +5 et plus (DEA, master 2, doctorat)	32%	30%
Autre	1%	-

Tableau n° 4 : Répartition des répondants par niveaux d'étude, comparaison avec les usagers présents sur place.

En revanche, les spécialités déclarées par les répondants font preuve d'une toute autre originalité par rapport aux résultats de l'enquête générale de fréquentation. Les filières « lettres, langues, philosophie » et « sciences humaines et sociales » sont les plus représentées parmi les usagers distants de la Bpi, alors que ces mêmes disciplines, nettement majoritaires en 2003 chez

<sup>13</sup> Jean-François Barbier-Bouvet, *Le lien & le lieu*, op. cit., p. 24.

<sup>14</sup> Selon les observations de Jean-François Barbier-Bouvet en effet, « le service des réponses par téléphone est d'autant plus consulté que l'objet de la demande s'inscrit dans un travail plus important et de plus longue durée (et impose donc le recours à des ouvrages de plus en plus nombreux et de moins en moins usuels, ce qui rend nécessaire une recherche préalable de leur identification) », *idem*, p. 14.

les usagers de la bibliothèque « physique »<sup>15</sup>, n'ont eu de cesse de décroître pour être aujourd'hui dépassées ou rattrapées par les filières économiques et scientifiques.

	Usagers distants	Usagers Bpi sur place
Pas de spécialité particulière	6%	5%
Lettres, langues, philosophie	23%	14%
Sciences humaines et sociales	20%	13%
Economie, gestion, écoles de commerce	13%	18%
Droit	4%	10%
Mathématiques, sciences et techniques, écoles d'ingénieur	9%	13%
Médecine, pharmacie, santé	5%	9%
Art, architecture, spectacles	11%	11%
Autre	9%	7%

Tableau n° 5 : Répartition des répondants par filières d'étude, comparaison avec les usagers présents sur place.

Pour expliquer ces différences, on peut là encore s'appuyer sur la notion de proximité « symbolique » avec l'univers de la bibliothèque : la consultation du site Internet et des ressources en ligne serait prioritairement le fait d'un public plus proche des domaines du savoir et de la culture, d'où une présence plus affirmée des étudiants – et anciens étudiants – en lettres, langues et sciences humaines. Par ailleurs, il semblerait que les usagers issus de ces filières aient un besoin plus important de consulter le catalogue en ligne de la Bpi, sans doute lié à un usage plus intensif des collections offertes sur place, que les usagers issus des filières scientifiques, économiques et juridiques : les motivations associées à la consultation du site Internet témoignent en effet d'un certain écart entre les attentes des uns et des autres, notamment en termes de recherche documentaire.

→ « **Aujourd'hui, dans quel but êtes-vous venu sur le site Internet de la Bpi ?** »

*Question à choix multiple.*

*Mode de lecture (exemple) : 37% des répondants issus des filières « lettres, langues et philosophie » déclarent se connecter au site Internet pour chercher des documents au catalogue.*

	Pour chercher des documents au catalogue	Pour chercher des informations pratiques
Lettres, langues, philosophie	37%	47%
Sciences humaines et sociales	38%	50%
Economie, gestion, écoles de commerce	26%	54%
Droit	17%	70%
Mathématiques, sciences et techniques, écoles d'ingénieur	20%	54%
Médecine, pharmacie, santé	21%	67%
Art, architecture, spectacles	52%	49%

Tableau n° 6 : Motifs de consultation du site Internet en fonction de la filière d'étude.

<sup>15</sup> D'après Christophe Evans, *Enquête de fréquentation 2003 : « juilletistes » vs « publics habituels »*, Bpi – Service Études et recherche, juillet 2004.

Ce besoin de recherche documentaire en vue, sans doute, de préparer ou prolonger une visite sur place, permettrait ainsi d'expliquer, du moins en partie, la présence plus importante des usagers issus des filières lettres, langues et sciences humaines sur le site Internet de la Bpi. À l'inverse, les usagers issus des filières scientifiques, économiques et juridiques semblent moins intéressés par le catalogue en ligne (du fait, sans doute, d'un usage moindre des collections offertes sur place), d'où un recours moins fréquent au site Internet, puisque leur principal besoin, la recherche d'informations pratiques, nécessite une connexion moins intensive, et sans doute aussi moins longue.

### 1.5. Lieux de résidence

Si l'enquête auprès des usagers du service des réponses par téléphone avait révélé en 1980 un très important tropisme parisien (70% des appels provenaient de la capitale, 24% de la région parisienne), la consultation du site Internet et de l'offre en ligne semble, au contraire, de nature à favoriser l'extension de la « zone d'influence » de la Bpi. Les parisiens sont certes les plus nombreux parmi les usagers distants, mais leur domination est nettement moins écrasante que sur place (35% contre 54,5%), et ils sont suivis de très près par les usagers des régions hors Ile-de-France (31% contre 3 % seulement sur place). Quant au public étranger, sa représentation en ligne reste faible, mais ceci s'explique en partie par l'absence de version traduite du questionnaire. Lors d'une prochaine édition de l'enquête, il sera utile de prévoir au minimum une version en anglais.

	Usagers distants	Usagers Bpi sur place
Paris	35%	54,5%
Petite couronne	19%	30%
Grande couronne	11%	11,5%
Régions hors IDF	31%	3%
Étranger	4%	1%

*Tableau n° 7 : Répartition des répondants par lieux de résidence, comparaison avec les usagers présents sur place.*

À la différence du téléphone qui tendait, selon Jean-François Barbier-Bouvet, à renforcer un usage centralisé de la bibliothèque, Internet permettrait donc réellement d'abolir la distance en « dématérialisant » l'information et en « délocalisant » la consultation. Mais si l'on s'intéresse de près aux profils des répondants résidant en régions, il apparaît que l'attraction exercée par la Bpi par-delà les distances repose, en grande partie, sur l'effet de « proximité symbolique » déjà évoqué : il s'agit en effet d'actifs occupés pour 57% d'entre eux, travaillant dans le domaine des bibliothèques et de la documentation (17% des répondants résidant en régions), ou plus largement dans les secteurs éducatif et culturel (32% des répondants résidant en régions).

### 1.6. Fréquentation et usages de la Bpi

Comme en témoignent les résultats précédemment commentés, le public du site Internet et de l'offre en ligne recouvre donc, en partie, mais pas totalement, le public de la bibliothèque physique : on ne s'étonnera donc pas de constater que 71% des usagers distants fréquentent ou ont déjà fréquenté les espaces de la Bpi. Mais parmi ces visiteurs « réels », ce sont les moins

fidèles qui dominent nettement : 50% des répondants ayant déclaré être déjà venu se rendent sur place moins d'une fois par mois, et 23% de une à trois fois par mois.

Ces chiffres connaissent toutefois de fortes variations selon que l'on s'intéresse aux usagers résidant à Paris et en Ile-de-France ou aux usagers habitant d'autres régions : chez cette seconde population, 61% des répondants ne fréquentent pas la Bpi, et 85% de ceux qui la fréquentent s'y rendent moins d'une fois par mois.

→ « **À quelle fréquence vous rendez-vous à la Bpi ?** »

*Question posée uniquement aux répondants ayant déclaré être déjà venu sur place.*

	Répondants déjà venus sur place	Résidant Paris et IDF	Résidant hors IDF
Tous les jours ou presque	6%	7%	1%
Une à deux fois par semaine	21%	25%	6,5%
Une à trois fois par mois	23%	28%	7,5%
Moins souvent	50%	40%	85%

*Tableau n° 8 : Fréquence de visite à la Bpi pour les répondants déjà venus sur place et selon le lieu de résidence (Île-de-France vs hors Île-de-France).*

Parmi les activités déclarées lors des visites effectuées sur place, une large majorité des répondants qui déclarent fréquenter la Bpi ont cité la consultation de livres (83%) : on peut être tenté d'y voir un lien relativement fort existant entre interrogation à distance pour identifier et localiser des ouvrages et consultation sur place. De fait, il semblerait que les usagers qui visitent à la fois le site Internet et les espaces de la Bpi constituent un public particulièrement captif, motivé et intéressé par les ressources que propose l'établissement. Cette réponse tendrait également à prouver qu'il n'y a pas lieu de parler de frontière ou de concurrence entre usages documentaires « traditionnels » et usages « numériques » ou « virtuels » : pour les usagers distants qui fréquentent la Bpi, la consultation de ressources papier demeure en effet au premier rang des pratiques associées à la visite sur place.

→ « **Quelles activités pratiquez-vous lorsque vous venez sur place à la Bpi ?** »

*Question à choix multiple, posée uniquement aux répondants ayant déclaré être déjà venu sur place.*

	Répondants déjà venus sur place
Consulter des livres	83%
Consulter des journaux et des magazines	41%
Utiliser le réseau Wifi sur votre ordinateur portable	30%
Utiliser des documents d'autoformation	14%
Regarder des films	12%
Utiliser Internet sur les ordinateurs de la Bpi	8%
Ecouter de la musique	6%
Autre	19%
<i>dont travailler sur ses propres documents, réviser</i>	12%

*Tableau n° 9 : Activités pratiquées à la Bpi par les répondants déjà venus sur place.*

Parmi les autres pratiques, il est intéressant de relever l'écart important s'établissant entre l'utilisation du réseau Wifi (qui concerne 30% des répondants) et l'utilisation d'Internet sur les ordinateurs de la Bpi (seulement 8%). Habités d'Internet et des nouvelles technologies, les

usagers distants seraient ainsi, semble-t-il, particulièrement bien équipés, connectés et nomades, d'où un recours extrêmement faible aux outils informatiques mis à leur disposition dans les espaces de la bibliothèque.

La réponse « travailler sur ses propres documents » n'avait malheureusement pas été incluse aux propositions de cette question à choix multiple, mais cette précision a été spontanément apportée après sélection de la réponse « Autre » par 12% des répondants qui fréquentent la Bpi. Ce chiffre est donc très certainement sous-évalué ; à titre de comparaison, lors de l'enquête générale de fréquentation de novembre 2009, 56,5% des interrogés déclaraient venir à la Bpi pour travailler sur leurs propres documents. Par contre-coup, il est possible que cet oubli ait entraîné une surreprésentation des autres modalités de réponse.

## 1.7. Usages d'Internet

Les usages d'Internet déclarés par les répondants font une large place à la communication, la sociabilité en ligne, ainsi qu'à la consommation de ressources multimédias : le courriel, très largement répandu, concerne, sans surprise, la quasi-totalité des répondants ; la messagerie instantanée et les réseaux sociaux sont également cités par une majorité des usagers distants de la Bpi. L'effet de génération joue cependant un grand rôle pour ces deux derniers usages, très largement répandus parmi les moins de 25 ans, mais ne touchant, en revanche, qu'une minorité des usagers les plus âgés. Cette tendance est conforme à celle observée par le Crédoc pour l'ensemble de la population française : « la moitié des adolescents (52% des 12-17 ans) et deux tiers des jeunes adultes (65% des 18-24 ans) sont des habitués des réseaux sociaux, alors que passés 40 ans, rares sont ceux qui en font partie »<sup>16</sup>.

### → « Sur Internet, pratiquez-vous les activités suivantes ? »

Question à choix multiple.

	Ensemble des répondants	Moins de 25 ans
Courriel	95%	93%
Ecouter de la musique	69%	84%
Regarder des vidéos	63%	78%
Messagerie instantanée (MSN, etc.)	58%	79%
Réseaux sociaux (Facebook, MySpace, etc.)	58%	81%
Forums	44%	45%
Blogs	40%	33%
Fils RSS (Netvibes, Bloglines, etc.)	30%	24%
Podcasts	30%	26%
Jeux en ligne	19%	23%
Autre	12%	12%

Tableau n° 10 : Activités pratiquées sur Internet par l'ensemble des répondants et par les moins de 25 ans.

L'écoute de musique et la consultation de vidéos en ligne apparaissent en bonne place parmi les activités pratiquées sur Internet par les répondants ; mais là encore, cet usage est nettement discriminé en fonction de l'âge. En revanche, force est de constater que les podcasts et les fils

<sup>16</sup> Crédoc, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française (2009)*, op. cit., p. 107.

RSS, deux outils de communication et de diffusion utilisés par la Bpi à destination de ses usagers distants, ne rencontrent qu'un public limité et sont même assez peu répandus parmi les plus jeunes.

Les usagers distants de la Bpi sont également friands d'autres sites Internet de bibliothèques puisque 63% des répondants déclarent en consulter. Parmi les plus cités : le site Internet de la Bibliothèque nationale de France, des sites de bibliothèques municipales et départementales de prêt (y compris bibliothèques de la ville de Paris), et des sites de bibliothèques universitaires, notamment parisiennes. Les bibliothécaires et documentalistes sont, bien entendu, particulièrement concernés par cette pratique : 95% d'entre eux déclarent consulter d'autres sites Internet de bibliothèques.

Les usagers distants de la Bpi composent ainsi un public assez proche en plusieurs points de celui de la bibliothèque physique, soit parce qu'ils la fréquentent et qu'ils en utilisent les services et les ressources, réelles et virtuelles, soit parce qu'ils la connaissent (par intérêt professionnel, notamment), et s'y réfèrent sur Internet en tant que « lieu-repère », source d'informations et de contenus jugés valides ou pertinents. Dans ce second cas, une forme de proximité « symbolique » semble motiver la consultation du site Internet de la Bpi et expliquer l'attrait d'internautes géographiquement distants. L'examen des réponses aux questions portant précisément sur les modes de connaissance et d'utilisation du site Internet et de l'offre en ligne nous en dira cependant plus sur les motivations associées à cette démarche.

## **2. Connaissance et utilisation de l'offre en ligne**

### **2.1. Ancienneté d'utilisation**

À la différence des espaces « physiques » de la Bpi, qui comptent de nombreux habitués, l'espace « virtuel » que composent le site Internet et l'offre de contenus et services en ligne semble moins propice à l'élaboration d'une démarche de fidélisation. Ainsi, 29% des répondants déclaraient consulter le site Internet de la Bpi pour la première fois, ce qui indique un important renouvellement du public en ligne.

On pourrait être tenté de faire un rapprochement entre ce renouvellement et la période choisie pour l'enquête (à l'automne, soit le début de l'année universitaire, qui correspond à l'arrivée de nouveaux étudiants dans les espaces de la bibliothèque « physique »), mais l'examen des profils de ces nouveaux venus ne vient pas confirmer cette hypothèse : pour la plupart actifs (à 48%) et âgés de plus de 25 ans, ils résident surtout en régions et ne fréquentent pas la Bpi. Ils sont arrivés sur le site Internet via un moteur de recherche ou en suivant un lien depuis un autre site, sans réelle motivation mais par simple hasard pour 28% d'entre eux. Certains d'entre eux ont pu être attirés par le lot à gagner, cette information ayant circulé sur d'autres sites, notamment *ebouquin.fr*<sup>17</sup>, et des réseaux sociaux tels Facebook et Twitter.

À l'inverse, les usagers distants les plus anciens sont sans conteste les professionnels des bibliothèques et de la documentation : 44% d'entre eux consultent le site depuis plus de cinq ans, contre 14% seulement pour l'ensemble des répondants.

---

<sup>17</sup> « Des readers pour le Centre Pompidou » [en ligne], *ebouquin.fr* : toute l'actualité sur le livre numérique, 4 novembre 2009. Disponible sur : <http://www.ebouquin.fr/2009/11/04/des-readers-pour-le-centre-pompidou/>

→ « Depuis combien de temps utilisez-vous le site Internet de la Bpi ? »

	Ensemble des répondants	Bibliothécaires et documentalistes
C'est la première fois	29%	12%
Depuis moins d'un an	30%	13%
Depuis plus d'un an	27%	31%
Depuis plus de 5 ans	14%	44%

Tableau n° 11 : Ancienneté d'utilisation du site Internet pour l'ensemble des répondants et chez les professionnels des bibliothèques.

Chez les scolaires et les étudiants, l'ancienneté d'utilisation du site Internet est fortement corrélée au niveau d'études atteint : plus celui-ci est élevé, plus leur connaissance du site a des chances de dater de plus d'un an, voire de plus de cinq ans ; inversement, c'est chez les étudiants les moins avancés (ayant atteint le niveau Bac), que l'on trouve la part la plus importante de nouveaux venus. En somme, la découverte du site Internet relève, chez les étudiants, d'une démarche similaire à la fréquentation de la bibliothèque : on visite pour la première fois les espaces « physique » et « virtuel » de la Bpi au début des études supérieures, voire, pour certains, dès la fin du secondaire.

## 2.2 Fréquence et durée de consultation

Les résultats concernant la fréquence de consultation du site Internet permettent également d'en savoir un peu plus sur la relation qu'entretiennent les usagers distants avec l'espace occupé par la bibliothèque en ligne. En effet, près de la moitié des répondants déclarent visiter le site Internet de la Bpi moins d'une fois par mois ; à l'inverse, ils ne sont que 3% à le consulter tous les jours. Ces chiffres, très différents de ceux relatifs à la fréquentation de la bibliothèque « physique », révèlent à quel point la démarche de consultation en ligne ne s'inscrit pas dans la même logique que la démarche de visite « réelle » : on vient ponctuellement sur le site Internet afin de chercher une information, consulter le catalogue en ligne, mais on ne vient pas « occuper » l'espace virtuel de la Bpi comme on viendrait « s'installer » sur place, jour après jour, avec ou sans but précis.

→ « À quelle fréquence consultez-vous le site Internet de la Bpi ? »

	Usagers distants (consultent le site Internet...)	Usagers Bpi (fréquentent la bibliothèque...)
Tous les jours ou presque	3%	18%
Une à deux fois par semaine	18%	45%
Une à trois fois par mois	32%	22%
Moins souvent	47%	15%

Tableau n° 12 : Fréquence de consultation du site Internet et comparaison avec la fréquence de visite sur place (données tirées de l'enquête générale de fréquentation, novembre 2009).

Les durées de consultation avancées par les répondants convergent également vers l'idée selon laquelle la consultation du site Internet de la Bpi répondrait à un besoin d'information ponctuel, rapide à satisfaire : pour 72% d'entre eux en effet, cette visite en ligne ne dure pas plus de 15 minutes. Ils ne sont que 6% à déclarer passer plus de 30 minutes sur le site Internet de la Bpi,

alors que cette proportion s'élevait à 41% dans une enquête similaire, menée sur le site Internet de la BnF en 2008<sup>18</sup> (la « profondeur » de ce dernier et l'ampleur des ressources mises en ligne par la BnF expliquant en grande partie cet écart).

→ « Généralement, combien de temps passez-vous sur le site Internet de la Bpi ? »

	Ensemble des répondants
Moins de 5 minutes	22%
Entre 5 et 15 minutes	50%
Entre 15 et 30 minutes	22%
Plus de 30 minutes	6%

Tableau n° 13 : Répartition des répondants selon la durée moyenne de consultation du site Internet de la Bpi. .

Du reste, il faut tenir compte du fait que ces durées, estimées et déclarées par les usagers eux-mêmes, sont sans doute légèrement sur-évaluées. Au cours des deux mois correspondant à la période de l'enquête, la durée moyenne de consultation du site Internet de la Bpi, fournie par l'outil de statistiques Google Analytics, s'établissait en effet à moins de 2 minutes par visite.

Il n'est pas aisé d'interpréter ces chiffres et d'en faire un outil de pilotage pour l'amélioration du site Internet : d'un côté, un temps de consultation relativement court peut signifier que les usagers distants trouvent rapidement l'information qu'ils sont venus chercher et que la présentation, l'organisation des contenus leur convient ; d'un autre côté, il serait tout aussi satisfaisant de parvenir à les « retenir » plus longtemps sur le site, de façon à ce qu'ils découvrent les ressources et services offerts en ligne par la Bpi.

### 2.3. Chemins d'accès

Pour la plupart, les usagers distants se connectent au site Internet de la Bpi en interrogeant un moteur de recherche de type Google. Les requêtes utilisées (fournies, pour la période de l'enquête, par l'outil de statistiques Google Analytics) indiquent toutefois que ce mode d'accès diffère assez peu d'une connexion directe au site Internet, via l'adresse [www.bpi.fr](http://www.bpi.fr). En effet, parmi les vingt premiers résultats apparaissent presque exclusivement des termes ou expressions désignant la Bpi : « bibliothèque beaubourg », « bibliothèque pompidou », « bpi beaubourg », « bibliothèque publique d'information ». L'utilisation du moteur de recherche fonctionne, dans ces cas précis, comme un simple équivalent de la barre d'adresse URL, en plus souple et plus approximatif, puisqu'il accepte des dénominations plurielles et des orthographes voisines.

<sup>18</sup> SCP Communication, *Enquête de publics 2008 : le profil des internautes*, Bibliothèque nationale de France, document interne, 2008.



## → « Comment êtes-vous arrivé aujourd’hui sur le site Internet de la Bpi ? »

	Ensemble des répondants
Via un moteur de recherche (Google, Yahoo, etc.)	55%
En tapant directement l'adresse du site	22%
En suivant un lien depuis un autre site	19%
Autre	4%

Tableau n° 14 : Répartition des répondants selon le chemin d'accès au site Internet de la Bpi.

Pour certains usagers, l'accès au catalogue et aux informations concernant les horaires d'ouverture apparaît toutefois comme une demande précise dès l'interrogation du moteur de recherche : « bpi catalogue » apparaît en 7<sup>ème</sup> position des requêtes enregistrées par Google Analytics durant la période de l'enquête, « catalogue bpi » en 20<sup>ème</sup> position, et « bibliothèque beaubourg horaires » en 27<sup>ème</sup> position. On relève aussi le « mur de berlin » parmi les 100 premières réponses, preuve que le référencement des dossiers documentaires élaborés pour le site Internet permet d'attirer un public qui n'était pas spécifiquement intéressé par la Bpi au premier abord.

Les sites « référents » constituent une part non négligeable des sources de trafic, et ce plus particulièrement pour les nouveaux venus sur le site Internet de la Bpi (répondants déclarant se connecter pour la première fois le jour de l'enquête) : en effet, 40% d'entre eux sont arrivés en suivant un lien depuis un autre site, contre 19% pour l'ensemble de la population. La « dissémination » sur le web de liens renvoyant vers le site Internet de la Bpi et le recours à d'autres sites médiateurs sont donc particulièrement importants pour promouvoir et valoriser les ressources et services offerts en ligne par l'établissement.

La liste, fournie par Google Analytics, des principaux sites référents relevés durant la période de l'enquête fait apparaître en premier lieu plusieurs adresses internes à la Bpi et au Centre Pompidou (adresses du portail ou du catalogue, adresses du Centre et de l'Ircam), mais on note également la présence de nombreux sites institutionnels (médias, autres bibliothèques et établissements culturels, associations professionnelles, etc.), ainsi que celle de réseaux sociaux (Facebook, Twitter) et outils de sélection/partage de signets (Netvibes, Delicious).

### 2.3. Motivations associées à la consultation

Pour une majorité de répondants, la consultation du site Internet constitue une démarche préparatoire à la visite sur place. Ce lien très fort entre consultation en ligne et visite réelle se vérifie très nettement chez les scolaires et les étudiants, qui résident pour la plupart en Ile-de-France et fréquentent régulièrement la Bpi ; tandis que les actifs occupés, et plus particulièrement les bibliothécaires et documentalistes, sont beaucoup moins concernés.

→ « **Aujourd’hui, consultez-vous le site Internet de la Bpi dans le but de préparer une visite sur place ?** »

	Ensemble des répondants	Scolaires et étudiants	Actifs occupés	Bibliothécaires et documentalistes
Oui	58%	79%	36%	14%
Non	42%	21%	64%	86%

Tableau n° 15 : Lien entre consultation du site Internet et visite sur place pour l’ensemble des répondants, et chez certaines catégories d’usagers.

Les motivations associées par les répondants à la consultation du site Internet de la Bpi tendent à prouver qu’une large part des usagers distants considère cet outil comme une simple « vitrine » de l’offre sur place : en effet, la moitié d’entre eux s’est connectée dans le but d’obtenir des informations pratiques sur le fonctionnement de la bibliothèque, et un tiers avait l’intention de consulter le catalogue pour y chercher des références de documents. La recherche documentaire peut ici sembler quelque peu sous-évaluée, en comparaison des statistiques fournies par Google Analytics : durant la période de l’enquête, cette rubrique apparaissait en effet au premier rang des pages consultées, juste derrière la page d’accueil du site Internet. D’un autre côté, on peut s’interroger sur la manière dont les répondants ont compris l’intitulé « informations pratiques », qui a peut-être fait l’objet ici d’une interprétation au sens large (informations sur la Bpi en général). Par ailleurs, le mouvement social, qui a entraîné la fermeture de la bibliothèque durant 4 semaines au moment de l’enquête, a pu induire une sur-représentation des répondants venus chercher quotidiennement en ligne des informations concernant l’ouverture ou non de la Bpi.

→ « **Aujourd’hui, dans quel but êtes-vous venu sur le site Internet de la Bpi ?** »

*Question à choix multiple.*

	Ensemble des répondants	Scolaires et étudiants	Bibliothécaires et documentalistes
Pour chercher des informations pratiques	50%	64%	22%
Pour chercher des documents au catalogue	33%	43%	29%
Pour vous informer sur les manifestations culturelles	24%	21%	34%
Pour consulter des documents en ligne	21%	17%	27%
Par hasard	10%	3%	2%
Pour interroger un bibliothécaire	3%	2%	7%

Tableau n° 16 : Motifs de consultation du site Internet pour l’ensemble des répondants, et chez certaines catégories d’usagers.

Les attentes à l’égard du site Internet et de l’offre en ligne diffèrent en fonction des profils d’usagers : les scolaires et étudiants sont très nettement attirés par la recherche d’informations pratiques et la consultation du catalogue, preuve que ce sont ces publics qui ont l’usage le plus « utilitariste » du site Internet de la Bpi, tandis que les bibliothécaires et documentalistes se connectent en premier lieu pour s’informer sur les manifestations culturelles de la Bpi (peut-être ces professionnels s’en inspirent-ils pour élaborer leur propre programmation ?) et sont nombreux à venir consulter des documents en ligne (il s’agit peut-être en grande partie, dans

leur cas, de documents proposés au format PDF dans la rubrique « Professionnels » du site Internet, à savoir les documents institutionnels, rapports d'enquêtes, etc.).

Pour les nouveaux venus sur le site Internet de la Bpi, la recherche d'informations pratiques constitue le premier motif de visite (41% d'entre eux ont sélectionné cette réponse), suivie par le « hasard » (30% d'entre eux) : il semblerait ainsi que la « primo-connexion » relève soit d'une démarche de renseignement sur la Bpi, que ce soit ou non dans l'optique de préparer une visite sur place, soit d'un parcours de recherche et de consultation ayant abouti, sans intention préalable, sur le site Internet de la Bpi (c'est-à-dire, au terme d'une requête lancée sur un moteur de type Google, ou en suivant un lien depuis un autre site).

## 2.5. Focus sur **Bibliosés@me**, les archives sonores et les expositions virtuelles

### 2.5.1 *Connaissance et utilisation des services*

L'enquête auprès des usagers distants prévoyait une série de questions destinée à évaluer le niveau de connaissance et d'utilisation de trois services en ligne ou sites Internet spécialisés, à savoir **Bibliosés@me**, les archives sonores et les expositions virtuelles, identifiés comme éléments forts de la présence de la Bpi sur le web et premières briques d'une « bibliothèque numérique » aux contours encore mal définis. Il nous semblait intéressant en effet de pouvoir mesurer la visibilité de ces trois services auprès des visiteurs du site Internet principal, identifier leurs publics respectifs et connaître les relations existant, chez ceux-ci, entre utilisation de la bibliothèque « physique » et consultation de ressources entièrement virtuelles.

Sur le premier point, il semble que les trois services, qui apportent pourtant une réelle valeur ajoutée à l'offre de la Bpi en ligne, souffrent d'un déficit de visibilité auprès des usagers distants : malgré leur valorisation en page d'accueil du site Internet (pour **Bibliosés@me**), ou en page d'accueil de la rubrique « La saison culturelle » (pour les archives sonores et les expositions virtuelles), ils ne sont connus que par une minorité de répondants. L'ancienneté d'un service semble toutefois aller de pair avec une plus grande visibilité, puisque c'est **Bibliosés@me**, le plus ancien des trois, qui recueille le meilleur taux. Il sera par ailleurs intéressant de suivre l'évolution de ce chiffre au cours d'enquêtes ultérieures, puisque ce service fait actuellement l'objet d'une campagne de communication, par voie d'affichage et dans la presse notamment.

#### → « **Connaissez-vous...** »

*Le tableau suivant indique la proportion de répondants ayant répondu « oui » à la question « Connaissez-vous... ? » pour chacun des services mentionnés.*

	Ensemble des répondants	Nouveaux venus sur le site	Déjà venus sur le site
<b>Bibliosés@me</b>	38%	21%	45%
Archives sonores	36%	11%	47%
Expositions virtuelles	29%	13%	35%

*Tableau n° 17 : Niveau de connaissance de **Bibliosés@me**, des archives sonores et des expositions virtuelles pour l'ensemble des répondants, et selon l'ancienneté d'utilisation du site Internet.*

Il convient toutefois de relativiser ces chiffres, que la proportion non négligeable de nouveaux venus sur le site Internet contribue à tirer vers le bas. Rappelons en effet que 29% des répondants déclaraient se connecter pour la première fois le jour de l'enquête ; or, si l'on écarte cette population, on obtient des niveaux de visibilité plus satisfaisants pour les trois services.

En raison, sans doute, de leur visibilité restreinte, ces services et contenus offerts en ligne s'avèrent peu, voire très peu utilisés ou consultés. Mais, phénomène étonnant, le niveau d'utilisation d'un service ne semble pas strictement dépendre de son niveau de visibilité : ainsi, *Bibliosés@me*, le plus connu des trois, n'est utilisé que par 8% des répondants à l'enquête, tandis que les expositions virtuelles, qui sont les moins connues, sont utilisées par 20% des répondants. Ce phénomène n'est pas surprenant, à vrai dire : *Bibliosés@me* s'adresse aux usagers qui ont une demande particulière, une question à poser, ce qui restreint par définition le champ des utilisateurs potentiels ; et par ailleurs, le fait d'interroger un bibliothécaire est une démarche qui, même à distance, demande plus d'implication et plus « d'effort » que le simple fait de parcourir une exposition virtuelle.

#### → « Utilisez-vous... »

*Question posée uniquement aux répondants ayant déclaré connaître le service mentionné.*

*Le pourcentage est calculé sur la base de l'ensemble des répondants.*

*Le tableau suivant indique la proportion de répondants ayant répondu « oui » à la question « Utilisez-vous... ? » pour chacun des services mentionnés.*

	Ensemble des répondants	Nouveaux venus sur le site	Déjà venus sur le site
<i>Bibliosés@me</i>	8%	5%	9%
Archives sonores	15%	3%	21%
Expositions virtuelles	20%	6%	26%

*Tableau n° 18 : Niveau d'utilisation de *Bibliosés@me*, des archives sonores et des expositions virtuelles pour l'ensemble des répondants, et selon l'ancienneté d'utilisation du site Internet.*

Signalons enfin que seuls 9 répondants à l'enquête, soit 1% des répondants, ont déclaré être abonnés au podcast des archives sonores. Manque de visibilité du service ou défaut de compétence technique de la part des utilisateurs ? Les raisons de cet insuccès peuvent être nombreuses, mais des mesures pourraient être tentées pour y remédier, comme par exemple une mise en valeur de l'abonnement au podcast dès la page d'accueil du site Internet de la Bpi, en lien avec le fil RSS proposé sur les actualités de l'établissement.

#### 2.5.2. Profils et pratiques des usagers

*Bibliosés@me* et les expositions virtuelles semblent toucher, peu ou prou, le même type de public : on compte, parmi les répondants ayant déclaré utiliser ces deux services, une proportion importante de femmes, et le statut le plus représenté dans les deux cas est celui des actifs occupés, avec une présence très nettement marquée des bibliothécaires et documentalistes. Par ailleurs, la part des répondants résidant en régions dépasse celle des parisiens ou encore celle des franciliens parmi les usagers de *Bibliosés@me* et des expositions virtuelles. Ces quelques caractéristiques mises bout à bout nous invitent à penser que ces deux services en ligne sont largement utilisés par des professionnels des bibliothèques en régions, soit parce qu'ils voient la

Bpi comme un « *relais documentaire* »<sup>19</sup> et qu'ils utilisent indirectement ses ressources (via les réponses à distance) pour répondre aux demandes de leurs propres usagers, soit parce qu'ils considèrent les productions numériques de la Bpi comme une référence, un exemple à connaître et éventuellement à suivre.

Le public des archives sonores est, quant à lui, plus varié, sans doute en raison de la diversité même des champs couverts par les manifestations orales enregistrées et proposées à l'écoute : on relève ainsi une part quasi-égale d'étudiants et d'actifs occupés, et une représentation plus limitée des bibliothécaires et documentalistes.

	Usagers Bibliosés@me	Usagers expos. virtuelles	Usagers archives sonores
Femmes	69%	68%	65%
Hommes	31%	32%	35%
Étudiants	27%	34%	44%
Actifs occupés <i>dont bibliothécaires et documentalistes</i>	58% 30%	55% 23%	42% 13%
Résidant à Paris	27%	25%	32%
Résidant en banlieue parisienne	22%	31%	29%
Résidant en régions hors IDF	37%	37%	31%

Tableau n° 19 : Sélection de données (genre, statut, lieu de résidence) sur les profils des usagers de Bibliosés@me, des archives sonores et des expositions virtuelles.

Si les usagers de Bibliosés@me, des archives sonores et des expositions virtuelles fréquentent, en général, assez peu souvent la Bpi (du fait, pour une partie d'entre eux, de l'éloignement géographique), ils semblent toutefois composer un public relativement « proche » de son site Internet et de ses ressources en ligne : à titre d'exemple, 33% des usagers de Bibliosés@me consultent le site depuis plus de cinq ans et 39% se sont connectés le jour de l'enquête en tapant directement l'adresse du site dans leur navigateur, ce qui laisse entendre qu'ils ont déjà largement pratiqué et mémorisé ce chemin d'accès.

Les données relatives à la fréquence d'utilisation du site Internet renforcent enfin cette idée de « proximité » (ou, en l'occurrence, de fidélité) des usagers des trois services concernés à l'égard du site Internet de la Bpi : ainsi, 32% des usagers des archives sonores et 29% des usagers de Bibliosés@me et des expositions virtuelles déclarent consulter le site plus d'une fois par semaine, contre 21% pour l'ensemble des répondants.

	Ensemble des répondants	Usagers Bibliosés@me	Usagers expos. virtuelles	Usagers archives sonores
Consultent le site depuis plus de 5 ans	14%	33%	28%	22%
Ont accédé au site en tapant directement l'adresse dans leur navigateur	22%	39%	30%	31%
Consultent le site plus d'une fois par semaine	21%	29%	29%	32%
Consultent le site moins d'une fois par mois	47%	34%	26%	25%

Tableau n° 20 : Sélection de données (ancienneté d'utilisation, chemin d'accès, fréquence d'utilisation) sur les usagers de Bibliosés@me, des archives sonores et des expositions virtuelles.

<sup>19</sup> Expression empruntée à Jean-François Barbier-Bouvet, dans *Le lien & le lieu*, op. cit., p. 11.

Visiteurs fidèles et assidus du site Internet de la Bpi, les usagers de Bibliosés@me, des archives sonores et des expositions virtuelles forment ainsi un public à part au sein de la communauté des usagers distants : consommateurs de ressources et services offerts en ligne, leurs attentes à l'égard du site sont plus nettement déconnectées des usages de la bibliothèque « physique », et orientées vers une pratique réellement distante, intégrant la dimension numérique dans une démarche de recherche d'informations et/ou d'acquisition de connaissances.

Mais dans l'ensemble, l'utilisation de l'offre en ligne de la Bpi semble encore largement liée à la fréquentation de la bibliothèque « physique » : on consulte le site Internet assez peu souvent, et généralement, en un temps très court, pour obtenir une information pratique ou des références de documents disponibles sur place. Le recours, encore très limité, aux services et ressources de la « bibliothèque numérique »<sup>20</sup>, conforte l'idée selon laquelle l'usage dominant du site Internet serait un usage très « utilitariste », largement orienté vers les informations et outils destinés à préparer une visite sur place. Pour autant, les usagers distants n'en exigent pas moins un site Internet de qualité, simple à utiliser, riche en informations et en contenus offerts en ligne.

### 3. Satisfactions et insatisfactions

#### 3.1. Ergonomie, graphisme

##### 3.1.1. L'apparence du site

Plusieurs questions proposées au sein de l'enquête en ligne visaient à évaluer le niveau de satisfaction des usagers distants à l'égard du nouveau site Internet de la Bpi, lancé en décembre 2008. Les résultats tendent à prouver que les répondants ont globalement très bien accueilli ce changement de version. Concernant l'apparence du site Internet, ils sont au total 87% à se déclarer très ou assez satisfaits, contre 11% seulement de peu ou pas du tout satisfaits. Les usagers les plus fidèles au site Internet (répondants ayant déclaré le consulter depuis plus de cinq ans) sont les plus nombreux à se déclarer très satisfaits ; mais c'est aussi parmi cette population que l'on trouve la proportion la plus importante d'opinions négatives.

→ « Comment jugez-vous l'apparence du site Internet de la Bpi (couleurs, graphisme, etc.) ? »

	Ensemble des répondants	Nouveaux venus sur le site	Usagers les plus fidèles au site
Très satisfaisante	30%	24%	36%
Assez satisfaisante	57%	61%	48%
Peu satisfaisante	10%	9%	13%
Pas du tout satisfaisante	1%	1%	2%
Sans opinion	2%	5%	1%

Tableau n° 21 : Satisfaction à l'égard de l'apparence du site Internet de la Bpi pour l'ensemble des interrogés, et selon l'ancienneté d'utilisation.

<sup>20</sup> Pour distinguer les services et ressources du site Internet utilisables entièrement à distance de ceux qui constituent une simple « vitrine » de l'offre sur place, nous regroupons sous cet intitulé le service de questions/réponses en ligne Bibliosés@me, les archives sonores et les expositions virtuelles.

Les répondants avaient la possibilité d'ajouter des commentaires dans une zone de texte libre prévue à cet effet. Certains ont souhaité saluer la clarté, la simplicité du site Internet de la Bpi : « *très agréable à l'œil et bien présenté* » (femme, 22 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an), « *j'apprécie l'apparence du site parce qu'il est simple et clair [...]. La mode étant plutôt à des sites complètement « fourre-tout » qui agressent et où on ne retrouve rien, j'apprécie particulièrement le repos, le calme, la quiétude que procure le vôtre à la consultation* » (femme, 50 ans, cadre B de la fonction publique territoriale, consulte le site pour la première fois).

Mais le versant opposé de ces avis positifs consiste en une série de remarques déplorant la sobriété, l'austérité de la présentation, et critiquant le choix des couleurs, le vert en particulier. Ces points expliquent sans doute la relative déception de certains usagers parmi les plus fidèles au site Internet de la Bpi : « *pas assez novateur sur un plan graphique* » (femme, 50 ans, conservateur des bibliothèques, consulte le site depuis plus de cinq ans), « *le graphisme est à revoir : vert horrible et affichage insatisfaisant* » (homme, 38 ans, chef de projet marketing, consulte le site depuis plus d'un an), « *trop de vert tue le vert, les couleurs de l'ancien site étaient plus agréables* » (femme, 27 ans, bibliothécaire, consulte le site depuis plus d'un an).

### 3.1.2. Le repérage et la navigation

Concernant le repérage et la navigation, les répondants font montre là aussi d'un niveau de satisfaction élevé : 86% se déclarent assez ou très satisfaits, contre 12% de peu ou pas du tout satisfaits. On relève assez peu de différences entre les opinions des nouveaux venus et celles des usagers les plus fidèles au site Internet, les seconds étant peut-être un peu plus critiques que les autres (18% de peu ou pas satisfaits parmi cette population).

#### → « Comment jugez-vous la navigation et le repérage sur le site Internet de la Bpi ? »

	Ensemble des répondants	Nouveaux venus sur le site	Usagers les plus fidèles au site
Très satisfaisants	30%	35%	31%
Assez satisfaisants	56%	53%	50%
Peu satisfaisants	11%	6%	14%
Pas du tout satisfaisants	1%	-	4%
Sans opinion	2%	6%	1%

Tableau n° 22 : Satisfaction à l'égard de la navigation sur le site Internet de la Bpi pour l'ensemble des interrogés, et selon l'ancienneté d'utilisation.

La présentation et l'organisation des contenus ont fait l'objet de plusieurs remarques positives, dont certaines faisant explicitement référence à l'ancienne version du site Internet, à titre de comparaison : « *simple à comprendre, on ne se prend pas la tête 3 heures à trouver ce que l'on cherche* » (femme, 22 ans, étudiante, consulte le site pour la première fois), « *le site est très ergonomique, il est facile de se repérer dans les différentes rubriques* » (femme, 28 ans, bibliothécaire, consulte le site depuis plus de cinq ans), « *la nouvelle version du site est beaucoup plus agréable et ergonomique que sa version précédente : bravo* » (homme, 33 ans, bibliothécaire, consulte le site depuis plus de cinq ans).

Inversement, plusieurs voix se font entendre pour déplorer une impression de « surcharge » sur certaines pages (en particulier la page d'accueil) et le manque de visibilité de certains menus de

navigation : « *il y a trop d'éléments visuels sur les pages, ceci affecte la navigation et le repérage. On a l'impression d'être assailli par le site* » (homme, 27 ans, ingénieur en informatique, consulte le site pour la première fois), « *la barre d'accès accueil, découvrir la Bpi, etc. n'est pas assez mise en valeur. Idem pour les rubriques sur le côté gauche : les couleurs ne ressortent pas assez* » (femme, 24 ans, assistante de projet culture à l'hôpital, consulte le site depuis plus de cinq ans), « *on se perd trop facilement dans la nouvelle interface : trop de couleurs, trop de liens, surtout sur la homepage* » (homme, 25 ans, étudiant, consulte le site depuis plus de cinq ans), « *il faudrait mettre en avant les informations les plus importantes et retirer les autres, la page d'accueil est trop surchargée* » (femme, 21 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an).

Il est possible que les usagers qui connaissaient l'ancienne version du site Internet aient été quelque peu « perturbés » par la nouvelle page d'accueil, qui a fait l'objet en 2008 de choix radicalement différents de ceux opérés en 2004 : à la sobriété et au pur esthétisme des « pastilles » animées, on a préféré en effet l'efficacité et le dynamisme d'une page d'accueil proposant des informations jugées essentielles (telles que les horaires d'ouverture) et des actualités régulièrement mises à jour. D'où le sentiment de profusion et de confusion exprimé par certains répondants : « *avant on pouvait accéder à l'essentiel depuis la homepage, alors qu'avec la nouvelle interface, c'est plus compliqué, faut vraiment bien chercher* » (homme, 25 ans, étudiant, consulte le site depuis plus de cinq ans).

### 3.2. Présence et qualité des informations

#### 3.2.1. Des contenus riches...

La question portant sur la satisfaction à l'égard des informations disponibles sur le site Internet est celle qui recueille le taux le plus important de répondants « très satisfaits » (47% contre 30% pour les deux questions précédentes). De plus, les usagers qui consultent le site depuis plus de 5 ans se révèlent être les plus enthousiastes (59% de très satisfaits). Il semblerait donc que non seulement les informations mises en ligne répondent aux attentes des visiteurs du site Internet, mais également que le renouvellement de ce dernier, en décembre 2008, ait été vécu par les usagers les plus fidèles comme une réelle avancée en termes de richesse et d'actualisation des contenus diffusés à distance.

#### → « Comment jugez-vous la qualité des informations présentes sur le site Internet de la Bpi ? »

	Ensemble des répondants	Nouveaux venus sur le site	Usagers les plus fidèles au site
Très satisfaisante	47%	44%	59%
Assez satisfaisante	46%	47%	33%
Peu satisfaisante	4%	4%	5%
Pas du tout satisfaisante	1%	-	2%
Sans opinion	2%	5%	1%

Tableau n° 23 : Satisfaction à l'égard de la qualité des informations présentes sur le site Internet de la Bpi pour l'ensemble des interrogés, et selon l'ancienneté d'utilisation.

De fait, parmi les commentaires librement saisis par les répondants, on trouve une dizaine de remarques soulignant la richesse et la mise à jour régulière des informations : « *C'est riche*



*comme site ! Pas mal ! »* (femme, 25 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an), *« la sélection des contenus est vraiment pertinente et de qualité »* (femme, 36 ans, bibliothécaire, consulte le site depuis plus d'un an), *« Rien à redire sur la richesse de l'information »* (femme, 20 ans, étudiante, consulte le site depuis plus d'un an), *« le site est régulièrement actualisé, très bonne chose »* (femme, 22 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an).

### 3.2.2. ...mais parfois peu explicites

Malgré ces louanges, une série de remarques laisse entendre que certaines informations relatives au fonctionnement de la bibliothèque ne sont pas assez développées et/ou mises en valeur sur le site Internet. Plusieurs répondants s'étonnent ainsi de ne pas avoir trouvé de renseignements concernant les formalités d'inscription et les modalités de prêt à la Bpi ; d'autres déplorent le manque d'informations sur l'ouverture ou non en période de grève : *« je n'ai pas trouvé d'informations concernant les prêts : faut-il être inscrit quelque part ou avoir une carte ? »* (femme, 18 ans, étudiante, consulte le site pour la première fois), *« manque des informations concernant l'adhésion à la bibliothèque pour les nouveaux arrivants »* (femme, 21 ans, étudiante, consulte le site pour la première fois), *« nous ne connaissons pas au jour le jour l'état actuel de la grève »* (femme, 22 ans, étudiante, consulte le site depuis plus d'un an), *« je voulais savoir si c'était ouvert ou si c'était toujours en grève. Je n'ai pas trouvé la réponse sur le site »* (femme, 30 ans, chargée d'études, consulte le site pour la première fois).

Mais s'il est un type d'informations à propos duquel les répondants souhaiteraient trouver plus de détails sur le site Internet, il s'agit sans conteste des données relatives aux horaires d'ouverture et à la fréquentation de la bibliothèque. A minima, cette demande consiste en la révision du tableau des horaires conseillés pour l'accès à la Bpi : *« peut-être serait-il utile de revoir les horaires où l'accès à la bibliothèque est conseillé »* (femme, 21 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an), *« planning de fréquentation de la bibliothèque pas assez clair »* (femme, 22 ans, étudiante, consulte le site depuis plus d'un an). Mais pour d'autres répondants, il s'agirait d'avoir à disposition des informations bien plus détaillées sur la fréquentation des espaces : *« des statistiques de fréquentation selon les époques de l'année, les jours, les heures, le nombre de personnes qui entrent quotidiennement dans la bibliothèque »* (femme, 31 ans, étudiante et juriste conseil), *« avoir sur le site des stats sur la fréquentation (courbes d'entrées et de sorties à la manière des courbes de température météorologique) »* (homme, 26 ans, étudiant, consulte le site depuis plus d'un an).

Quant aux critiques et suggestions portant sur la rubrique Professionnels du site Internet, elles sont assez peu nombreuses (une dizaine de remarques au total), et témoignent essentiellement d'une attente en termes de formation, que ce soit en vue des concours ou pour la pratique professionnelle au quotidien : *« des informations sur les concours au niveau des questions sur le public »* (femme, 35 ans, adjoint du patrimoine, consulte le site depuis plus d'un an), *« en tant que professionnelle, j'aimerais un espace un peu plus dédié aux formations, voire des liens avec des organismes de formation avec lesquels travaille la Bpi »* (femme, vidéothécaire, consulte le site depuis plus d'un an), *« le recensement des offres de stage en bibliothéconomie ; des documents sonores nous informant sur les différents logiciels de gestion de bibliothèques »* (homme, 26 ans, bibliothécaire assistant au Burundi, consulte le site pour la première fois).

### 3.3. Contenus et services en ligne

#### 3.3.1. Une demande de documents « primaires »

Si les demandes d'informations relatives au fonctionnement de la bibliothèque témoignent de l'intérêt des usagers distants pour les espaces « physiques » de la Bpi, on relève une attente tout aussi pressante, sinon plus, en termes de documents intégralement consultables à distance, en vue d'un usage cette fois totalement déconnecté de la bibliothèque sur place. Une quarantaine de répondants se sont en effet exprimés sur ce thème dans le champ dédié aux suggestions d'amélioration : « *des documents en ligne, en quantité !* » (homme, 46 ans, inventeur, consulte le site depuis plus de cinq ans), « *plus de contenus numérisés* » (homme, 38 ans, consultant, consulte le site depuis plus d'un an), « *plus de fichiers numériques à télécharger* » (homme, 59 ans, conducteur poids lourd, consulte le site depuis moins d'un an).

Selon certains, le site Internet de la Bpi, une fois enrichi de collections numérisées, pourrait alors clairement se substituer à une visite sur place : « *plus de ressources accessibles en ligne. C'est difficile de rentrer à la Bpi en période d'examens* » (femme, 25 ans, assistante des bibliothèques, consulte le site depuis plus d'un an), « *la possibilité de visualiser les livres électroniques moyennant un prix. Cela serait plus pratique et nous permettrait de ne pas avoir à nous déplacer surtout si la recherche est minime* » (femme, 20 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an), « *une consultation en ligne car il faut parfois attendre longtemps avant de pouvoir entrer à la bibliothèque qui est surpeuplée* » (femme, 43 ans, rédactrice-secrétaire, consulte le site depuis moins d'un an).

Les précisions apportées quant à la nature de ces documents accessibles en ligne font montre de la plus grande variété ; il s'agirait aussi bien de livres et de revues que de documents sonores et vidéo : « *avoir disponible de manière systématique (ou du moins autant que possible) sous forme électronique les livres qui sont dans le fond documentaire de la Bpi* » (homme, 30 ans, ingénieur en informatique, consulte le site pour la première fois), « *je trouve regrettable que l'on ne puisse pas consulter les périodiques numérisés de chez soi* » (femme, 20 ans, étudiante, consulte le site depuis plus d'un an), « *plus de possibilités multimédias, plus de périodiques disponibles sur Internet* » (femme, 23 ans, étudiante), « *la possibilité de consulter certains documents sonores en ligne (pas uniquement les archives sonores)* » (homme, 25 ans, étudiant, consulte le site pour la première fois), « *des vidéos consultables sur place accessibles sur le net, par exemple vidéo de Garri Bardine introuvable ailleurs, documentaire sur Maïakovski, Casse Noisette dansé par Noureev, etc.* » (femme, 49 ans, enseignante, consulte le site depuis plus d'un an).

#### 3.3.2. Des attentes en termes de médiation numérique

Parallèlement à cette demande de documents « primaires » accessibles à distance, les réponses apportées à la question « Quelles améliorations et nouveautés souhaiteriez-vous trouver sur le site Internet de la Bpi ? » témoignent parfois d'une attente en termes de médiation, autrement dit d'informations « secondaires » produites et délivrées pas les bibliothécaires. Les demandes émises par les répondants relèvent aussi bien de la sélection documentaire (suggestions de lecture, critiques d'ouvrages), que de la veille sur les ressources numériques : « *des propositions de lecture sur des thèmes choisis, des coups de cœur en musiques de films* » (femme, 30 ans, adjoint du patrimoine, consulte le site depuis plus d'un an), « *j'aimerais avoir une sélection de lectures se rapportant à un même thème* » (femme, 58 ans, préretraitée de

l'imprimerie des timbres, consulte le site depuis moins d'un an), « *plus de critiques sur les différents ouvrages* » (homme, 21 ans, étudiant, consulte le site pour la première fois), « *une veille documentaire pointue sur quelques sujets (actualité, arts, histoire)* » (homme, 26 ans, travaille pour un centre régional du livre, consulte le site depuis plus d'un an), « *une veille documentaire plus actuelle sur les ressources numériques, particulièrement sur les sites sélectionnés (mises à jour, etc.)* » (femme, 31 ans, bibliothécaire, consulte le site depuis plus d'un an).

Concernant la recherche documentaire, les usagers distants déplorent, comme lors des focus groups organisés par le Crédoc en 2004, le fonctionnement peu intuitif, trop complexe, du catalogue en ligne : « *la clarté des paramètres de recherche pourrait être améliorée* » (femme, 23 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an), « *le catalogue n'est pas assez pratique* » (femme, 23 ans, étudiante, consulte le site depuis plus d'un an), « *les pages consacrées à la recherche documentaire sont trop chargées, je ne sais jamais comment chercher* » (femme, 24 ans, assistante de projet culture à l'hôpital, consulte le site depuis plus de cinq ans).

Mais s'ils appellent de leurs vœux un outil plus pratique, plus simple à utiliser, ils ne focalisent pas, pour autant, la totalité de leur attention sur le fonctionnement technique du logiciel ou l'ergonomie de l'interface. C'est en effet vers l'idée d'un enrichissement éditorial de la rubrique Recherche documentaire que convergent certaines remarques et suggestions d'amélioration : « *une présentation des nouveautés du catalogue pourrait être intéressante* » (femme, 23 ans, étudiante, consulte le site depuis plus d'un an), « *mettre des vignettes des livres que vous affichez sur le site, cela permettrait de rendre le site un peu plus vivant* » (homme, 30 ans, ingénieur en informatique, consulte le site pour la première fois), « *pas assez détaillé, ne met pas assez en valeur les ouvrages consultables* » (femme, 28 ans, étudiante). Tant sur le fonctionnement que sur l'enrichissement éditorial, ces remarques et suggestions trouveront sans doute une réponse lors de la mise en ligne du futur système de recherche fédérée de la Bpi.

### 3.3.3. Des services en ligne essentiellement tournés vers les usages sur place

Les suggestions d'amélioration concernant les services offerts sur le site Internet de la Bpi s'inscrivent majoritairement dans une démarche de préparation de la visite sur place. Pour une dizaine de répondants en effet, il s'agirait de pouvoir consulter des informations actualisées « en temps réel » sur le taux d'occupation de la Bpi et l'estimation de la durée d'attente à l'entrée : « *je souhaiterais avoir sur le site des infos comme le nombre de places disponibles en temps réel (puisque ce chiffre est déjà disponible sur un écran à l'entrée de la Bpi, pourquoi ne pas le mettre en ligne ?) et le temps d'attente estimé pour l'entrée (ou l'état de la queue)* » (homme, 26 ans, étudiant, consulte le site depuis plus d'un an), « *il serait très utile de pouvoir connaître depuis le site le taux d'occupation de la Bpi pour ne pas arriver et trouver une file d'attente qui contraint à rentrer chez soi* » (homme, 25 ans, étudiant, consulte le site depuis plus de cinq ans), « *une information en temps réel sur l'accès à la bibliothèque : plein à 100%, 90%... accès fluide ou difficile, etc.* » (femme, 35 ans, maître de conférences).

Dans le même ordre idée, on retrouve quelques suggestions consistant à placer une webcam au dessus de l'entrée de la Bpi, ou la possibilité de pouvoir réserver virtuellement une place dans la file d'attente : « *webcam de la file d'attente pour accès à l'entrée* » (homme, 27 ans, étudiant, consulte le site depuis plus d'un an), « *possibilité de réservation d'une place numérotée dans la queue, parce que c'est extrêmement long et fatigant avec le froid qu'il fait* »

*dehors* » (femme, 28 ans, étudiante). Enfin, toujours dans l'optique de préparer une visite sur place, un répondant suggère la « *possibilité de réserver des places d'autoformation ou d'écoute musicale via Internet* » (femme, 32 ans, géographe en recherche d'emploi, consulte le site depuis moins d'un an).

Les rares suggestions qui relèvent d'une médiation entièrement numérique témoignent, quant à elles, d'une demande de communication, d'interactivité, soit entre usagers et bibliothécaires, soit pour les seuls usagers entre eux : « *est-ce qu'il serait possible de mettre en place un forum pour que les lecteurs puissent échanger des informations ?* » (femme, 28 ans, ingénieur en informatique, consulte le site pour la première fois), « *liens de contact entre chercheurs et documentalistes, pourquoi pas un forum ?* » (femme, 22 ans, étudiante, consulte le site depuis moins d'un an), « *un peu plus d'interactivité* » (homme, 21 ans, étudiant, consulte le site pour la première fois), « *plus d'ouverture vers les usagers ; des modes de communication personnalisés* » (femme, 50 ans, conservateur des bibliothèques, consulte le site depuis plus de cinq ans). Comme pour la recherche documentaire, ces remarques entrent particulièrement bien en résonance avec des projets en cours à la Bpi ; aussi pourront-elles venir alimenter les réflexions actuelles et à venir au sein des différents groupes de travail que compte l'établissement.

## **Bilan des enseignements de la phase quantitative**

Si le public distant diffère en partie du public de la bibliothèque « physique » (29% des répondants à l'enquête n'ont jamais fréquenté les espaces de la Bpi), les usages constatés en ligne se révèlent en grande partie structurés par la connaissance et la pratique des lieux : plus de la moitié des répondants se connectent en effet pour préparer une visite, et la recherche d'informations pratiques arrive en tête des motivations associées à la consultation du site Internet. L'accès distant peut toutefois, chez certaines catégories d'usagers, se distinguer, se « déconnecter », de la fréquentation sur place : les professionnels des bibliothèques et de la documentation ont ainsi, très souvent, un usage réellement et exclusivement distant des ressources et services offerts par la Bpi, l'éloignement physique étant, en ce qui les concerne, compensé par une forme de « proximité symbolique » avec l'univers de la bibliothèque.

Par ailleurs, c'est chez les nouveaux visiteurs du site Internet de la Bpi<sup>21</sup> que le lien avec la bibliothèque « physique » se révèle être le plus lâche : ils n'ont, pour la plupart, jamais fréquenté la bibliothèque (64% d'entre eux ont fourni cette réponse). Et s'ils peuvent être attirés par la recherche d'informations sur le fonctionnement de l'institution, ils sont également nombreux (30% exactement) à être arrivés sur le site « par hasard », au terme d'un parcours de recherche et de navigation généralement mené à l'aide d'un moteur de type Google. Dès lors, à l'égard de cette catégorie d'usagers distants, la présence en ligne de la Bpi positionne l'institution en tant que fournisseur de contenus sur Internet et lui permet d'atteindre, grâce à un bon référencement sur les moteurs de recherche, certains de ses objectifs en termes d'élargissement et de diversification des publics.

Mais pour assumer pleinement ce positionnement, encore faut-il que la Bpi propose (et sache rendre visible sur Internet) des contenus et services intégralement disponibles à distance et susceptibles de répondre à cette démarche de recherche d'informations. Interrogés sur la présence et la qualité des informations mises en ligne sur le site, les répondants se déclarent

---

<sup>21</sup> Rappelons que 29% des répondants ont déclaré se connecter pour la première fois au site Internet de la Bpi le jour de l'enquête.

globalement satisfaits, voire très satisfaits. Ce qui ne les empêche pas de réclamer la mise à disposition de contenus numérisés supplémentaires, qu'il s'agisse de documents textes (livres, revues, articles) ou multimédias. Les commentaires ajoutés librement par les répondants témoignent également d'une attente réelle en termes de médiation numérique : considérés comme des spécialistes dans leurs domaines, les bibliothécaires de la Bpi sont attendus en ligne, par le public comme par les professionnels, sur le terrain de la sélection, de la recommandation et de la valorisation documentaires.

La présence encore limitée et le manque de visibilité de tels contenus, primaires ou secondaires, sur le site Internet de la Bpi, expliquent sans doute en partie le rattachement actuel, solidement ancré, des usages numériques aux usages sur place. Si l'identification et l'appropriation de l'espace virtuel de la Bpi nous semblent encore faibles aujourd'hui (du moins par rapport à l'investissement constaté des espaces « physiques » de la Bpi), on peut estimer qu'elles se modifieront avec l'évolution de l'offre proposée à distance, ainsi qu'avec sa valorisation et sa diffusion sur Internet.

## Deuxième partie : résultats de la phase qualitative (focus groups)

### Introduction

La phase qualitative de l'enquête auprès des usagers distants de la Bpi s'est déroulée les 28 juin et 1er juillet 2010, prenant la forme de deux focus groups (ou groupes de discussion) animés par une sociologue<sup>22</sup>. Le premier groupe réunissait 13 usagers d'âges et de profils variés (étudiants, actifs occupés ou en recherche d'emploi), recrutés suite à leur participation à l'enquête en ligne. Le second groupe était, pour sa part, constitué de 10 professionnels de l'information et de la documentation, recrutés pour moitié suite à l'enquête en ligne, et pour l'autre moitié, via un contact plus personnalisé, établi par l'intermédiaire du service Coopération et Relations Internationales de la Bpi.

L'animation de ces focus groups s'appuyait sur un guide abordant plusieurs thématiques, et prévoyant pour chacune un temps d'échange et de débat entre participants. Dans les deux cas, il s'agissait d'en savoir plus sur les pratiques, les représentations et les attentes des usagers, en les invitant à s'exprimer tout d'abord sur leur utilisation concrète du site Internet de la Bpi, puis sur leur recours à d'autres types de ressources et services en ligne. D'une durée de 2 heures chacune, ces séances ont permis de confirmer certaines observations ou hypothèses tirées de la phase quantitative de l'enquête. En favorisant la circulation d'une parole libre, elles ont également ouvert des perspectives critiques supplémentaires, notamment sur des attentes en termes de personnalisation et d'interaction autour des contenus mis en ligne.

Les lignes qui suivent s'attachent à décrire les principaux enseignements tirés de ces focus groups, en insistant d'abord sur les usages constatés du site Internet et de ses différentes rubriques, puis en s'attardant sur la question de l'organisation de l'information, thème qui a suscité de nombreuses critiques et alimenté d'intéressantes comparaisons entre navigation sur le site et repérage dans les allées et rayonnages de la bibliothèque. Enfin, les participants n'ont pas été avares en recommandations et suggestions pour le site Internet de la Bpi ; et nous verrons plus précisément à l'occasion du dernier point ce qu'ils attendent de la présence en ligne d'une telle institution, tant d'un point de vue personnel que professionnel.

### **1. Des usages peu diversifiés : « moi, je reste uniquement sur le moteur de recherche, point barre »**

Les usages du site Internet de la Bpi relevés chez les participants aux focus groups se sont révélés particulièrement homogènes et pour le moins restreints par rapport à l'offre de contenus et de services proposés en ligne. Il est vrai que la tenue de ces séances à Paris favorisait la participation d'usagers parisiens ou franciliens, fréquentant la Bpi et consultant son site Internet à des fins de recherche documentaire.

#### **1.1. L'attrait de la recherche documentaire**

Les usagers réunis dans le cadre du premier focus group se sont, pour la plupart, retrouvés autour d'un attrait commun pour la recherche documentaire : s'ils font la démarche de se

---

<sup>22</sup> Agnès Camus-Vigué, chargée d'études en sociologie au service Études et recherche de la Bpi.

connecter au site de la Bpi, c'est avant tout pour identifier des ouvrages et préparer une visite sur place. Sur ce point, les pratiques des participants sont conformes aux statistiques de consultation du site Internet fournies par Google Analytics, qui font apparaître la rubrique « Recherche documentaire » en tête de liste des pages les plus consultées par les utilisateurs<sup>23</sup>. Lise et Amandine, toutes deux étudiantes, expriment ainsi très clairement ce qu'elles attendent du site Internet de la bibliothèque : « *Le site, je m'en sers principalement pour la recherche documentaire, à 90%* » (Lise, étudiante en histoire de l'art) ; « *le site, je l'emploie surtout pour préparer ma visite, pour déjà connaître les cotes et voir si l'ouvrage est disponible* » (Amandine, étudiante en arts plastiques). Si ces deux jeunes femmes indiquent clairement leur préférence pour l'une des rubriques du site (pour désigner les autres, Amandine emploie l'expression « *les rubriques en plus* », ce qui révèle le peu d'intérêt qu'elle leur accorde), Roland, lui, va jusqu'à exclure toute possibilité de recours à un autre type de contenu : « *moi, je reste uniquement sur le moteur de recherche, point barre* » (Roland, chef de projet marketing, en formation continue au CNAM).

Cette préférence commune pour la recherche documentaire s'accompagne toutefois de modalités d'usages un peu plus variées. Lise, Amandine et Roland consultent systématiquement le catalogue en ligne avant de se rendre à la Bpi, ce qui leur évite un déplacement inutile si l'ouvrage qu'ils recherchent ne figure pas au catalogue, et leur permet de gagner du temps lors de leurs visites. Vanessa, elle, a commencé à se connecter au site Internet de la Bpi lorsqu'elle était étudiante à Grenoble, pour y chercher des références bibliographiques, en utilisant notamment la base de données Bpi-doc. Quant à Véronique, formatrice et animatrice d'ateliers d'écriture, elle a préféré déconnecter la consultation du catalogue en ligne de la démarche de visite sur place suite à plusieurs expériences décevantes : « *Moi je suis bien plus frustrée par le fait de ne pas trouver les livres disponibles en rayon, et ça, ça m'arrive très souvent. Donc, ce que je fais maintenant, c'est que j'attends que ma liste de bouquins soit suffisamment longue pour me déplacer* ».

Enfin, d'autres usages du site Internet, en partie complémentaires de la recherche documentaire, sont également cités par des participants, même s'ils restent très minoritaires. Ainsi Brigitte, documentaliste en lycée, consulte régulièrement la revue *De ligne en ligne* : « *Moi, j'aime bien la revue, j'ai vu qu'elle était en ligne. J'aime bien l'exemplaire papier aussi, je lis un peu les deux* ». Quant à Véronique, ce sont les enregistrements des manifestations qu'elle suit et écoute avec attention, car elle n'est généralement pas disponible aux horaires où celles-ci sont programmées « *J'utilise le site essentiellement pour les archives sonores. J'écoute toutes les tables rondes des écrivains parce que je suis plutôt dans ce monde de l'écrit. J'écris et puis j'anime des ateliers d'écriture. Donc, j'écoute chez moi tous les débats parce que je ne peux jamais y être* ».

## **1.2. L'élaboration de cheminements personnalisés**

Cette préférence marquée pour certains contenus du site Internet de la Bpi s'accompagne, chez les usagers interrogés, de cheminements balisés et personnalisés, qui s'avèrent parfois très sélectifs, voire totalement restrictifs. Ainsi, Amandine, qui s'est souvent heurtée à des problèmes d'indisponibilité de la recherche documentaire, a découvert l'adresse directe du

---

<sup>23</sup> En 2010, la page d'accueil de la rubrique « Recherche documentaire » a été consultée plus de 800 000 fois par les internautes (sans compter les consultations depuis les postes informatiques disponibles sur place), ce qui représente plus de 30% des pages vues sur l'ensemble du site. Il s'agit de la deuxième page la plus consultée derrière la page d'accueil.

catalogue, qu'elle a conservée dans ses favoris pour ne plus avoir à passer par la page d'accueil du site : « *pour parer au bug dans la recherche documentaire, je ne sais pas comment je me suis débrouillée, mais j'ai trouvé l'adresse qui me donne accès directement, en tout cas c'est la même présentation que... enfin le site de recherches à la Bpi. Je ne sais pas comment je me suis débrouillée, je prends les raccourcis, je vais directement là et je ne passe plus par le site de la Bpi* ». Sans aller jusqu'à ce détournement de l'usage prévu par l'institution, plusieurs participants au premier focus group avouent qu'ils ne regardent pas les actualités en page d'accueil lorsqu'ils arrivent sur le site Internet de la Bpi, préférant généralement cliquer sur l'intitulé de la rubrique « Recherche documentaire ».

Cette appropriation par le choix et la mise à l'écart de certains contenus peut sembler décourageante aux yeux des rédacteurs du site, mais il faut savoir qu'elle constitue une dimension quasi-incontournable de la lecture sur Internet, comme l'ont déjà montré de précédentes études<sup>24</sup>. Par peur de la désorientation ou angoisse de la perte de temps, certains usagers reconnaissent qu'ils délaissent sciemment certains contenus ou services proposés par le site. La curiosité et le plaisir de la découverte laissent alors place à la recherche d'efficacité via l'emprunt de chemins déjà balisés, comme chez Lise et Roland : « *Généralement, je suis tenue par le temps, je n'ai pas envie d'aller à l'aventure sur le site. J'ai une recherche documentaire à faire, je me dépêche de la faire* » (Lise) ; « *moi, je n'utilise jamais, en fait, le champ de recherche qui est au-dessus, voilà, ici [en haut de la page d'accueil]. Je prends toujours Recherche documentaire. J'ai toujours eu peur que ça m'emmène dans des cheminements qui n'ont rien à avoir avec la recherche documentaire* » (Roland).

Toutefois, les habitudes de lecture prises sur le site Internet de la Bpi ne relèvent pas toutes d'une telle démarche de sélection/élimination, et il nous faut également signaler d'autres usages, plus ouverts au vagabondage et à la découverte. Xavier, étudiant en classe préparatoire scientifique, s'arrête systématiquement sur les actualités qui s'affichent en page d'accueil ; Patrice, animateur socioculturel, a un jour découvert, en cheminant sur le site, des contenus musicaux qu'il ne connaissait pas ; quant à Brigitte, elle se connecte occasionnellement au site, souvent après avoir reçu la lettre d'information, pour « *faire le tour* » des nouveaux contenus mis en ligne : « *mon usage est assez différent mais c'est pour ça qu'il est devenu occasionnel en fait, et si je viens, je vais être assez exhaustive ou assez..., enfin je vais faire du vagabondage sur le site* ».

### **1.3. Des usages professionnels plus ouverts**

Ce sont finalement les usagers professionnels, réunis dans le cadre du second focus group, qui se révèlent les plus curieux, les plus ouverts à la découverte des contenus et services en ligne proposés par la Bpi. Ce phénomène est explicitement lié à la pratique de la veille chez les professionnels des bibliothèques et de la documentation : si les autres catégories d'usagers consultent le site Internet dans une visée bien précise (faire une recherche documentaire, trouver une information pratique), les professionnels, eux, se connectent pour voir « *ce qu'il se passe* », soit un projet suffisamment vague pour ne pas s'inscrire dans un cheminement balisé, programmé à l'avance. Pour Alexandre, conservateur des bibliothèques, cette veille s'inscrit dans une démarche d'actualisation des connaissances professionnelles, voire dans une certaine forme de concurrence – ou en tout cas de surveillance – entre les établissements : « *donc, il y a*

---

<sup>24</sup> Voir notamment Franck Ghitalla et al., *L'oultre-lecture : Manipuler, (s')approprier, interpréter le Web*, Paris : Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2003.



*aussi un côté qui, sans être de l'espionnage industriel, correspond quand même un petit peu à ça ».*

Les comptes rendus, retours d'expérience, et même programmes des manifestations culturelles sont ainsi particulièrement appréciés par les professionnels des bibliothèques, qui y voient une source d'inspiration pour développer leur propre politique documentaire, de services ou d'animation : *« Par exemple, pour les ressources numériques, j'ai pas mal regardé les retours d'expériences des bibliothèques justement par rapport à des questions que l'on se pose sur les ressources que l'on souhaite acquérir. Cela nous donne une idée »* (Claire, bibliothécaire) ; *« ce qui m'intéresse, c'est de voir les activités, les actions culturelles qui sont proposées aux usagers »* (Laurence, directrice de bibliothèque). Riche de ces informations et documents publiés à destination des professionnels (rapports, chartes, comptes rendus, etc.), le site Internet de la Bpi représente ainsi pour certains participants un véritable *« soutien professionnel »* : *« des fois ça m'aide à argumenter certaines choses que j'aimerais faire passer auprès de la municipalité, de la direction »* (Agathe, responsable informatique et multimédia d'un réseau de bibliothèques).

Les usagers professionnels du site n'oublient pas pour autant le catalogue en ligne, mais leur recours à cet outil s'inscrit souvent lui-même dans une démarche de veille ou de service à leurs propres usagers. Delphine fréquente le site Internet *« au cours des réponses aux recherches documentaires qu'[elle] fait avec les usagers de la bibliothèque où [elle] travaille »* ; Blandine, s'en servait quant à elle lorsqu'elle faisait des acquisitions : *« A Valence, quand j'étais un peu sèche sur un domaine, j'allais voir ce que vous aviez »*. Quant à Marta, bibliothécaire italienne, elle s'est principalement intéressée au catalogue en ligne d'un point de vue technique : *« au cours des années, j'avais fréquenté le site surtout pour ce qui concerne les catalogues. J'ai travaillé dans un groupe qui s'occupait de notre site Internet et du catalogue de la bibliothèque, et donc je voulais voir comment vous aviez résolu certains problèmes et certaines choses »*.

Dans la lignée de l'enquête mise en ligne à l'automne 2009 sur le site Internet de la Bpi, les deux focus groups menés en 2010 ont ainsi confirmé une importante différence de pratique et de regard entre usagers professionnels et non professionnels, différence qui nous semble très nettement liée au projet initial, motivant la consultation : projet précis (préparer une visite sur place), associé à un cheminement déterminé (l'accès direct à la recherche documentaire) pour les uns ; projet vague (la veille, l'intérêt professionnel), autorisant le vagabondage et la découverte pour les autres. Malgré cet écart, les deux catégories d'usagers se rejoignent sur d'autres sujets, à commencer par l'organisation de l'information sur le site.

## **2. Une organisation de l'information jugée peu satisfaisante : « il faut gratter, ce n'est pas très lisible »**

### **2.1. Un foisonnement d'informations qui perturbe la lisibilité**

Au cours des deux focus groups organisés à la Bpi, les participants se sont, pour la plupart, retrouvés autour d'une impression de profusion, de foisonnement d'informations, perturbant la lisibilité et la navigation. Ce sentiment semble tenir en premier lieu à la multiplicité et à la diversité des sujets traités sur le site Internet de la Bpi. Lise nous explique ainsi qu'elle ne

s'arrête jamais sur les actualités proposées en page d'accueil, car cette diversité de propositions « [l]'agresse » : « *il y a une volonté de faire un beau site agréable à l'œil mais honnêtement... sauf la recherche documentaire, je ne vais nulle part ailleurs parce que ça m'agresse, c'est le bordel ! [...]* Moi, j'ai vraiment besoin d'utiliser quelque chose de très simple. Là, c'est : « Regardez, on a plein de choses à vous montrer ». *Non, je n'ai pas envie de ça* ». Cette réaction de rejet face à une impression de surcharge, de « trop-plein » d'information, ne doit pas être considérée comme un cas isolé : elle fait notamment écho à certaines critiques émises lors de l'enquête en ligne menée à l'automne 2009, et plus particulièrement aux propos d'un jeune homme qui déclarait se sentir « *assailli par le site* ».

Tous les participants aux deux focus groups ne s'accordent pas forcément sur ce point de vue (Brigitte estime par exemple que ces propositions variées relèvent de l'« *ouverture culturelle* »), mais cette impression de foisonnement et de perte de repères nous semble devoir être prise au sérieux car elle induit un effet de brouillage, rendant illisible la politique éditoriale du site et réduisant à néant les efforts de valorisation des différents contenus. Pour preuve, ces propos de Roland, qui semble gêné par un manque de cohérence dans la conception éditoriale du site : « *C'est peut-être ça aussi qu'il faut interroger. Si demain, votre logique c'est de dire : « Il y a des gens qui viennent pour le moteur et il faut leur faire découvrir autre chose », donc, effectivement il faut mettre en avant ces autres choses. Ou sinon, peut-être que vous aurez la logique de dire : « C'est un moteur de recherche et les gens viennent pour le moteur de recherche, c'est tout ». Après, c'est vous qui voyez, mais sincèrement, tel qu'est fait aujourd'hui le site, je trouve que les autres éléments ne sont pas mis suffisamment en valeur pour que ça me donne envie d'aller voir* ».

Enfin, selon les usagers professionnels du site, il semblerait que cette impression de foisonnement d'informations relève plutôt des pratiques de rédaction et de mise en page des contributeurs, jugées peu adaptées au support numérique. Laurence qualifie ainsi le site Internet de la Bpi de « *bavard* » : « *Il y a beaucoup de mots pour dire les choses. Alors peut-être parce qu'il y a des années, il fallait expliciter. Aujourd'hui on a l'habitude des sites, il y a des choses qui deviennent évidentes* ». Quant à Delphine, elle relève elle aussi ce côté « *verbeux* » et déplore un manque d'éléments visuels pour faciliter le repérage et la navigation : « *Le lettrage n'est pas très clair. Quand on cherche quelque chose, on aimerait bien que ce soit plus clair. Il y a beaucoup d'informations, de caractères [...], il y a beaucoup de mots. Voilà, ça manque de logos, de pictogrammes, je ne sais pas quoi, quelque chose qui clarifierait la présentation* ».

## **2.2. Une organisation des rubriques qui prête à la confusion**

Mais peut-être plus encore que l'ampleur des informations disponibles en ligne, c'est leur organisation au sein des différentes rubriques du site qui semble poser problème aux participants. Usagers professionnels et non professionnels se montrent la plupart du temps déroutés puis étonnés lorsqu'on leur demande d'imaginer les contenus proposés au sein d'une rubrique qu'ils ne connaissent pas encore, puis lorsqu'on leur dévoile ce qu'il en est : « *Pour moi « Découvrir la Bpi », c'est vraiment fait pour le novice, celui qui n'est jamais allé à la Bpi. Donc c'est les horaires d'ouverture, c'est le catalogue, c'est pour juger de l'importance de la Bpi, ou trouver les plans d'accès, etc. Ce n'est pas me remonter des infos sur des revues ou des livres* » (Roland).

D'une manière générale, les participants soulignent l'ampleur des contenus mis en ligne sur le site Internet de la Bpi, et regrettent l'effet de « dissolution » qui en découle, les informations

qui les intéressent étant parfois reléguées dans les niveaux inférieurs de l'arborescence. Face à cette organisation parfois déroutante, ce sont les professionnels qui semblent le plus armés, car ils savent, en général, « *qu'il y a des trucs* » : « *C'est difficile à trouver, il faut gratter, ce n'est pas très lisible. On sait qu'il y a des trucs mais c'est comme pour le catalogue, il faut gratter* » (Laurence). A l'inverse, certains usagers non professionnels, moins aventureux, ont appris au cours du focus group l'existence de contenus et services susceptibles de les intéresser, à l'instar de Sophie, étudiante en lettres modernes : « *Les archives sonores, je ne savais même pas que ça existait [...]. Depuis tout à l'heure, j'en entends parler, ça m'intéresserait...* ».

Mais l'organisation des contenus n'est pas la seule en cause, et le choix des intitulés fait lui aussi l'objet de plusieurs critiques, à commencer par « Découvrir la Bpi », formulation qui ne reflète en rien, selon les usagers, le contenu de la rubrique : « *Moi je trouve que les onglets sont mal nommés [...]. Parce que pour moi, c'est vrai, « Découvrir la Bpi », ça ressemble à l'accueil pour aller voir les horaires, le métro le plus proche, enfin des choses comme ça [...]. Parce que c'est trop large comme nom, ça fait un peu tout et n'importe quoi, un grand bazar* » (Audrey, étudiante en documentation). De même, la rubrique « La Bpi et vous », très peu consultée et donc très peu commentée – malgré les sollicitations de l'animatrice – par les participants aux deux focus groups, souffre manifestement d'un choix d'intitulé peu évocateur. Quant à la rubrique « En pratique », qui provoque elle aussi quelques interrogations, elle gagnerait sans doute à être renommée « Préparer sa visite », selon une suggestion de Roland : « *Quand on a fait le tour de table, il y a une information je trouve qui est sortie, qu'on ne voit pas sur le site, c'est préparer notre visite. C'est à dire que ça ne ressort pas [...]. Alors c'est peut-être ce qu'il y a dans En pratique, mais en tout cas il y a un onglet qui ne figure pas et qui devrait exister* ».

**Des représentations contrastées :**  
**« Le site est fouillis, la Bpi est rangée »**

Lors des deux focus groups, les participants ont été invités à se livrer à un exercice de comparaison entre l'image du site Internet et l'image de la bibliothèque « physique ». Aucun thème n'était spécifiquement proposé au titre des consignes énoncées par l'animatrice, mais celui du repérage et de l'organisation des contenus s'est pourtant très rapidement imposé au cours des deux séances. Ainsi, selon Patrice, le site n'est « *pas du tout intuitif* » alors que la bibliothèque est « *assez bien fichue au niveau de la signalétique* » ; pour Amandine, l'opposition est encore plus marquée : « *Le site est fouillis, la Bpi est rangée* ». Chez les professionnels, Sylvain perçoit la même contradiction : « *Une différence, peut-être, avec le site physique, c'est qu'à la BPI, au contraire, il y a une très grande simplicité en classification. C'est une bibliothèque où la classification est en énorme et en continuité. Alors que là, on ne voit pas...* ».

Selon les participants, le site Internet de la Bpi a également pour défaut son côté « froid » (Bénédicte), « institutionnel » (Blandine) et « statique » (Agathe), tandis que la bibliothèque est « accueillante » (Audrey), « humaine » (Roland) et « animée » (Bénédicte). Delphine va encore plus loin en associant la modernité et l'innovation à la bibliothèque physique, tandis que le site lui semble « convenu » et « tranquille » : « *Je pense que l'interface, elle est convenue, elle est académique [...]. Elle est faite par un bureaucrate alors que les actions de la Bpi, au contraire, elles sont modernes, elles sont novatrices. On a parlé des pages Facebook et ça n'apparaît pas... Il y a un clivage entre les deux, entre la réalité de la Bpi et son site qui est... tranquille* ».

L'enquête en ligne menée à l'automne 2009 avait révélé des taux de satisfaction plutôt élevés, voire très élevés, à l'égard du site Internet de la Bpi (de 86% de satisfaits sur la navigation et le repérage à 93% de satisfaits pour la présence et la qualité des informations mises en ligne), mais les points de vue échangés lors des focus groups invitent à relativiser ces bons résultats : si les usagers interrogés semblent, au final, parvenir à trouver les informations qui les intéressent, ils n'en sont pas moins critiques au sujet de l'apparence du site, de l'organisation des pages, ou du choix des intitulés de rubriques. En cherchant à s'adresser au plus grand nombre et en présentant à tous un nombre conséquent de propositions documentaires et culturelles, le site Internet de la Bpi semble « perdre » ainsi certains usagers qui peinent à comprendre son langage et son fonctionnement... C'est donc logiquement vers une demande de personnalisation et de médiation humaine que s'orientent la plupart des propositions d'améliorations évoquées par les participants lors des deux focus groups.

### **3. Les attentes à l'égard du site Internet de la Bpi : « peut-être un peu plus d'interaction... »**

#### **3.1. Personnalisation des contenus**

En réaction à une impression partagée de foisonnement et de confusion, les participants au premier focus group se sont clairement exprimés en faveur d'une personnalisation des contenus mis en ligne sur le site Internet de la Bpi. Constatant qu'une bonne partie des informations présentes sur les pages (et notamment la page d'accueil) ne les concernent pas, ou ne les intéressent pas, ils en viennent ainsi à rêver d'un outil qui s'ajusterait parfaitement à leur besoin, en opérant une sélection parmi la diversité des contenus proposés : « *Il pourrait peut-être y avoir une page d'accueil qui vous demande pourquoi venez-vous, qu'est-ce qui vous intéresse, qu'est-ce qu'on peut vous offrir, on a des tas de rubriques. On clique sur ce qui nous intéresse, et après, éventuellement quand il y a des changements qui nous intéressent, ça vient direct...* » (Patrice).

Plus précisément, certains usagers, notamment étudiants, militent pour une personnalisation de la recherche documentaire. Amandine souhaiterait au minimum que le catalogue puisse conserver, d'une session à l'autre, l'historique de ses consultations et le contenu de son panier. Lise et Sophie seraient intéressées par le signalement de nouvelles acquisitions concernant leur

discipline d'études. Enfin, Roland imagine un outil de recherche « intelligent », qui parviendrait à contextualiser des présentations d'ouvrages et d'autres propositions documentaires en les associant aux requêtes lancées par les utilisateurs : « *Vous voyez, le focus par exemple, ce que vous avez à droite [il s'agit d'un focus de la rubrique « Découvrir la Bpi » présentant une sélection thématique d'ouvrages], vous pourriez le remonter suite à une recherche documentaire. C'est-à-dire, vous cherchez un bouquin et en même temps, la Bpi vous conseille un certain nombre de livres qui seraient peut-être en lien avec votre recherche* ».

Cette attente en termes de personnalisation des contenus est d'autant plus légitime que le site Internet de la Bpi peut sembler, de prime abord, très prometteur sur ce type de fonctionnalités. La présence d'un lien « Mon compte », en haut de page, invitant les usagers à s'identifier, et l'existence d'une rubrique intitulée « La Bpi et vous » ne sont, en effet, pas sans susciter certains espoirs... et certaines déceptions : « *La rubrique « La Bpi et vous », je ne sais même pas ce qu'il y a derrière mais c'est vrai que je m'attends à ce que... sans vouloir paraître égocentrique mais est-ce que ça pourrait concerner plus ma visite ou quelque chose qui concerne plutôt ma recherche ? [...] Parce qu'on a un compte perso mais à vrai dire je ne sais même pas à quoi il sert. Je sais que je reçois des nouvelles par mail mais sur le site, je n'en vois pas l'utilité* » (Amandine).

### **3.2. Engagement et interaction : vers un site plus humain**

Parallèlement à cette demande de personnalisation des contenus, les participants aux deux focus groups ont émis le souhait de voir évoluer le site Internet de la Bpi, qu'ils estiment « *moins accueillant que la bibliothèque* », vers davantage d'engagement de la part des bibliothécaires, autrement dit, « *plus d'humain* », selon l'expression de Roland : « *Ce qui est le plus important effectivement, c'est de mettre en avant les rayons, les livres, etc. mais c'est aussi de donner un côté humain et ce côté humain, on ne l'a pas du tout, et c'est quelque chose de très froid* ». Pour ce jeune usager, il s'agirait de mettre en ligne plus de visuels, en montrant notamment « *les gens qui travaillent* ». Laurence, qui s'intéresse pour sa part à la rubrique « Professionnels » du site, attend plutôt des avis, des points de vue de bibliothécaires sur leurs différents domaines d'expertise : « *Je pense que la Bpi et ses agents ont des choses à dire intéressantes au niveau professionnel. Ils sont quand même dans la recherche, dans le regard et ils essaient de répondre aux pressions du temps avec leurs moyens, leur histoire...* ».

L'enquête en ligne menée à l'automne 2009 avait déjà révélé une demande supplémentaire de médiation en ligne, via la diffusion de sélections thématiques, de critiques d'ouvrages rédigées par les bibliothécaires, ou encore de veilles documentaires élaborées sur des sujets d'actualité. Mais plus encore que la diffusion unilatérale des contenus produits par l'institution, c'est l'ouverture à l'interaction, au dialogue et à la contribution que semblent attendre certains participants aux deux focus groups. Comme ils le pratiquent quotidiennement sur les réseaux sociaux, les jeunes usagers souhaiteraient ainsi pouvoir commenter, faire suivre des informations, contribuer à la production des contenus ; en somme, investir pleinement l'espace en ligne de la Bpi. Amandine semble ainsi regretter que le site de la bibliothèque soit si pauvre en interaction en comparaison d'autres sites Internet, et notamment Facebook : « *Facebook peut servir de lien plus proche avec les utilisateurs puisqu'on peut réagir. Sur le site de la Bpi, ce n'est pas le but, mais effectivement, ce serait comme une mise en parallèle, un lien un peu plus... Je ne sais pas comment qualifier ça mais on serait beaucoup plus engagés par rapport à ce qu'on a pu lire [...], on pourrait interagir avec ce qu'on a lu* ».

Pour autant, c'est peut-être chez les professionnels des bibliothèques que cette attente en termes d'interaction est la plus forte, comme en témoigne la réaction de Claire face à l'intitulé « Coopérer avec la Bpi », envisagé dans le cadre d'une nouvelle arborescence pour la rubrique « Professionnels » : « *Quand je lis « Coopérer avec la Bpi », moi, je pensais effectivement que ce serait un espace..., enfin pas que, mais qu'il y aurait un espace où on peut, justement, proposer des choses, voilà, collaborer quoi, plus que coopérer, ce serait collaborer* ». Ainsi ouvert au dialogue et à la contribution, le site Internet de la Bpi permettrait de rassembler l'information utile à la pratique professionnelle et de faire avancer la réflexion grâce au partage des expériences et des points de vue : en somme, résume Sylvain, « *il faudrait racheter Biblio-fr* ».

### 3.3. Un lieu de ressources et d'échanges pour les professionnels

Établissement national ayant une mission de coopération, la Bpi est parfois perçue comme une « *grande-sœur* » (Claire) ou un « *navire amiral* » (Laurence) par les professionnels des bibliothèques, et son site Internet se doit de refléter ce positionnement. Pour les participants au second focus group, la rubrique Professionnels du site a donc tout intérêt à renforcer sa dimension de « *centre de ressources* » dans un univers numérique parfois concurrentiel. Sylvain estime ainsi que le site de l'Enssib est en train de se positionner en tant que « *centralisateur professionnel* », avec sa bibliothèque numérique, son blog dédié aux actualités et sa base d'offres d'emplois, tandis que celui de l'ABF, qui a les mêmes ambitions, peine à trouver sa place. Quant au point fort du site Internet de la Bpi, il se situerait plutôt, selon les usagers interrogés, du côté des retours d'expérience, des comptes rendus de journées d'étude et de conférences, et du potentiel de discussion et d'échanges susceptible d'en découler.

A cet égard, Laurence estime d'ailleurs que la Bpi pourrait renforcer sa présence en ligne auprès des professionnels en accueillant - et en sélectionnant - des contributions extérieures : « *Dans le Val d'Oise il y a eu une journée au mois de juin, sur « Inventer la nouvelle bibliothèque » [...]. On pourrait imaginer qu'il y ait un lieu, un peu institutionnel, où l'on puisse retrouver ce genre d'information. A la fois tout ce qui est piloté par la BPI et ce qui n'est pas piloté par la Bpi mais que la Bpi reconnaîtrait comme étant intéressant pour la communauté nationale des bibliothécaires* ». Et c'est bien en opérant un tri parmi la somme des ressources disponibles en ligne et en apposant la marque de sa recommandation sur chaque information publiée que le site de la Bpi parviendrait à se positionner comme une « *référence* » pour les professionnels : « *la Bpi ferait le tri en mettant en avant ce qui est un peu novateur et intéressant. Si c'est une x-ième journée d'étude sur un thème déjà rabâché, ça n'a peut-être pas grand sens d'encombrer les pages avec ça* » (Laurence).

Les participants au focus group sont également conscients qu'une large part de la diffusion et du partage d'informations professionnelles se joue aujourd'hui sur des blogs tenus par des bibliothécaires. Ils en apprécient la liberté de ton, l'ouverture au débat permises par les commentaires, et estiment que ces objets constituent d'intéressants compléments - ou contrepoints - à l'information officielle diffusée par les sites institutionnels. Pour élargir le champ couvert par le site de la Bpi et rompre avec son côté « *sérieux* », certains usagers préconisent ainsi d'établir « *une passerelle vers les informations moins officielles* » (Agathe), en sélectionnant des blogs et en les présentant de manière intelligente et contextualisée au sein de la rubrique Professionnels du site : « *ce serait bien d'avoir une page de liens à ces blogs* » (Elena, bibliothécaire grecque en reprise d'études en France), « *moi j'attends qu'il y ait un tri et un commentaire... pas un truc exhaustif* » (Laurence).

## Bilan des enseignements de la phase qualitative

Les usagers « distants » rencontrés dans le cadre des focus groups s'inscrivaient, pour la plupart, dans une relation de proximité avec la bibliothèque physique, phénomène qui tient en grande partie au choix de la méthode (séance de discussion organisée sur place, à la Bpi) et au mode de recrutement qui en découlait (invitation envoyée aux répondants parisiens et franciliens, pour des raisons de commodité). La focalisation de l'intérêt, en particulier chez les participants au premier focus group, sur le thème de la recherche documentaire, s'explique très certainement par l'existence de ce lien étroit, déjà relevé dans les résultats de l'enquête en ligne, entre consultation en ligne et visite sur place.

Mais les enseignements tirés de cette phase qualitative nous invitent à aller plus loin sur cette notion de proximité. En effet, chez de nombreux participants aux deux séances, l'utilisation du site Internet de la Bpi s'inscrit dans une démarche de recherche, d'étude, de documentation personnelle ou professionnelle et revêt bien souvent une dimension stratégique : c'est le cas chez les professionnels comme Agathe, qui se sert de documents téléchargés sur le site pour argumenter certaines propositions auprès de ses tutelles ; c'est le cas aussi chez d'autres usagers comme Bénédicte, professeur d'anglais en école primaire, qui avoue avoir « *failli se mettre à pleurer* » le jour où elle a perdu la référence d'un livre intéressant pour son mémoire de master suite à un « bug » sur son ordinateur au moment où elle consultait le catalogue en ligne de la Bpi. Ces exemples témoignent à quel point les utilisateurs du site peuvent investir leur parcours sur le site d'attentes et d'enjeux particulièrement forts, et de ce fait, tisser des liens très étroits avec l'espace virtuel de la bibliothèque.

Cet investissement personnel constaté chez les usagers du site Internet de la Bpi va de pair avec une certaine exigence, qui s'est notamment exprimée dans les deux focus groups au sujet de l'organisation des informations et des contenus mis en ligne. Si l'ergonomie de la nouvelle interface avait obtenu un taux de satisfaction élevé lors de l'enquête en ligne<sup>25</sup>, les propos recueillis au cours de cette seconde phase viennent nuancer ce résultat : impression de fouillis, de confusion, perte de repères, absence de visibilité de certains contenus, sont autant de critiques invitant à s'interroger sur la pertinence de l'arborescence actuelle et à envisager une refonte à plus ou moins court terme.

Les demandes de personnalisation des contenus et des accès rendent toutefois difficiles les choix éditoriaux et choix de hiérarchisation des informations dans le contexte d'une bibliothèque encyclopédique, ouverte à toutes catégories d'usagers. Si des avancées technologiques sont espérées et attendues (un catalogue plus intuitif et intelligent, capable de mémoriser des requêtes et d'adapter les résultats et/ou les contenus valorisés en fonction du profil), les usagers interrogés n'oublient pas pour autant la médiation humaine, et expriment des besoins en termes de sélection, d'éditorialisation des contenus, mais aussi en termes d'interaction, voire de contribution en ligne. Il apparaît, dès lors, que ce n'est pas tant sur la quantité d'informations et de contenus proposés à distance que sur la qualité de la relation tissée, sur les réseaux, entre usagers et bibliothécaires, que devront porter les efforts de la Bpi dans les mois et années à venir.

---

<sup>25</sup> La question « *Comment jugez-vous la navigation et le repérage sur le site Internet de la Bpi* » avait récolté 86% de satisfaits (30% de très satisfaits et 56% d'assez satisfaits) lors de l'enquête en ligne menée à l'automne 2009.

## Annexes

### Annexe 1 : questionnaire de l'enquête en version distante

Bonjour, vous êtes sur le site Internet de la Bibliothèque publique d'information (Bpi). Votre avis nous intéresse pour nous aider à améliorer cet outil : merci de répondre à ce questionnaire, qui vous prendra 5 minutes environ.

#### 1. Vous consultez aujourd'hui le site Internet de la Bpi...

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Depuis votre domicile        | <input type="checkbox"/> Depuis votre lieu d'étude (lycée, université, etc.) |
| <input type="checkbox"/> Depuis votre lieu de travail | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....                             |

#### 2. Comment êtes-vous arrivé aujourd'hui sur le site Internet de la Bpi ?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> En tapant directement l'adresse du site    | <input type="checkbox"/> En suivant un lien depuis un autre site |
| <input type="checkbox"/> Via un moteur de recherche (Google, Yahoo) | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....                 |

#### 3. Depuis combien de temps utilisez-vous le site Internet de la Bpi ?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> C'est la première fois | <input type="checkbox"/> Depuis plus d'un an  |
| <input type="checkbox"/> Depuis moins d'un an   | <input type="checkbox"/> Depuis plus de 5 ans |

#### 4. A quelle fréquence consultez-vous le site Internet de la Bpi ?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque   | <input type="checkbox"/> Une à trois fois par mois |
| <input type="checkbox"/> Une à deux fois par semaine | <input type="checkbox"/> Moins souvent             |

#### 5. Généralement, combien de temps passez-vous environ sur le site Internet de la Bpi ?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Moins de 5 minutes    | <input type="checkbox"/> Entre 15 et 30 minutes |
| <input type="checkbox"/> Entre 5 et 15 minutes | <input type="checkbox"/> Plus de 30 minutes     |

#### 6. Aujourd'hui, consultez-vous le site Internet de la Bpi dans le but de préparer une visite à la bibliothèque ?

- Oui                       Non

#### 7. Aujourd'hui, dans quel but êtes-vous venu sur le site Internet de la Bpi ?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pour chercher des documents au catalogue                        | <input type="checkbox"/> Pour consulter des documents en ligne |
| <input type="checkbox"/> Pour chercher des informations pratiques                        | <input type="checkbox"/> Par hasard                            |
| <input type="checkbox"/> Pour vous informer sur les manifestations culturelles de la Bpi | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....               |

#### 8. Parmi les services proposés sur le site Internet de la Bpi, lesquels avez-vous déjà utilisés ?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Lettre d'information | <input type="checkbox"/> Alerte par courriel sur les manifestations |
| <input type="checkbox"/> Fils RSS             | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....                    |

#### 9. Connaissez-vous la page de la Bpi sur Facebook ?

- Oui                       Je ne vois pas de quoi il s'agit
- Non

#### 10. Comment jugez-vous l'apparence du site Internet de la Bpi (couleurs, graphisme, etc.) ?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Très satisfaisante  | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisante |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfaisante | <input type="checkbox"/> Sans opinion              |
| <input type="checkbox"/> Peu satisfaisante   |  |



**11. Comment jugez-vous la navigation et le repérage sur le site Internet de la Bpi ?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Très satisfaisants  | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisants |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfaisants | <input type="checkbox"/> Sans opinion              |
| <input type="checkbox"/> Peu satisfaisants   |  |

**12. Comment jugez-vous la qualité des informations présentes sur le site Internet de la Bpi ?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Très satisfaisante  | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisante |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfaisante | <input type="checkbox"/> Sans opinion              |
| <input type="checkbox"/> Peu satisfaisante   |  |

**13. Avez-vous des remarques à ajouter concernant la présentation et les contenus du site Internet de la Bpi ?**

.....  
.....

**14. Connaissez-vous le service "Posez votre question à un bibliothécaire Bibliosés@me" ?**

- Oui                       Non

**15. Si oui, l'avez-vous déjà utilisé ?**

- Oui                       Non

**16. Comment jugez-vous ce service ?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Très satisfaisant  | <input type="checkbox"/> Peu satisfaisant         |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfaisant | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant |

**17. Connaissez-vous les archives sonores de la Bpi ?**

- Oui                       Non

**18. Si oui, les avez-vous déjà consultées ?**

- Oui                       Non

**19. Comment jugez-vous ces archives sonores ?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Très satisfaisantes  | <input type="checkbox"/> Peu satisfaisantes         |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfaisantes | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisantes |

**20. Etes-vous abonné au podcast des archives sonores ?**

- Oui                       Non

**21. Connaissez-vous les expositions virtuelles de la Bpi ?**

- Oui                       Non

**22. Si oui, les avez-vous déjà consultées ?**

- Oui                       Non

**23. Comment jugez-vous ces expositions virtuelles ?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Très satisfaisantes  | <input type="checkbox"/> Peu satisfaisantes         |
| <input type="checkbox"/> Assez satisfaisantes | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisantes |

**24. Quelles améliorations et nouveautés souhaiteriez-vous trouver sur le site Internet de la Bpi ?**

.....  
.....

**25. D'une manière générale, consultez-vous d'autres sites Internet de bibliothèques ?**

- Oui  Non

**26. Si oui, lesquels ?**

.....  
.....

**27. Avez-vous déjà consulté le site Internet du Centre Pompidou (www.centrepompidou.fr) ?**

- Oui  Non

**28. Sur Internet, pratiquez-vous les activités suivantes ?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Courriel                                  | <input type="checkbox"/> Fils RSS (Netvibes, Bloglines, etc.) |
| <input type="checkbox"/> Messagerie instantanée (MSN, etc.)        | <input type="checkbox"/> Jeux en ligne                        |
| <input type="checkbox"/> Forums                                    | <input type="checkbox"/> Regarder des vidéos                  |
| <input type="checkbox"/> Réseaux sociaux (Facebook, MySpace, etc.) | <input type="checkbox"/> Ecouter de la musique                |
| <input type="checkbox"/> Blogs                                     | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....              |
| <input type="checkbox"/> Podcasts                                  |   |

**29. Etes-vous déjà venu sur place à la Bpi ?**

- Oui  Non

**30. Si oui, à quelle fréquence vous rendez-vous à la Bpi ?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque   | <input type="checkbox"/> Une à trois fois par mois |
| <input type="checkbox"/> Une à deux fois par semaine | <input type="checkbox"/> Moins souvent             |

**31. Quelles activités pratiquez-vous lorsque vous venez sur place à la Bpi ?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Consulter des livres                    | <input type="checkbox"/> Utiliser des documents d'autoformation                |
| <input type="checkbox"/> Consulter des journaux et des magazines | <input type="checkbox"/> Utiliser Internet sur les ordinateurs de la Bpi       |
| <input type="checkbox"/> Regarder des films                      | <input type="checkbox"/> Utiliser le réseau Wifi sur votre ordinateur portable |
| <input type="checkbox"/> Ecouter de la musique                   | <input type="checkbox"/> Autre, précisez : .....                               |

..

**32. Vous êtes**

- Un homme  Une femme

**33. Votre année de naissance**

|||||

**34. Votre situation**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Collégien, lycéen | <input type="checkbox"/> En recherche d'emploi |
| <input type="checkbox"/> Etudiant          | <input type="checkbox"/> Retraité              |
| <input type="checkbox"/> Actif occupé      | <input type="checkbox"/> Autre                 |

**35. Votre profession précise**

.....

**36. Votre niveau d'études**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Etudes primaires                    | <input type="checkbox"/> Bac +3 ou 4 (licence, maîtrise, master 1) |
| <input type="checkbox"/> Etudes secondaires (collège, lycée) | <input type="checkbox"/> Bac +5 et plus (DEA, master 2, doctorat)  |
| <input type="checkbox"/> Bac                                 | <input type="checkbox"/> Autre                                     |
| <input type="checkbox"/> Bac +1 ou 2 (BTS, DUT, Deug, etc.)  |  |

**37. Votre filière d'études**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pas de spécialité particulière        | <input type="checkbox"/> Mathématiques, sciences et techniques, écoles d'ingénieur |
| <input type="checkbox"/> Lettres, langues, philosophie         | <input type="checkbox"/> Médecine, pharmacie, santé                                |
| <input type="checkbox"/> Sciences humaines et sociales         | <input type="checkbox"/> Art, architecture, spectacles                             |
| <input type="checkbox"/> Economie, gestion, écoles de commerce | <input type="checkbox"/> Autre   |
| <input type="checkbox"/> Droit                                 |  |

**38. Votre lieu de résidence**

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> En France | <input type="checkbox"/> Dans un autre pays |
|------------------------------------|---|

**39. Si France, précisez le département**

|\_|\_|

**40. Si autre pays, précisez le pays**

.....

**41. Pour finir, souhaitez-vous ajouter d'autres remarques ou commentaires ?**

.....  
.....

**42. Si vous acceptez d'être recontacté dans le cadre de cette enquête, merci de nous laisser votre adresse de courriel**

.....

**Merci pour votre contribution !**

## Annexe 2 : tableau complet des résultats

Profils		
Genre	Femmes	63%
	Hommes	37%
Âge	Moins de 20 ans	10%
	De 20 à 25 ans	28%
	De 25 à 34 ans	27%
	De 35 à 44 ans	18%
	De 45 à 54 ans	10%
	55 ans et plus	7%
Statut	Collégiens, lycéens	1%
	Étudiants	43%
	Actifs occupés	40%
	En recherche d'emploi	8%
	Retraités	3%
	Autres	5%
Profession	Bibliothécaires et documentalistes	12%
	Enseignants/chercheurs	6%
	Professions patrimoine/culture	5%
	Professions diverses	23%
Niveau d'études	Études primaires	1%
	Études secondaires (collège, lycée)	4%
	Bac	8%
	Bac +1 ou 2 (BTS, DUT, Deug, etc.)	22%
	Bac +3 ou 4 (licence, maîtrise, master 1)	32%
	Bac +5 et plus (DEA, master 2, doctorat)	32%
	Autre	1%
Filière d'études	Pas de spécialité particulière	6%
	Lettres, langues, philosophie	23%
	Sciences humaines et sociales	20%
	Economie, gestion, écoles de commerce	13%
	Droit	4%
	Mathématiques, sciences et techniques, écoles d'ingénieur	9%
	Médecine, pharmacie, santé	5%
	Art, architecture, spectacles	11%
	Autre	9%
Lieu de résidence	Paris	35%
	Petite couronne	19%
	Grande couronne	11%
	Régions hors IDF	31%
	Étranger	4%

Connaissance et utilisation de l'offre en ligne		
Lieu de consultation	Domicile	76%
	Lieu de travail	18%
	Lieu d'études	4%
	Autre	2%
Chemin d'accès	Via un moteur de recherche	55%
	En tapant directement l'adresse du site	22%
	En suivant un lien depuis un autre site	19%
	Autre	4%
Ancienneté d'utilisation	C'est la première fois	29%
	Depuis moins d'un an	30%
	Depuis plus d'un an	27%
	Depuis plus de 5 ans	14%
Fréquence d'utilisation	Tous les jours ou presque	3%
	Une à deux fois par semaine	18%
	Une à trois fois par mois	32%
	Moins souvent	47%
Temps passé sur le site	Moins de 5 minutes	22%
	Entre 5 et 15 minutes	50%
	Entre 15 et 30 minutes	22%
	Plus de 30 minutes	6%
Utilisation du site en préparation d'une visite	Oui	58%
	Non	42%
But de la consultation	Chercher des informations pratiques	50%
	Chercher des documents au catalogue	33%
	S'informer sur les manifestations	24%
	Consulter des documents en ligne	21%
	Interroger un bibliothécaire	3%
	Par hasard	10%
Utilisation des services du site	Lettre d'information	33%
	Fils RSS	14%
	Alerte par courriel sur les manifestations	8%
Connaissez-vous...	Le service Bibliosés@me	38%
	Les archives sonores de la Bpi	36%
	Les expositions virtuelles de la Bpi	29%
	La page Facebook de la Bpi	9%
Utilisez-vous...	Le service Bibliosés@me	8%
	Les archives sonores de la Bpi	15%
	Les expositions virtuelles de la Bpi	20%
	Le podcast des archives sonores	1%

Satisfaction à l'égard de l'offre en ligne		
Apparence du site	Très satisfaisante	30%
	Assez satisfaisante	57%
	Peu satisfaisante	10%
	Pas du tout satisfaisante	1%
	Sans opinion	2%
Navigation et repérage	Très satisfaisants	30%
	Assez satisfaisants	56%
	Peu satisfaisants	11%
	Pas du tout satisfaisants	1%
	Sans opinion	2%
Qualité des informations	Très satisfaisante	47%
	Assez satisfaisante	46%
	Peu satisfaisante	4%
	Pas du tout satisfaisante	1%
	Sans opinion	2%

Usages d'Internet		
Consultation d'autres sites de bibliothèques	Oui	63%
	Non	37%
Consultation du site du Centre Pompidou	Oui	55%
	Non	45%
Pratiques sur Internet	Courriel	95%
	Écouter de la musique	69%
	Regarder des vidéos	63%
	Messagerie instantanée	58%
	Réseaux sociaux	58%
	Forums	44%
	Blogs	40%
	Fils RSS	30%
	Podcasts	30%
	Jeux en ligne	19%
	Autre	12%

Usages de la Bpi sur place		
Fréquentation Bpi sur place	Oui	71%
	Non	29%
Fréquence de visite <i>(pour ceux qui déclarent fréquenter la Bpi)</i>	Tous les jours ou presque	6%
	Une à deux fois par semaine	21%
	Une à trois fois par mois	23%
	Moins souvent	50%

<b>Activités pratiquées sur place</b> <i>(pour ceux qui déclarent fréquenter la Bpi)</i>	Consulter des livres	83%
	Consulter des journaux et magazines	41%
	Regarder des films	30%
	Écouter de la musique	14%
	Utiliser des documents d'autoformation	12%
	Utiliser Internet sur les ordinateurs de la Bpi	8%
	Utiliser le réseau Wifi sur un ordinateur portable	6%
	Autre <i>dont travailler sur ses propres documents</i>	19% 12%

### Annexe 3 : Tableaux récapitulatifs des participants aux deux focus groups

#### Séance du 28 juin 2010 : usagers de profils variés

N°	Nom <sup>26</sup>	Age	Statut ou profession	Dpt	Mode de recrutement
1	Roland	29 ans	Chef de projet marketing, en reprise d'études au CNAM	92	Enquête en ligne
2	Véronique	52 ans	Formatrice	75	Enquête en ligne
3	Vanessa	27 ans	Etudiante	77	Enquête en ligne
4	Marina	33 ans	Juriste	75	Enquête en ligne
5	Abdel	22 ans	Etudiant	77	Enquête en ligne
6	Audrey	26 ans	Etudiante	78	Enquête en ligne
7	Patrice	60 ans	Animateur socio-culturel	75	Enquête en ligne
8	Amandine	20 ans	Etudiante	75	Enquête en ligne
9	Brigitte	55 ans	Professeur documentaliste	75	Enquête en ligne
10	Sophie	29 ans	Etudiante	75	Enquête en ligne
11	Bénédicte	29 ans	Professeur d'anglais	94	Enquête en ligne
12	Lise	21 ans	Etudiante	75	Enquête en ligne
13	Xavier	20 ans	Etudiant	75	Enquête en ligne

#### Séance du 1<sup>er</sup> juillet 2010 : professionnels des bibliothèques et de la documentation

N°	Nom <sup>5</sup>	Age	Statut ou profession	Dpt	Mode de recrutement
1	Delphine	36 ans	Assistante des bibliothèques	75	Enquête en ligne
2	Agathe	28 ans	Responsable informatique en médiathèque	92	Enquête en ligne
3	Serge	61 ans	Documentaliste en DDASS	91	Enquête en ligne
4	Blandine	58 ans	Bibliothécaire en BDP	78	Enquête en ligne
5	Sylvain	≈ 35 ans	Directeur d'un réseau de médiathèques	92	Contact service CRI <sup>27</sup>
6	Elena	≈ 25 ans	Bibliothécaire grecque, en master de documentation à Paris	75	Contact liste adbs-info
7	Marta	≈ 35 ans	Bibliothécaire italienne en stage à la Bpi	Étr.	Stagiaire service CRI
8	Claire	≈ 35 ans	Bibliothécaire	95	Contact service CRI
9	Alexandre	≈ 25 ans	Conservateur expert en métadonnées	75	Contact via un stagiaire SER <sup>28</sup>
10	Laurence	≈ 40 ans	Directrice d'un réseau de bibliothèques	95	Contact service CRI

<sup>26</sup> Pour garantir l'anonymat des interrogés, les noms des participants ont été modifiés.

<sup>27</sup> Service Coopération et Relations internationales.

<sup>28</sup> Service Études et recherche.