

# Qualeia

Études marketing - Créativité - Veille - Innovation

QUALITATIVE VILLAGE

13 avenue de Clichy 75017

Paris

+33.1.44.82.75.75

-Contacts -

Paola Habri

[phabri@qualeia.com](mailto:phabri@qualeia.com)

01-44-82-72-40

Amandine Pellizzari

[apellizzari@qualeia.com](mailto:apellizzari@qualeia.com)

01-44-82-72-43

## Rapport d'étude – version courte

## BPI

Présentation du 23.11.2011

# Enquête sur les publics potentiels de la Bibliothèque Publique d'Information

- étude qualitative -

TABLE DES MATIERES	PAGE
<b>PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE</b> : rappel des objectifs et de la méthodologie	<b>3</b>
<b>RÉSULTATS</b>	<b>6</b>
<b>I - Arrière-plan sur les pratiques culturelles des non usagers de la BPI et sur leur perception de la BPI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les non usagers de la BPI et leur rapport aux loisirs culturels</li> <li>• Enseignements sur le rapport des non usagers de la BPI à la bibliothèque</li> <li>• L'image de la BPI pour les non usagers : un positionnement difficile à décoder</li> </ul>	<b>6</b> 7 9 10
<b>II - L'expérience de la visite in situ de la BPI et les attentes suscitées</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LES SENIORS</li> <li>• LES ACTIFS</li> </ul>	<b>14</b> 15 19
<b>III - Les enjeux stratégiques de l'évolution de la BPI et la pertinence du projet d'établissement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LES ENJEUX STRATÉGIQUES : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ quel public privilégié ?</li> <li>○ comment faire venir les différents publics ?</li> <li>○ les défis à relever pour convaincre les actifs</li> </ul> </li> <li>• LA PERTINENCE DU PROJET D'ÉTABLISSEMENT : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ les axes plébiscités</li> <li>○ les axes plus segmentants</li> </ul> </li> </ul>	<b>28</b> 29 30 31 35 39
<b>CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS</b> : comment assurer la réussite du projet d'établissement auprès des publics de conquête?	<b>44</b>

# PRESENTATION DE L'ETUDE

## Les objectifs de l'intervention

- Les responsables de la BPI souhaitent avoir un retour qualifié et analysé leur permettant :
1. D'identifier **les raisons de la désaffection / ou de la non-fréquentation** des non usagers (actifs et seniors) à l'égard de la BPI : cerner **les écrans symboliques et matériels** et les **leviers** pour les lever ;
  2. De faire émerger **les besoins et attentes des cibles potentielles** afin de proposer une offre adaptée et séduisante ;
  3. De recueillir **les premières réactions d'usagers potentiels** au projet d'établissement.

## Le dispositif mis en place

### PHASE 1 :

#### Interrogation en ligne de 25 personnes

	Actifs (25-55 ans)	Seniors (55-70 ans)
Fréquentant le centre Pompidou	6 personnes -3 Parisiens -3 Banlieusards	4 personnes -2 Parisiens -2 Banlieusards
Ne fréquentant pas le Centre Pompidou	6 personnes -3 Parisiens -3 Banlieusards	4 personnes -2 Parisiens -2 Banlieusards
	12	8
20 personnes		



Ex - usagers

**5 personnes**



**Exploration des pratiques et des usages**  
**Travail sur les images et perceptions de la BPI**

### PHASE 2 :

#### Réalisation de 2 groupes de 3h30

- Dans la logique du blog, nous garderions a priori la ligne de partage de notre cible fixée initialement : actifs / seniors

Actifs (25-55 ans)	Seniors (55-70 ans)
<b>1 groupe de 3h30</b>	<b>1 groupe de 3h30</b>
Chaque groupe réunissant : <ul style="list-style-type: none"> <li>50 % parisiens, 50 % banlieusards</li> <li>50 % fréquentant le Centre Pompidou, 50 % ne le fréquentant pas</li> <li>la mise en commun d'une hétérogénéité de vécus posant moins de problème à ce stade puisque la première phase nous aura permis de cerner la problématique spécifique à chaque sous cible</li> </ul>	



**Exploration des attentes**  
**Diagnostic de l'offre actuelle BPI et évaluation des projets à venir**

# **Arrière-plan sur les pratiques culturelles des non usagers de la BPI et sur leur perception de la BPI**

## Les pratiques culturelles : les motivations des cibles

### Pour tous

- **Se changer les idées** : se faire plaisir, se détendre, enchanter le quotidien
  - Et chez les seniors à la retraite plus particulièrement : **s'occuper**

*S'extraire du quotidien*

- **Echanger** : sortir, voir des gens, discuter => avoir une vie sociale
  - Aller diner avec le théâtre, boire un verre après le concert, discuter d'un film après la séance

*Sortir ensemble, apporter une vie sociale, plaisir à partager, enrichissement relationnel  
Partager avec les autres, parler de sujets sociaux et politiques, comme avec les romans permettent des  
« communions » avec les proches, les films, expo, concerts sont des expériences à plusieurs  
Passer un bon moment entre amis*

### Chez les seniors

#### ➤ S'entretenir

- Rester « dans le coup »
- Entretenir aussi son cerveau et ses facultés

*Envie d'apprendre, de faire marcher ses neurones  
Faire en sorte que le cerveau ne soit pas un légume*

### Chez les actifs

#### ➤ Transmettre aux enfants

*Dans une logique éducative  
Je suis aller à l'expo au musée de Cluny avec ma fille et une amie pour compléter les leçons d'histoire sur le moyen âge  
Je veux transmettre l'envie de découvrir à ma fille  
Le cinéma en famille : une bonne occasion de discuter avec mes fils  
La transmission de cette curiosité à mes enfants*

## Les univers d'évocations : la bibliothèque vs les autres lieux culturels

(en transversal sur l'ensemble des cibles)



### Deux spécificités de la bibliothèque vs les autres lieux culturels

1. Un lieu associé au travail, à la recherche, à l'étude, plus qu'au plaisir, au divertissement et à la détente (recherchés à travers les autres pratiques culturelles)
2. Un lieu de silence et de solitude et non d'échanges, de partage.





## Implications

- ↳ **Dans l'arbitrage nécessaire entre les différentes activités culturelles, la bibliothèque ne ressort pas comme un lieu et une pratique prioritaires.**
  
- ↳ **C'est notamment vrai chez les actifs** (manque de temps) chez qui l'arbitrage se fait en faveur d'autres lieux :
  - Ils recherchent des lieux de plaisir, de détente
  - Plus que des lieux de recherche, d'apprentissage scolaire, forcément moins motivants quand on n'a plus d'études à mener
  - Même si la majorité reconnaît l'intérêt des bibliothèques
  
- ↳ **Et chez les ex-usagers**
  - N'ayant plus de recherche à faire pour leurs études, l'arbitrage se fait également en faveur d'autres activités

## Un problème de décodage du nom « Bibliothèque Publique d'Information »

	BIBLIOTHEQUE	PUBLIQUE	D'INFORMATION
En positif	<p><b>Chez les seniors</b> « Bibliothèque » = des livres, des ouvrages, de la culture, des archives =&gt;La conservation =&gt;La mémoire des siècles</p> <p>➔ LE SAVOIR DE RÉFÉRENCE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accessibilité à tous dans l'espace et le temps</li> <li>• La gratuité</li> </ul> <p>➔ LA DEMOCRATISATION DU SAVOIR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ouvre les horizons de la bibliothèque                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– Informations, actualités</li> <li>– Multimédia</li> </ul> </li> </ul> <p><i>Le terme information, oui, ça ouvre d'autres perspectives, on reste pas sur le papier, ça ouvre sur la médiathèque</i></p> <p>➔ LA MODERNISATION DES SUPPORTS</p>
En négatif	<p><b>Chez les actifs</b> « Bibliothèque » = renvoie à l'écrit, à la tradition ⇒ Le classicisme ⇒ La culture sans technologie</p> <p>➔ LE SAVOIR DU PASSE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promiscuité</li> <li>• Confusion / désordre</li> <li>• Bruit</li> <li>• Impossibilité d'emprunter des livres</li> <li>• Masse</li> </ul> <p><i>Il y a de la confusion, il y a trop de monde, je pense, il va y avoir des embouteillages</i></p> <p>➔ LA BANALISATION DU SAVOIR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Chez les seniors</b>: une antinomie forte entre « culture » et « information »                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Culture</b> : savoir, connaissance qui reste, et qui est consacré par les années et la reconnaissance de tous =&gt; ce que l'on trouve dans une bibliothèque</li> <li>– <b>vs Information</b> : media, information immédiate, non analysée, sans distance, la manipulation =&gt; ce que l'on trouve dans les journaux ou sur Internet : des données auxquelles on ne peut pas se fier.</li> </ul> </li> <li>• <b>Chez les actifs</b> : Information : fourre-tout, le risque de la superficialité</li> </ul> <p>➔ LE SAVOIR GENERALISTE</p>

## L'acronyme BPI : un écran supplémentaire

### ➤ Parmi les évocations spontanées :

- Une banque (BNP)
- Une base de données ou à indicateur (PIB)
- Une station essence (BP)
- Une institution économique
- Le bâtiment (BTP)
- Une administration

*Ce ne sont pas de belles abréviations, on dirait une banque ou un code digital  
BPI sonne station essence ou initiales d'un lieu public type Base, ou un résultat d'analyse médical, mais  
pas attrayant pour une bibliothèque. BPI pas très évocateur, fait penser à une banque ou aux stations  
BPI évoque un sigle du bâtiment, gente BTP  
BPI évoque quelque chose de très officiel*

### ➤ Un acronyme qui semble sorti du passé

*Ce nom ne cadre pas non plus avec le centre Pompidou, il n'est ni attrayant, ni engageant, ne  
correspond pas non plus à l'idée de modernité du centre*



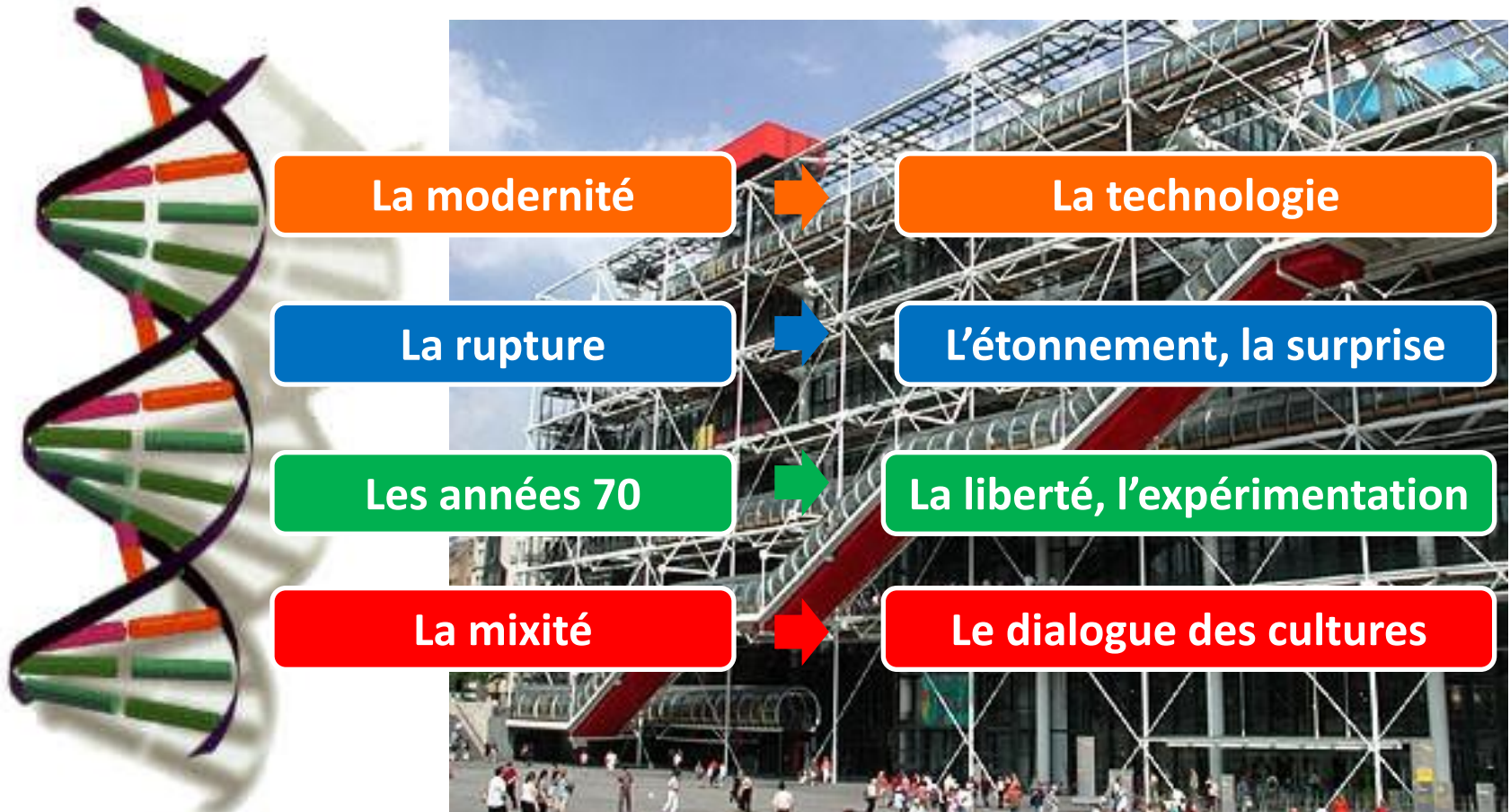
- Un sigle qui n'éclaire pas davantage la compréhension et qui désincarne même l'image de la Bibliothèque
- Un acronyme qui reste un code pour initié (ce qui est, par ailleurs, en contradiction avec l'image d'accessibilité pour tous)

## POINTS CLEFS

↳ *Bibliothèque Publique d'Information*

- Un **nom polysémique**
  - qui ouvre à de **multiples interprétations du positionnement**
  - qui **se contredisent**, voire qui s'annulent
- 
- **SPÉCIALISTE ≠ GÉNÉRALISTE**
  - **APPROFONDISSEMENT ≠ « SURVOLAGE »**
  - **PASSE ≠ PRESENT**
  - **CLASSIQUE ≠ MODERNE**
- 
- ➔ **Un positionnement difficile à décoder pour les publics potentiels qui ne connaissent pas la BPI**

## Les perceptions positives du Centre Pompidou sur lesquelles capitaliser



- Une perception qui joue sur l'image projetée de la BPI pour ceux qui ne la connaissent pas (une synergie nécessaire pour les publics qui fréquentent le Centre)

# L'expérience de la visite in situ de la BPI et les attentes suscitées

## Des réactions spontanées très positives pendant et après la visite, qui reposent sur :

### Le modernisme du lieu

#### ➤ Le fonctionnalisme du lieu :

- L'organisation très rationnelle; la signalétique simple

*Ça a l'air facile à trouver,  
Bien expliqué oui*

- L'espace

*Architecture magnifique !*

#### ➤ La modernité technologique

- Les nombreux écrans

#### ➤ Le design du lieu, très moderne et fonctionnel

- De la place

*Ce concept d'open space je trouve ça original, et  
puis très positif,  
C'est très entraînant au travail*

### L'ambiance d'une bibliothèque

#### ➤ Beaucoup de livres et des « animations » autour du livre (les thématiques Inde, Procès Eichmann)

*Moi j'accroche sur le mot biblio, bon il y a  
quand même pas mal de livres !*

*La diversité des ouvrages, c'est incroyable  
Ah oui on trouve tout*

#### ➤ Une ambiance calme et studieuse de bibliothèque

*Un calme un repos ! un lieu reposant ! une  
sérénité ! Studieuse*

*Ah le silence qui y règne...*

### Une offre originale

#### ➤ L'espace musique, les télévisions du monde, la presse et l'espace musique sont des espaces qui modernisent pour eux le concept de bibliothèque.

*Comment j'ai pu ignorer ça à cause d'a priori !!!  
Super le labo de langues. Mais j'avais peur de  
l'inconnu. Me donne envie d'y aller pour  
accroître mes connaissances dans les langues, la  
lecture, la musique, les sciences sociales*

#### ➤ Une offre qui apporte une vraie valeur ajoutée pour ces seniors qui pour certains ont Internet, mais pas forcément le « réflexe Internet »

► C'est avant tout la grande modernité du lieu qui frappe et impressionne les seniors

## L'entrée cristallise cependant les critiques

### Elle n'est pas suffisamment visible

→ L'entrée invisible de l'extérieur : on ne trouverait pas la bibliothèque sans accompagnement

*A l'entrée, on voit rien, pas de panneaux rien. Je serais venu seul je sais pas si je serais resté*

*L'accueil est riquiqui oui , c'est bizarre*

### Elle est inquiétante...

→ L'entrée très sombre, dans un recoin assez sale leur fait peur

*L'extérieur je le trouve atroce, c'est un peu sale non ? même répugnant quand on passe en dehors, pour rentrer, vraiment ! ça fait baisser la cote de ce lieu !*

*L'extérieur est glauque. Horrible. Répugnant*

*Ça surprend au début, moi je me suis dit, j'espère que c'est pas partout pareil mais ce quartier je ne l'aime pas du tout pour moi le forum des halles, c'est Chicago, on voit les bandes qui œuvrent en toute impunité, je n'aime pas ce quartier, j'ai eu un peu d'inquiétudes au début.*

*Note de l'animateur :*

► L'entrée est un frein évident pour des seniors en quête de sécurité et de prise en charge



## En réalité, un lieu qui met les seniors à distance

### Un lieu intimidant

- ➔ Un **public très jeune** au sein duquel on peut se sentir mal à l'aise, exclu

*Perso, j'y suis allée une ou deux fois, et pour des personnes de notre âge ça manque d'espace je trouve, il y a trop de jeunesse, je me suis sentie mal à l'aise, oui, je me suis sentie mal à l'aise parmi cette jeunesse*

- ➔ **La présence également massive de technologies**, qui peut également faire peur quand on ne les maîtrise pas (ou pense ne pas les maîtriser)

- Les ordinateurs
- Mais également les postes du laboratoire de langues qui leur plaît cependant beaucoup

*Moi je pense que internet est rentré dans les foyers, et de ce fait, nous nous sommes modernisés. Moi je me suis mis à internet il y a 4 ans, je sais toucher à internet, mais c'est pas ma génération je dois le dire !  
Moi je suis pour internet, mais beaucoup de seniors se sentent exclus à cause de ça ! il faut le dire !*

### Un lieu trop froid

- ➔ Un lieu certes très fonctionnel, mais qui **manque de chaleur et d'intimité (rassurante)**

*Si c'est possible ça serait mieux de cloisonner  
L'open space est trop ouvert je trouve  
Je n'aime pas ce genre de bibliothèque : pour moi ce soit être feutré et non pas comme un hall de gare*

- ➔ Un lieu qui **manque de confort...**

*Moi j'ai l'impression que le fait d'être obligé de rester 4h pour consulter un bouquin, dans les biblio de quartier, les gens de notre âge vont pour chercher un livre, à emprunter, pour les lire quand ils veulent, mais rester ici pour faire le tour du bouquin c'est être coincé*

- ➔ Et qui en tout état de cause **n'invite pas à la lecture plaisir**

*Moi j'ai envie de rire, je viens pas car je trouve ça trop triste !  
Oui mais la joie transparait pas, c'est gris.  
Ça respire pas le plaisir et la joie je trouve !*

► Une bibliothèque formidable... au sens premier du terme.

## Des attentes d'optimisations à 3 niveaux :

### ESPACE

#### → Du confort :

- des espaces de lecture avec fauteuils, table basse
- Un esprit cocooning, « comme à la maison »

#### → Des espaces « protégés »

- De l'intimité
- La possibilité d'être dans une bulle, pas exposés au public si jeune de la BPI qui peut impressionner...

### CONTENUS

→ Des livres, de la culture, des archives :  
comme dans une bibliothèque classique

→ La presse internationale les intéresse également

→ Pourquoi pas l'accès à des écrans pour se former ou s'informer, mais à la condition sine qua non d'être accompagné (faible maîtrise des outils) ?

### EVENEMENTS

→ Conférences sur un format classique  
·Avec intervention d'experts, de spécialistes

→ Des sorties organisées (visite de musées ?)

### Cadre

Confort / protection

### Offre

Le magistère classique avec une approche pédagogique pour des seniors en attente de **réception de savoir** plus que de coproduction, co-crédation de savoirs (interactivité)

## En spontané pour les actifs : une expérience contrastée du site

### Une ambiance décourageante

#### ➤ Industrielle : le gigantisme connotant

- anonymat de « masse », promiscuité
- et une banalisation de l'offre

*Usine - Hangar  
Questionnement sur l'hygiène des casques  
Supermarché du livre*

#### ➤ Déprimante : un manque flagrant de plaisir et chaleur

- l'univers du labeur VS du loisir
- en filigrane : un environnement oppressant (carcéral) VS libérateur et stimulant
- l'incitation à l'errance > à la flânerie

*Triste - Austère - Peu de lieux ludiques - Ambiance glaciale oui  
C'est sombre malgré les baies vitrées immenses -  
Dans les couloirs, il y a pas un siège, les gens s'assoient par terre, c'est pas convivial,  
un fond de gris prison - Ça rappelle une prison oui  
Suicidaire - Déprimant oui*

#### ➤ Déclinante : un concept spatial qui date ....

*Ce qui correspond bien à l'image BPI C'est vieux !!  
Années 70.. FNAC améliorée... Les matériaux sont années 70 - C'est le design Beaubourg, faut aimer - Lumière agressive et artificielle, et on dirait que c'est sombre ! en même temps Oui c'est ça. Années 80  
Les appareils à micro films on aurait du les mettre derrière, ça fait un peu vieillot*

► Un sentiment global de REGRESSION  
qui confirme les a priori sur la BPI

### Des surprises potentiellement motivantes

#### ➤ Le repérage : structuré, balisé, incitatif

*Les codes couleurs sont réussis. Pour les disciplines.  
C'est relativement bien organisé -  
C'est le truc le moins suicidaire de l'ensemble !*

#### ➤ L'ouverture .... des horizons

- en hauteur : une respiration vitale compte tenu du sentiment d'oppression à hauteur d'yeux
- sur l'extérieur : les baies vitrées, une aération voire une évasion supplémentaire

*C'est agréable l'open space - Volume des espaces, très haut de plafond, spacieux, large,  
La vue est juste magnifique ! les baies vitrées c'est le must Vue sur paris magnifique - Hyper agréable ! Super apaisant oui*

#### ➤ La modernité de l'offre :

- variété des contenus,
  - matériel de pointe : multi- média, nouvelles technologies
- C'est varié, il y a beaucoup de choses, - Il y a même un truc sur la médecine - Ça fait éclairé*
- outils innovants
- Surpris qu'il y ait autant de matériel - Ça fait pas poussiéreux -  
Je pensais pas trouver un labo langues de ce niveau !  
Les micro films j'en n'ai vu nulle part ailleurs ! ils ont beaucoup d'archives  
La part réservée à la musique, ce coin musique  
Moi j'ai noté l'espace télévisions du monde, c'est génial, super idée !!!*

► Des détails emblématiques du PROGRES  
qui pourraient lever les freins  
s'ils étaient davantage mis en scène

## Les points de cristallisation du malaise

### L'entrée

Niveau 1

*il faut changer le RDC - j'ai rien compris moi sur le RDC, après d'en haut j'ai vu vie pratique on comprend pas oui*

*en bas on sait même pas où on est*

### Les escalators

*Les escalators c'est suicidaire, plombant*

### La cafétéria

Niveau 2

*Par contre, le mot cafétéria faut être motivé pour y aller, c'est glauque quand même*

*Manque d'une vraie cafétéria, c'est minable, honteux, leurs distributeurs*

### Le secteur presse

Niveau 2



*Posé là c'est tout sauf convivial*

### L'espace télévisions du monde

Niveau 2

*c'est pas très confortable par contre - Le dossier des chaises pas terrible, c'est très mou - Oui ça donne pas envie*

► Des écrans majeurs au niveau des différents points d'accueil ou de rencontre, qui freinent la découverte du lieu et de l'offre

## Les fers de lance : innovants et stimulants

### L'espace autoformation

Niveau 2



*Ce qui m'a donné envie : le labo de langues : un truc intéressant ! il semble pouvoir fonctionner réellement*

*Il y a un comptoir accueil mais je pense pas qu'il y ait des personnes, c'est de l'auto information, C'est libre oui on est libres*

### L'espace micro films

Niveau 2

*Les micro films j'en n'ai vu nulle part ailleurs ! ils ont beaucoup d'archives  
Ça a fonction de mémoire, mémoire de l'histoire oui c'est une richesse ça  
Et ça donne un lien avec le musée, ça fait rare et riche*

### L'espace musique

Niveau 3



*La part réservée à la musique, ce coin musique. C'est le plus calme ! C'est varié, pointu, on peut trouver un livre sur les opérettes et aussi un livre sur les doors  
L'originalité c'est aussi ce grand lieu dédié à la musique, c'est en lien avec le musée Pompidou, c'est artistique et moins actu je me suis demandée s'ils ont pas un partenariat avec la cité de la musique. J'ai l'impression qu'il y a un labo expérimental de musique attaché à Beaubourg*



## Implications

- ↳ Valorisation des espaces de **libre initiative** qui constituent une clé d'entrée potentielle pour un public d'actifs
  - en valeur d'image : la dimension expérimentale, vectrice de modernité et d'originalité
  - en valeur d'usage : la promesse d'autonomie
  - en valeur plaisir : la promesse d'une offre à la fois ludique, interactive et surtout personnalisée
- ↳ Mais aussi des offres en cohérence avec les activités du musée qui nourrissent l'attente d'une synergie plus visible

### En résultante : une image paradoxale de la BPI, à la fois de « modernité » et de « désuétude »

- **En positif** : le retour à une époque révolutionnaire, les années 70

*Avant-garde même si c'est assez ancien  
Je sais pas comment définir c'est du rétro moderne  
Ils pourraient faire du vintage : un côté hyper seventies le bon revival*

- **Comme en négatif** : une modernité dépassée, ringardisée

*Du contemporain vieux  
C'est has been -Rétro - Ça a mal vieilli  
Faut oublier les seventies : feutre, lino, marron, orange ! les couleurs agressives.  
Pompidou doit être avant gardiste et ils le sont pas, il y a un truc qui colle pas*





## Ce qui fait « contemporain »

### Le code couleur et lexical de la **signalétique**

*Un côté moderne dans les indications des disciplines, les couleurs, les formes arrondies. Mais le reste fait pas moderne  
La signalétique semble pensée récemment elle ne colle pas avec le reste !*

*Les couleurs j'ai trouvé ça moderne moi , des couleurs pastel, on se repère facilement*

### Le matériel numérique high tech

*Juste à côté des microfilms il y a des écrans plats  
Par contre les écrans d'ordi j'ai été impressionnée c'est du high tech , Samsung et tout*

### Les espaces personnels de libre initiative : autoformation, musique, etc....

## Ce qui fait « ringard »

### Les codes esthétiques : **décoration, mobilier ET éclairage**

*La moquette c'est années 70 - le lino c'est old school  
Les rayonnages métalliques aussi  
L'éclairage est hallucinant ça fait supermarché Ça marche pas pour draguer on est tous affreux à cause de cette lumière en fait*

### La faible mise en valeur des outils / supports plus anciens

*Les appareils micro films ça fait préhistoire  
  
plein de rayonnages trop longs  
Le livre perd en sensualité, mais ils ont pas joué la carte du tout  
- Il y a une vraie sensualité à avoir un livre entre les mains*

### L'organisation de l'espace collectif : dans l'alignement ou le cloisonnement **dépersonnalisant**

*Ça fait call center -on se sent perdu, anonyme ,pas accueilli  
Les cloisons dans l'espace formation, les cloisons grises c'est triste - ça fait soviétique oui - administratif - étriqué  
c'est militarisé, tout est pareil*



## POINTS CLEFS

- ↘ Une perception **paradoxe** du site de la BPI stigmatisé chez les actifs par un vif **débat sur les « années 70 »**
  - Un référent culturel et temporel
  - qui constitue à leurs yeux l'ADN du Centre Pompidou et donc de la BPI
  - Mais avec lequel cette génération (25 -50 ans) entretient un rapport ambivalent
  
- ↘ **Ce qu'il faut actualiser et développer : L'ESPRIT des seventies** (le référent culturel)
  - L'esprit **avant gardiste**
  - **révolutionnaire, anti conformiste**
  - **expérimental** (bouillonnant d'idées et d'initiatives nouvelles)
  - **libertaire** pour l'individu mais aussi très **communautaire** (dans le partage, l'échange, le lien convivial )
  
- ↘ **Ce qu'il faut éviter : les stéréotypes des années 70** (le référent temporel)
  - Les codes esthétiques
  - Et en filigrane les dérives idéologiques : la culture de « masse », les spectres du « communisme » (l'uniformité, l'anonymat, l'écrasement de l'individu) ou de la société de « consommation » (la banalisation, le nivellement, le supermarché de la culture)

## D'où une forte attente de rénovation de l'espace et du style ...

### Réinvestir le SOL

(vs la hauteur de plafond)

➤ **comme territoire fondamental d'accueil** qui permet de poser le regard, de baliser le chemin et d'inviter au parcours

➤ **via un éclairage au sol, une signalétique au sol, une moquette aux coloris plus chaleureux ...**

*Faudrait une moquette plus ludique, plus gaie  
Lumière au sol - L'éclairage au sol ça serait sympa et moderne, ça change !*

*Plus de néon - On lit rarement à la lumière du néon, une lumière plutôt chaude*

*Et mettre la signalétique au sol pourquoi pas ? - Pourquoi tout au sol ? Moins agressif - La, tout est agressif, et impersonnel, ça fait prison  
mettre de la verdure*

### Personnaliser l'espace

➤ **Casser l'alignement et sortir du cloisonnement**

➤ **en séparant les espaces et en les différenciant** par leur couleur, leur appellation ou leur forme

*Jouer sur les couleurs - on pourrait donner des noms à ces différents espaces je trouve - Des tables avec des codes couleurs des disciplines*

*Des aquarium partout - Des séparations apaisantes entre les espaces*

*on peut reprendre l'idée des formes géométriques, moi je vois un truc très coloré en fait, reprendre l'idée de Beaubourg, il faut plein de petits espaces : plutôt ronds, modernes, en trapèze même, en losange ! - avec un point rencontre au milieu*

➤ **en jouant sur un design plus arrondi et coloré au niveau du mobilier et un éclairage plus feutré et intimes**

*c'est trop carré - ça manque de rondeurs - c'est militarisé, tout est pareil  
Des tables pas trop longues, des tables de 8 je pense pas plus*

*Mettre des couleurs - Mettre une table rouge, bleue, rose pour casser l'uniformité*

*Il faut se sentir un peu chez soi oui - Il faut pas mettre des rayonnages métalliques plutôt du bois - déco vraiment blanche, claire, des lumières douces, un style épuré*

### Favoriser la réappropriation du lieu « bibliothèque »

➤ **En créant au niveau 1 un rond point d'accueil**

*moi je verrais plutôt une allée centrale, des ronds points, et à chaque rond point un comptoir pour nous orienter, comme la SNCF*

*le camembert sous la pyramide du louvre, il est trop grand, bruyant, mais ça c'est sympa quand même, on l'identifie immédiatement ! et le fait que ce soit rond, c'est moins dur !*

➤ **En créant aux étages des espaces détente - loisirs : multimédia mais personnalisés**

*Boire un café - Lire la presse - Regarder un film - Une détente*

*Moi j'aimerais pouvoir lire le journal, tranquillement - Il faudrait des écrans avec films à écouter avec le casque*

*Il faut du confort - De la musique de fond  
Un igloo avec un écran en haut - Une géode super techno - Des sièges pivotants*

► Une vitrine séduisante ... qui invite au plaisir de la découverte

## ... Et une attente d'innovation des offres et approches

### Développer la fonction d'initiation personnelle

#### → L'initiation **non scolaire et autonome**

#### → de **l'adulte**

· via la mise à disposition d'outils multiples et nouveaux  
*apprendre, pas scolairement ! pour le plaisir, en utilisant plein de supports, faire de l'auto formation – progresser personnellement*

· sans oublier les ponts avec les expos du musée  
*ce qui manque vraiment c'est le lien avec le musée,*

#### → mais aussi de **l'enfant**

*Ouvrir aux familles, j'emmène pas mon enfant de 5 Ans, non, y a rien du tout. Si on ouvre quelque chose pour lui , oui en effet !*

### Développer la fonction d'échange collectif

→ Le **partage** citoyen et démocratique **d'expériences et de problématiques**

→ via des **modes d'animation et de réunion innovants**

*La convivialité*

*mettre une salle de réunion à disposition*

*Les ateliers psycho socio, plein de choses, vie quotidienne aussi*

*Partager - oui ça permettrait aussi des rencontres avec des vrais gens . internet c'est virtuel. Quand on sort, on rencontre des vrais gens, on parle ou pas mais ils sont la, c'est un échange*

► Une offre « nouvelle génération » ET « à la carte », susceptible de fidéliser, grâce à des rendez- vous novateurs, ces publics habituellement très occupés

# **Les enjeux stratégiques de l'évolution de la BPI et la pertinence du projet d'établissement**

## Une différence générationnelle difficile à concilier

### Les seniors

#### ➤ Un public orienté sur les références du XXème siècle :

- L'attachement au livre, à la culture académique, au savoir établi
- Le besoin d'un **espace protecteur** : sécurisant et cloisonné
- Le besoin **d'accompagnement** et de **prise en charge** :
  - La pédagogie traditionnelle des offres
  - Le magistère

#### ➤ Un public potentiellement plus facile à conquérir en l'état

- Les offres proposées (contenus + conférences) leur conviennent
- À condition de revoir l'infrastructure : espace protecteur et service de guidage plus développé

➤ **En termes stratégiques : une vision à COURT TERME de l'évolution de la BPI**

### Les actifs

#### ➤ Un public en quête de références du XXIème siècle :

- L'attachement aux médias, à la culture alternative, au savoir faire et à l'expérience
- Le besoin **d'un espace incitant** : à la fois **personnalisé et décroisonné**
- Le besoin **d'autonomie** et de **libre –initiative** :
  - L'allergie aux formes d'apprentissage scolaire
  - et à la position passive de récepteur (de culture)

#### ➤ Un public plus difficile à conquérir en l'état

- Nécessité de faire évoluer sensiblement la conception de l'espace et des offres
- Nécessité d'une dimension inaugurale et novatrice pour légitimer le retour à une bibliothèque « nouvelle génération »

➤ **En termes stratégiques : un projet beaucoup plus ambitieux à LONG TERME mais plus exigeant et risqué**

► **Un tournant à prendre pour la BPI :  
nécessité d'arbitrer sur le choix du public de conquête prioritaire**

## Pour lever les freins inhérents à la BPI : prioriser 3 clés d'entrée ...

POUR TOUS	POUR LES SENIORS	POUR LES ACTIFS
<p><b>Les passerelles avec le MUSEE</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Passerelle physique</b> pour inciter à la flânerie après une exposition</li><li>• <b>Passerelle thématique</b> mettant en scène l'offre bibliographique et événementielle en lien avec l'exposition et permettant de prolonger ses connaissances ou sa réflexion autour du sujet de l'exposition</li></ul>	<p><b>Les conférences</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• En particulier sur <b>l'art</b> ou les <b>sciences humaines</b></li><li>• Une offre méconnue à <b>communiquer davantage</b></li></ul>	<p><b>L'offre ludo-initiatique pour les enfants</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Un alibi fondamental</b> pour venir pour soi et installer ainsi un rendez vous familial</li><li>• aussi</li><li>• Attentes <b>d'ateliers créatifs : une alternative à l'école dans l'initiation à la culture loisirs</b>, que ce soit à la lecture plaisir (romans, BD), aux arts, à la musique, etc....</li></ul>

### ► PREMIÈRE ÉTAPE auprès des non usagers :

Les faire venir à la bibliothèque (et qui plus est à la BPI )... par des sentiers de traverse

## 1 - Redéfinir la plus value de la « bibliothèque » auprès des actifs

**Plus qu'une bibliothèque classique** : lecture de livres, culture institutionnelle

**Plus qu'une médiathèque** : l'accès à tous les médias



**≠ de l'école** : la formation scolaire ou universitaire, la pédagogie traditionnelle, l'instruction

**≠ d'internet** : l'information, mais sans sélection (le tout venant) le forum mais sans conclusion

- Une approche novatrice de la bibliothèque où l'utilisateur devient **ACTEUR** de son contenu
- La construction personnelle de connaissances **VS** l'érudition des systèmes classiques ou l'information immédiate d'Internet

## 2 - Les bénéfices à actualiser pour l'utilisateur actif

✦ Que ce que propose la bibliothèque comme contenus, outils, services et événements

### ✦ Soit **utile pour soi**

- Avec un bénéfice empirique direct
- En lien avec ses propres **passions**
- En écho à des **problématiques de vie quotidienne ou sociale** : psychologiques, relationnelles, éducatives ... philosophiques ... artistiques

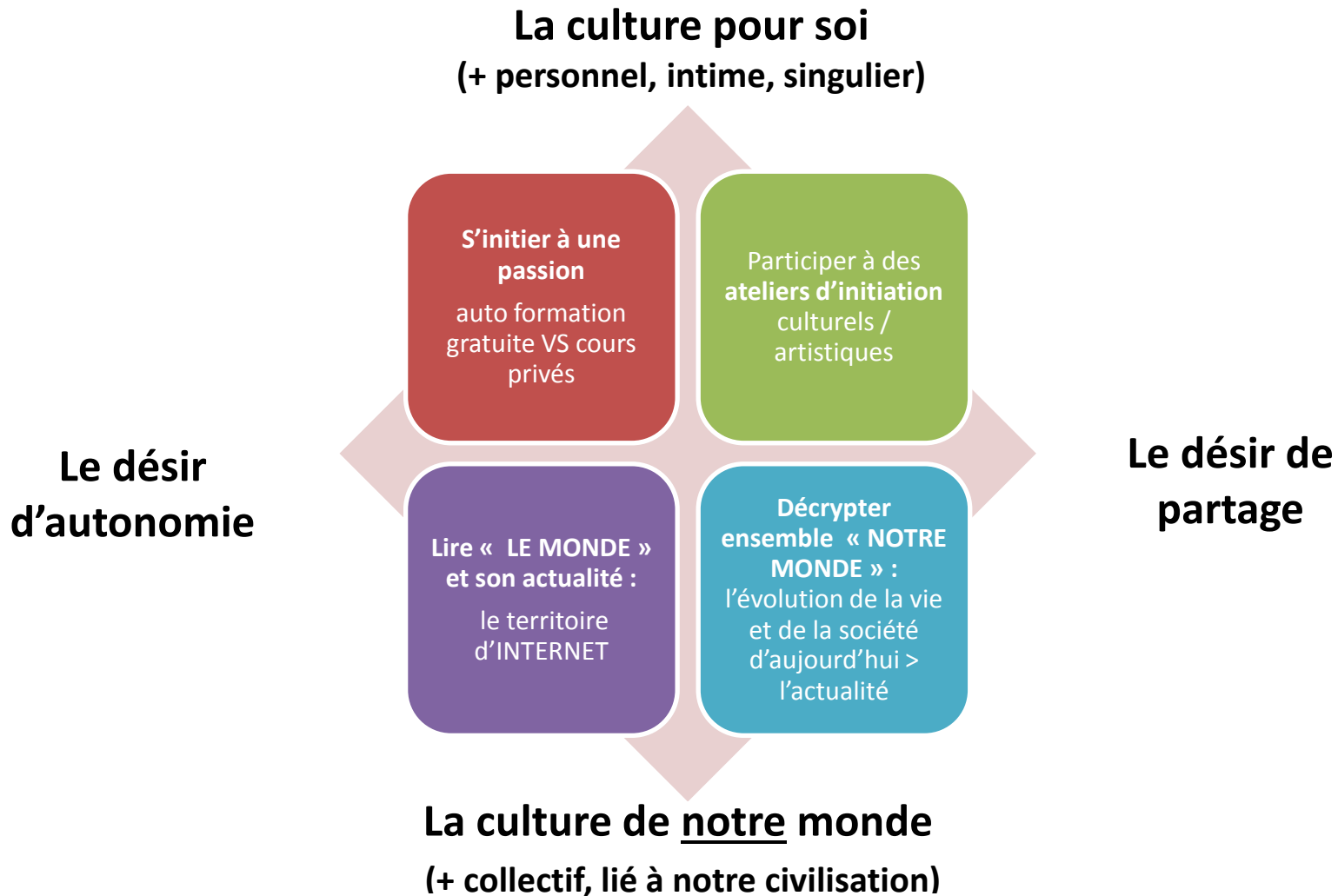
### ✦ Soit **rare et novateur**

- Pas proposé ailleurs, en particulier sur internet
- **Inventif, avant - gardiste**

► Autrement dit du « méconnu » ré-appropriable ... qui permet de rester « in »



## 3 - Ce qui implique un rapport contemporain à la « culture »



## 4 - Le rôle attendu de la BPI dans ce contexte

### Sur le versant auto –expérimental

Une **assistance sur mesure**  
**à la demande**  
pour aller plus loin

- **Orientation personnalisée**
- Bibliographique et événementielle : cycles, ateliers ....
- **Pour compléter l'autoformation**
  
- **La dimension « service »**

### Sur le versant co -expérimental

Un rôle **d'animateur / médiateur**  
VS de simple programmeur ou de producteur

- **Des formats collectifs inédits** VS le format « conférence » = qui s'émancipent de la dimension scolaire ou magistrale
- L'atelier, le groupe de parole, l'happening, la rencontre d'une tête d'affiche : **des réunions informelles** favorisant une construction élaborative et évolutive de connaissances, **qui permettent à l'utilisateur d'être ACTEUR/ AUTEUR de son propre contenu**
  
- **La dimension « innovante »**

► **Le modèle implicite : une bibliothèque qui devienne CARREFOUR d'idées et d'expériences**

► **Où l'on attend de l'Emetteur qu'il soit GÉNÉRATEUR de MÉTHODES nouvelles bien plus que de contenus**

## 1 – DES ESPACES REPENSÉS : un axe qui répond à l'attente unanime des publics

### seniors

Super ! Alors la c'est bien  
En totale adéquation

D'accord avec les places assises. Ça  
manque de places assises je trouve et  
la ça a été prévu par contre la lecture à  
plat ventre....

Ça peut faire café du commerce je suis  
pas d'accord, les gens vont papoter !  
Ça sera séparé  
A mon avis ça diverge de la notion de  
biblio , ça devient du papotage, des  
discussions stériles

### Des espaces repensés

#### De nouvelles fonctions

- Pour améliorer le repérage et maximiser l'efficacité des recherches, **la Bpi crée des « pôles d'accueil et d'accompagnement »** (également appelé « Accueil expert »). Chaque département sera doté d'un pôle central de ce type.
- la Bpi a également créé une fonction nouvelle : **des bibliothécaires mobiles**, présents dans les rayons pour accueillir les usagers, répondre à leurs questions et les orienter dans leurs recherches.
  - En relais des « pôles d'accueil et d'accompagnement
  - Et afin que les usagers aient facilement et rapidement accès à l'information recherchée

#### Une nouvelle ambiance

- Une **nouvelle déco** pour chaque département
  - Pour mettre en lumière un « univers » et une ambiance propres à chaque espace
  - Pour les rendre plus accueillants et conviviaux.
  - Avec notamment un nouveau mobilier, plus moderne et confortable
- **Des environnements de lecture pour tous les goûts :**
  - Tables de travail, évidemment, mais aussi salons de lecture, places de lecture assise dans les rayonnages, petits espaces de lecture à plat-ventre (Bd, albums...), espaces multimédia.
- **Des environnements sonores adaptés** aux différentes activités proposées
  - Des zones de calme pour l'étude et la lecture
  - Des zones de bruit offrant la possibilité de discuter, d'échanger, d'écouter de la musique; de faire de la bibliothèque un véritable espace de sociabilité.
- **Des espaces mobiles et évolutifs** pour permettre l'organisation d'événements de toute ampleur (concerts, rencontres d'artistes, défilés etc.)

### actifs

La bibliothécaire mobile, c'est une  
évidence

Ah ça en jette !! Génial !!!  
Ils nous ont écouté et ils ont tapé ça en  
vitesse ? Ou est la caméra ??? C'est  
exactement ce qu'on disait - Et les  
photos c'est exactement ça  
Moi je suis fan de ça, je veux ça !!!

Moi j'aime la lecture à plat ventre, c'est  
vachement bien ça - Avec des traversins  
**Et on lira quoi ?**  
Romans. Magazines. Travailler ! BD. Peu  
importe  
Il y a des gens qui bossent au lit

► Un axe plébiscité qui recouvre les exigences différentes des seniors et des actifs



## Implications

### Ce qu'il faut retenir sur l'évolution des espaces

- **Sortir du gigantisme de la BPI** en transformant les plateaux **en espaces pluriels et séparés, avec un mobilier plus « intime »**
  - immédiatement accueillants VS intimidants pour des publics non usagers
  - et concrétisant d'emblée l'ambition d'une « bibliothèque autre »
- Pour les SENIORS , **le soin de l'assise et la protection hors du regard des autres** sont particulièrement importants
- Pour les ACTIFS, **l'avant - gardisme du design** est particulièrement prisé. A titre d'exemple
  - la **ligne arrondie d'une bibliothèque** qui permet une **vue synoptique** des livres
  - ou la **multiplicité de sièges ronds** permettant de **concilier la dimension personnelle et collective** de l'assise

## 2 « VIVRE ET APPRENDRE » : un axe qui fédère les différents publics

seniors / actifs

### Le département Vivre et Apprendre

*Ce département est dédié aux problématiques de la vie quotidienne : l'emploi, la formation, l'entreprise, la maison, la santé, la famille, le droit quotidien, l'apprentissage. Il a pour objectif d'aider chacun à trouver une solution concrète, où la source d'information la plus opérationnelle, pour répondre à toutes les questions et besoins.*

#### Ce qui se traduit concrètement par :

##### 1. Des outils à disposition des usagers :

-Une offre de livres et collections permettant d'acquérir des savoirs de base ou des savoir-faire

-Un « Educ-Lab » : un espace offrant de nombreux logiciels et méthodes multimédia qui favorisent l'apprentissage tout au long de la vie

-Educ Lab fonctionne aussi comme un laboratoire de langues offrant de nombreuses méthodes pour apprendre ou se perfectionner : plus de 220 langues et dialectes, des plus courantes (anglais, espagnol, etc.) aux plus rares (belep, lapon, navajo ou zoulou, par exemple).

##### 2. Un accompagnement personnalisé et des conseils pour choisir la meilleure méthode et définir avec un professionnel le parcours d'apprentissage adapté, via :

-Un pôle d'« Accueil expert » dédié à l'accompagnement personnalisé

-Et en relais, l'intervention d'experts extérieurs invités à intervenir lors d'événements et de rencontres autour des thèmes Vie pratique / Vie quotidienne.

C'est excellent - C'est pour faire venir les seniors, ce département !  
Un accompagnement personnalisé ça interpelle

Très bien mais très vaste - Je me demande si les experts pourront faire face !

Un espace pratique pour la vie quotidienne c'est intéressant  
Bon projet je trouve ! c'est pas mal oui , d'avoir des savoirs qu'on peut utiliser tous les jours  
Comment on fait pour remplir sa fiche d'imposition par ex. C'est de plus en plus difficile à savoir ! - Pour les démarches administratives c'est super ! - Trop bien - Comment trouver un appart par ex  
Ça remplace pole emploi qui fait pas son boulot - Moi je trouve ça vachement bien  
Moi je sais pas ou aller pour ça - Un espace utile : ça me plait

Ok je vois - Ils font un listing -Usine à gaz

Le coté apprentissage des langues c'est super - Il y a du choix - Il y a du zoulou  
L'histoire d'apprendre des langues, etc, pour les gens qui travaillent, qui sont pas loin, c'est gratuit, et ils pourront avoir un docu officiel pour dire « je prends 2H à mon travail »  
ils pourraient faire des certif, ça intéresserait plein de gens !



## Implications

- ↘ **Le département Vivre et apprendre** : un axe prisé par les seniors comme les actifs mais pour des raisons différentes
  
- ↘ Pour les actifs , le premier volet : des outils à disposition des usagers
  - **Un espace utile, vecteur de connaissances directement transposables au quotidien** : il s'agit moins de connaissances pratiques proprement dites, même si cela intéresse certains, que de connaissances permettant d'alimenter ou de se découvrir une passion personnelle
  - **La possibilité d'auto-formation (stigmatisé par l'Educ lab) et l'étendue de son champ** : des domaines ciblés et rares offrant un chemin de libre initiation « pour les nuls » et permettant de personnaliser ses connaissances selon ses goûts
  - Pour mieux actualiser la promesse de ce département, l'intituler plutôt « **Vivre et s'initier** » ou du moins communiquer sur **des outils « d'initiation » à la « libre » disposition des usagers**
  
- ↘ Pour les seniors, le second volet : l'accompagnement personnalisé via des experts
  - À condition de **tenir la promesse d'expertise**
  - Et qu'elle recouvre **principalement le domaine de la culture classique** mais aussi **à la marge l'apprentissage des outils d'aujourd'hui** (informatique, numérique, etc...)

## 3 - « L'espace NOUVELLE GÉNÉRATION » : un axe fer de lance ...

### mais pour les actifs uniquement

seniors / actifs

Trop beau pour être à 100% réalisable  
C'est bien, on attire une catégorie d'âge, ça peut être positif ... il vaut mieux les occuper comme ça

Bien mais ce n'est plus une bibliothèque  
Nouvelle génération, ça fait MJC

#### *L'Espace Nouvelle Génération*

*L'Espace Nouvelle Génération est un lieu de pratiques créatives, ludiques et participatives - plutôt qu'une bibliothèque au sens classique du terme - dédié aux pratiques de loisirs et de culture des adolescents et des jeunes adultes (13-25 ans), dans un environnement convivial et décontracté*

#### Ce qui se traduit concrètement par :

- **Des revues et de collections destinées aux jeunes: magazines, BD, mangas, romans « cross age », films, expositions (à visionner en individuel ou collectif)**
- **Des événements, des rencontres, des débats ....**
  - autour de thématiques telles que le corps, la sexualité, la mode, les tendances
  - autour des métiers en donnant la parole à des professionnels passionnés
- **Des rencontres et ateliers autour des pratiques amateurs des jeunes :**
  - Des jeux vidéo : rencontres, jeux de rôles, tournois, démonstrations de nouveaux jeux ; rencontres avec des concepteurs., remix
  - Sports : rencontres avec des sportifs, démonstration de matériels
  - Design
  - Bandes dessinées : rencontre dessinées, ateliers...
  - Musique : happenings, concerts interactifs et environnement musical créé par les jeunes

C'est plus l'image qu'on se fait de Beaubourg, bien pour les actifs, qu'ils puissent venir accompagnés de leurs enfants, ça n'existe pas pour mon fils aujourd'hui  
Et ça correspond bien à l'image de Beaubourg oui, ça me paraît bien correspondre au côté novateur d'une époque de Beaubourg, et surtout ça me permet moi de faire un truc d'adulte à côté !

**Les rencontres ateliers** je trouve que ça touche les gamins qui font du sport, de la musique, qui restent chez eux  
C'est bien parce qu'ils ne font pas ça à l'école ni au centre de loisirs : c'est un complément pour les initier à une culture que l'on ne connaît pas  
le partage a d'autant plus de sens pour les ado qui ont vécu avec internet oui

C'est très varié - C'est pas un peu trop non ?? la on accumule, c'est génial, mais ça fait presque trop



## Implications

- ↳ **L'Espace Nouvelle Génération** : un axe fortement séduisant pour les actifs
  
- ↳ L'alibi de la transmission aux enfants
  - avec une double promesse : l'initiation des enfants / ados à des **savoirs et des cultures de pointe**
    - non scolaires
    - **et contemporains** = en phase avec les évolutions de leur génération
  - avec une réserve toutefois sur les moyens réels donnés à cette ambition
  
- ↳ Pour les seniors : un axe doublement hors champ
  - Qui exclut d'office leur génération
  - Qui s'éloigne de la mission classique de la bibliothèque



## 4 -« LA BIBLIOTHÈQUE MÉDIA » : un axe plus mitigé / secondaire pour tous

### seniors / actifs

J'aime l'idée de lire le monde, c'est joliment dit, on apporte un regard différent en plus - Ça me fait penser au magazine Courrier international

Moi j'imagine je suis fan de Paul auster,, s'il fait une conférence à la BPI j'y vais ! c'est sur - Ça peut être différent de la Fnac ou on vient pour vendre !

On aurait un espace d'échange en fait - Un forum - Un lieu d'échange aussi , physique et par le net - Rencontrer les gens, au lieu de le faire par internet

### Une bibliothèque-media

**En offrant la possibilité à tous de voir le monde au travers du prisme de l'actualité, la BPI se présente comme un véritable média :**

- Elle donne accès à tous les médias et outils actuels d'information
- Et aide les publics à déchiffrer cette actualité pour mieux l'appréhender et la mettre en perspective

#### Ce qui se traduit concrètement par :

1. Un espace **Actualité** : ce lieu, également appelé « Lire le monde », est dédié à l'actualité et à son décodage
  - Mise à disposition de la presse mondiale évidemment, papier et éditions numériques
  - Mise en avant des derniers ouvrages et essais portant sur l'actualité et son décodage
  - Animations autour du « Lecture Lab », un laboratoire de découverte de tous les nouveaux outils et les nouvelles pratiques de lecture numériques (livres numériques, tablettes, réalité augmentée etc.)
  - Et surtout, **organisation d'événements autour des thèmes qui font l'actualité** : rencontres-débats, rencontres avec des experts (sociologues, essayistes, journalistes, acteurs de la vie politique ou de la société civile etc.)
2. Un espace **Web studio**
  - Ce lieu de production du *Web magazine* est ouvert aux usagers qui souhaitent participer à l'élaboration du magazine en ligne de la Bpi (interviews, podcasts, agenda, recherches sur des sujets d'actualité, bibliographies etc.)
3. Un service de **réponse à distance**
  - Permettant à tous de poser les questions qui demandent une expertise et des recherches en bibliothèque. Les bibliothécaires de la Bpi se chargent de ce travail pour vous et vous répondent en 48h !

Moi j'ai internet pour ça C'est un regard objectif oui - C'est du décryptage oui - Mais ça peut être le rôle de la tv, quand elle est bien faite : C dans l'air, etc.... Je ne me déplace pas pour ça ...

Qui a le temps de faire ça avec une vie active et les enfants ?

Ça devient médiathèque et plus une bibliothèque, et les étudiants ils deviennent quoi ? Vous changez d'activité la , l'activité livres sera maintenue ?

Les experts sont en mesure de répondre à toutes les questions en 48H ???? e C'est un petit peu prétentieux quand même ça me laisse perplexe ! Bonne idée mais difficile à faire Si la réponse est pas bonne les gens vont se retourner contre la biblio



## Implications

- **Une bibliothèque - media : un axe quasi ignoré des seniors et mitigé pour les actifs**
- **Pours les seniors : une médiathèque de pointe VS une bibliothèque avec des contenus et outils peu appropriés à leur génération**
  - Mise à disposition de la presse mondiale et d'ouvrages décryptant l'actualité : une offre peu impliquante dans la mesure où cette génération est encore une grande lectrice de presse quotidienne nationale
  - Lecture Lab ou Web studio : des espaces technologiques hors de leur portée et de leurs centres d'intérêt
  - Le service de réponse à distance : une efficacité peu crédible en 48 heures dans la mesure où cette cible fantasme une prise en charge soutenue de chaque usager
- **Pour les actifs : une offre séduisante intellectuellement mais peu utile dans les faits**
  - Le déchiffrage de l'actualité : un contenu peu motivant (trop vaste et trop éloigné du cours de sa vie) pour une cible pressée et très occupée par ailleurs
    - En raison de la concurrence d'internet : l'essentiel de l'actualité à disposition, chez soi
    - Et des émissions sur l'actualité à la télévision : les éléments de décodage nécessaires, sans besoin d'approfondissement
  - Le web studio : une offre anecdotique, qui met en valeur la bibliothèque plus que l'utilisateur et qui demande en outre à ce dernier un « travail » supplémentaire
  - Le service de réponse à distance : peu efficace en 48h à l'ère d'internet pour une cible habituée à des services immédiats (24h/24 et 7 jours /7)
  - En revanche, **l'idée des animations autour du Lecture Lab ou des rencontres débats : un principe de méthodes inédites d'échange à développer** à condition que les thématiques choisies soient en prise avec des problématiques de la vie quotidienne (sociale ou familiale) et non avec l'actualité internationale du monde

## POINTS CLEFS

Au final, l'espoir

d'une bibliothèque « médiatrice » (animatrice)

>

d'une bibliothèque « média »

- ↳ Un public qui **n'attend pas** de la bibliothèque **qu'elle soit génératrice de contenus à l'instar d'autres média** d'autant que ces derniers la concurrencent fortement sur le domaine de l'actualité
- ↳ Des individus qui **attendent** au contraire **que la bibliothèque soit génératrice de méthodes nouvelles** (d'initiation autonome ou d'animation d'échanges / rencontres)
  - lui permettant de **créer par lui-même son propre contenu** en lien avec ses goûts ou sa vie au quotidien
  - ce que ne permettent pas les media classiques ( presse, télé) et ce qui est trop embryonnaire sur internet
  - et **l'aidant ainsi à améliorer sa qualité de vie**

# Conclusions et recommandations

# POINTS CLEFS

## Comment assurer la réussite du projet d'établissement auprès des publics de conquête?

### 1) Les pré-requis de la réussite

- ↘ Il est important de bien comprendre les souhaits des publics afin de prioriser les évolutions à mettre en place.
- ↘ Pour les SENIORS, il ne s'agit pas de révolutionner le format actuel de la bibliothèque mais de **répondre à leur attente essentielle de protection et d'accompagnement de leurs démarches.**
- ↘ Pour les ACTIFS, qui à nos yeux représente la cible de conquête à plus fort potentiel d'extension à terme, il s'agit de **répondre à leur double attente de renouvellement du concept de bibliothèque**
  - **L'attente d'une bibliothèque qui permette d'une part de vivre « son monde à soi » et d'autre part de lire « notre monde » :** les phénomènes d'ordre sociétal, relationnel (psychologique) et existentiel (philosophique) directement corrélés à l'environnement quotidien de ces publics > l'actualité du monde au sens large (politique, géopolitique ...)
  - **D'où l'attente d'une bibliothèque génératrice de méthodes nouvelles** plus que de contenus
    - Des **méthodes facilitant la production libre** et autonome **par l'utilisateur**, **tout seul ou à plusieurs**, de contenus utiles
    - Des **méthodes expérimentales et innovantes** qui offrent « un vrai saut », qualitatif et créatif, par rapport à internet et justifient ainsi pour un non usager de « sauter le pas » qui l'empêche de venir à la bibliothèque

## POINTS CLEFS

Comment assurer la réussite du projet d'établissement  
auprès des publics de conquête?

### 2 ) L'orientation à suivre pour mettre en œuvre le projet d'établissement

- ↘ **Si l'on veut donc RECRUTER - c'est-à-dire faire se déplacer - des actifs, les offres fers de lance sont**
  - **Le volet auto-formation** (le principe de l'Educ Lab) **de Vivre et apprendre** pour s'initier à des passions ;
  - **L'espace nouvelle génération comme alibi familial** : le principe d'un lieu de pratiques créatives, ludiques et participatives pour initier les jeunes aux arts contemporains de la jeunesse ;
  - Potentiellement et dans le même ordre d'idées, **le volet évènementiel de la bibliothèque média** : le principe du débat / rencontre à condition d'inventer des formes nouvelles d'animation favorisant la dimension participative et créative de tous les intervenants (experts comme public)
- ↘ **Les autres offres**, en particulier les contenus de **la bibliothèque média** (presse mondiale, ouvrages de déchiffrage, Lecture Lab, Web studio ...) mais aussi **les services d'assistance** (pôle Accueil experts, service de réponse à distance ...) **représentent des bénéfices secondaires** :
  - **Des « plus » de l'ordre de la valeur ajoutée** qui peuvent fidéliser ces cibles une fois recrutées (en multipliant les occasions de rendez vous),
  - mais qui ne sont **en aucun cas suffisants pour susciter le désir de fréquenter la BPI.**

## POINTS CLEFS

### Comment assurer la réussite du projet d'établissement auprès des publics de conquête?

#### 3) Les chantiers préalables à la mise en œuvre du projet

##### 3.1 Le chantier des contenus

- Pour conquérir un public large, en particulier un public d'actifs, la réussite du projet d'établissement dépendra de **l'anglage des contenus proposés.**
- **Sur le versant auto – expérimental** (auto –formation / vivre et apprendre) il s'agit de jouer sur **2 promesses** :
  - **L'initiation –plaisir à des courants ....** de pensée, artistiques (musique, peinture), philosophiques .....
  - **La libre initiation aux passions les plus rares et singulières (personnelles)**
    - Aux langues les plus méconnues
    - Aux loisirs créatifs et personnels très cibles : par ex. l'art du Feng shui, l'art de l'origami, l'art de l'ikebana VS l'art floral en général ...etc
    - En mettant en avant **LA GRATUITE** et **l'AUTONOMIE** VS les cours municipaux
    - En revisitant le nom « Educ Lab » par le choix d'un nom moins scolaire, plus créatif, connotant la liberté de parcours à son rythme
- **Sur le versant co –expérimental** (débat collectif / rencontres / entre vivre et apprendre et la bibliothèque média) il s'agit
  - **De créer des méthodes nouvelles** en mettant en avant leur dimension **empirique et expérimentale** : **de nouveaux formats de rencontres informelles, participatives et créatives / de nouvelles formes d'animation de ces réunions et de co expérimentation / co -création entre usagers** sur le modèle très contemporains des **formats ouverts** lancés sur le web et en particulier sur FB **tels que les barcamp, open-coffee, ignite, Hacking Party ...**
  - **D'angler les thèmes des rencontres sur des problématiques sociologiques** plus que sur l'actualité événementielle ou politique, sur le modèle des **magazines Psychologies magazine ou Philosophie magazine** : des problématiques **qui font écho** à la vie quotidienne de l'utilisateur, à l'air du temps, à l'évolution du moment ... autrement dit, à **l'environnement de l'utilisateur**, à **« son monde » plus qu'au « monde ».**

## POINTS CLEFS

### Comment assurer la réussite du projet d'établissement auprès des publics de conquête?

#### 3.2 Le chantier de la communication

- **Mais avant toute mise en œuvre du projet d'établissement, la communication sur la BPI s'avère primordiale**
  - Il ne s'agit pas seulement de **faire savoir** et de développer la notoriété de la BPI, mais aussi de **convaincre**, c'est-à-dire de motiver, inciter, lever les freins au déplacement et à la venue « in situ ».
  - Or l'on voit, à travers les concepts généraux testés (mission actuelle de la BPI et projet d'établissement), toute la **difficulté d'explicitier les évolutions de la BPI, de manière concrète et projective**, pour des publics non usagers.
  
- C'est pourquoi il est important d'ouvrir un **chantier sur la stratégie de communication à mener**
  - Pour **véhiculer les promesses innovantes du projet d'établissement** : **bibliothèque plaisir, expérimentale, intergénérationnelle et démocratique** ;
  - Pour **traduire de manière positive la « marque » BPI** avec la nécessité de **créer une base line** qui explicite la **modernité de l'approche publique, multimédia**, sous forme de « **laboratoires** » créatifs ;
  - pour « **packager et marketer** » **les offres proposées** (contenus et services) de manière à faire ressortir la dimension « in » et avant gardiste du projet d'établissement :
    - avec la nécessité **d'inventer de nouveaux formats** et de **créer de nouveaux noms**
    - qui donnent à **la BPI une image de « précurseur » de la bibliothèque du XXIème siècle** et qui crédibilisent la dimension **inaugurale** du projet.