

## Note de présentation des résultats de l'enquête sur les publics de Richelieu

### Table des matières

<b>1. OBSERVER L'APPROPRIATION DU SITE RICHELIEU DANS LA DUREE</b> .....	2
<b>2. DES METHODOLOGIES MULTIPLES</b> .....	2
2.1. UN QUESTIONNAIRE ADMINISTRE AUPRES DE 1500 REPONDANTS .....	3
2.2. DES OBSERVATIONS QUALITATIVES COMPLEMENTAIRES, TOUJOURS EN COURS .....	3
<b>3. UNE REOUVERTURE ET DES ESPACES QUI ENTHOUSIASMENT</b> .....	4
3.1. UN PUBLIC EN CONSTRUCTION .....	4
3.1.1. <i>Une fréquentation dont les variations témoignent d'un fort potentiel</i> .....	4
3.1.2. <i>Un public à dominante culturelle</i> .....	5
3.1.3. <i>Un public (déjà) conquis ?</i> .....	6
3.2. DES SPECIFICITES PAR USAGE.....	7
3.2.1. <i>Un public expo/musée familier de l'institution BnF et des institutions muséales</i> .....	7
3.2.2. <i>Des visiteurs de la salle Ovale moins familiers de la BnF</i> .....	8
3.2.3. <i>Un lieu de travail enthousiasmant soulevant de fortes attentes</i> .....	9
<b>4. PISTES ET RECOMMANDATIONS</b> .....	10

## **1. Observer l'appropriation du site Richelieu dans la durée**

En septembre 2022, la BnF a rouvert le site historique de Richelieu après plus de 10 ans de rénovation. Pôle d'excellence dédié à l'histoire des arts et aux sciences du patrimoine depuis la réunion en 2016 de la BnF, de la bibliothèque de l'Institut national d'histoire de l'art et de celle de l'École nationale des chartes, le site de Richelieu s'ouvre désormais à tous les publics pour donner accès, par le savoir et la culture, à l'incroyable richesse et diversité des collections de la Bibliothèque, grâce notamment à une offre culturelle totalement renouvelée. Richelieu conduit à un déploiement complet des missions de la Bibliothèque, qui s'incarne dans l'ouverture d'un musée complètement repensé, d'une galerie d'exposition, de salles de recherche rénovées réservées aux chercheurs et d'une salle Ovale accessible gratuitement à tous et sans limite d'âge. Emblématique du site, la salle Ovale est aujourd'hui organisée pour combiner usages studieux et visites, avec des places de travail assises, des places de lecture de détente, des ouvrages de références et des bandes dessinées, des dispositifs de médiation retraçant l'histoire du bâtiment et des collections.

L'ensemble de cette offre s'adresse ainsi à un large public de curieux composés de visiteurs venant admirer un lieu patrimonial remarquable, de lecteurs fréquentant librement une nouvelle salle de lecture publique et de chercheurs assidus étudiant les prestigieuses collections des départements spécialisés.

**Huit mois après l'ouverture, qu'en est-il des « visiteurs réels » ?** Des étudiants font la queue pour entrer dans la salle Ovale avant 10h, des groupes passent des vases grecques au trône de Dagobert en s'émerveillant de la qualité de la rénovation des espaces, certains touristes photographient l'escalier sans y monter... Comment rendre compte d'un public aussi hétéroclite ? Comment témoigner de l'instauration de pratiques qui s'installent peu à peu et s'articulent à mesure que le site est identifié dans le paysage des lieux d'étude et de visite de Paris Centre ?

Cette note de synthèse présente un état intermédiaire des matériaux collectés de manière quantitative et qualitative : les résultats d'un questionnaire administré en sortie de site de septembre 2022 à janvier 2023 ; des observations réalisées par les personnes chargées du service public en salle Ovale ou des étudiants en formation ayant investi Richelieu comme terrain d'enquête. En mêlant ces observations, il s'agit de noter les appropriations qui façonnent ce nouvel espace et d'interroger les développements à venir. En effet, ces premiers résultats portent sur un public de « précurseurs » venus dès l'ouverture du site. Or, ces usagers peuvent esquisser les caractéristiques des publics à venir ou évoluer différemment dans la durée. A ce titre, une nouvelle enquête sera relancée de juin à décembre 2023, et les observations qualitatives se poursuivent.

## **2. Des méthodologies multiples**

Pour conduire ces observations, le pôle Etudes des publics de la délégation à la Stratégie et à la recherche a initié plusieurs démarches dans l'objectif de constituer, dès l'ouverture, une base de référence descriptive des profils des visiteurs et rassembler des observations qualitatives ouvrant des pistes de réflexion. Ces éléments s'appuient également sur les mesures de la fréquentation.

## 2.1. Un questionnaire administré auprès de 1500 répondants

L'agence Voix Publics a été missionnée pour réaliser une **enquête portant sur l'ensemble des publics du site Richelieu**. La prestation impliquait de tester, au cours de 5 mois d'enquête post-ouverture, différents modes de recrutement. Les questions posées portaient autant sur les canaux de connaissance de l'offre, les espaces visités, la satisfaction et les suggestions d'amélioration. Plusieurs questions se déclinaient en fonction des parcours : sur la consultation de la médiation textuelle et numérique dans les espaces muséaux, sur le recours à l'offre documentaire dans les salles de lecture... Pour qualifier le profil des répondants, les questions classiques de socio-démographies étaient complétées par des questions sur la familiarité muséale et la familiarité numérique, afin de situer les caractéristiques des visiteurs de Richelieu par rapport aux résultats d'enquêtes nationales sur la population française.

459 usagers ont répondu à l'enquête en sortie de site côté rue Vivienne ou rue de Richelieu, avec une répartition du recrutement sur les jours de semaine, week-ends et vacances scolaires. Cet échantillon constitue la base de référence des publics du site et fournit la répartition représentative des différents profils qui fréquentent le site en fonction de leurs activités.

312 internautes ont répondu à l'enquête en ligne sur ~2000 personnes contactées par emailing après avoir acheté en ligne un billet pour une entrée au musée ou dans l'exposition, un atelier ou une visite guidée. Du fait de la temporalité de l'opération, cette population livre des informations sur les visiteurs culturels venus pendant les vacances scolaires de la Toussaint.

754 enquêtés ont répondu au questionnaire sur tablette avec un recrutement en salle Ovale auprès des personnes assises et en train de travailler. La sollicitation à la table a été facilitée par un flyer annonçant préalablement la démarche. Ce mode de recrutement doit cependant rester occasionnel pour respecter la concentration des lecteurs.

Ces deux dernières sources de recrutement n'ont pas été « redressées » au sens statistique puisqu'il n'y avait pas d'échantillon de référence auquel comparer les répondants. Elles fournissent un volume de répondants suffisant pour que les éléments collectés sur les pratiques et usages soient fiables.

## 2.2. Des observations qualitatives complémentaires, toujours en cours

En parallèle de cette enquête, diverses observations et démarches qualitatives sont conduites en propre et ou en partenariat.

Lors du week-end de réouverture, les chargées d'étude de la DSG ont mené des observations des visiteurs et réalisé des entretiens courts en fin de parcours. L'événement étant très exceptionnel, les résultats ont permis d'identifier les axes à étudier par la suite : la connaissance préalable du lieu et la familiarité muséale apparaissaient ainsi comme des clés déterminantes de l'appropriation du site.

Au cours de l'année universitaire 2022-23, deux groupes d'étudiants se sont vus proposer d'investir le site de la BnF-Richelieu comme terrain d'enquête.

60 étudiants en 3ème année de licence d'anthropologie (Université Paris Nanterre) ont exploré différentes approches de terrain sur le site, avant de resserrer leur travail sur une problématique choisie individuellement : *l'étude du « silence » en salle Ovale, le rôle des agents de sécurité, les espaces*

*de rencontre et de drague dans la cour d'honneur, les seuils symboliques à franchir pour « accéder » à l'institution BnF... En parallèle, Muriel Amar, maîtresse de conférences au pôle Métiers du livre de l'Université Paris Nanterre, a proposé aux 27 étudiants qu'elle encadre pour un cours de sociologie des publics de conduire collectivement des observations en salle Ovale. Venus trois mercredis matins, les étudiants ont finalement traité une dizaine de problématiques parmi lesquelles : le rôle de la lumière dans la mise en scène de la salle, l'instauration de règles et pratiques par les usagers eux-mêmes ou encore la place et le rôle des bibliothécaires dans leurs interactions avec les publics.*

Enfin, deux étudiants réalisent leur mémoire de M2 sur des terrains liés à la BnF : Adrien Willart, encadré par Muriel Amar, étudie les postures de travail avec ou sans livre en salle Ovale ; Juliette Combes, encadrée par François Mairesse à Sorbonne Nouvelle, questionne l'apport des bornes numériques pour des personnes éloignées des institutions culturelles.

Enfin, huit agents qui réalisent leurs plages de service public en salle Ovale ont souhaité s'engager dans une démarche d'observation ethnographique, sous l'impulsion de Laurence Tarin, directrice du département « Découverte des collections et de l'Accompagnement à la recherche ». L'objectif premier visait à se mettre en posture d'observation et à collecter du matériau, l'étape consistant à chercher des solutions à des problèmes identifiés ne venant que dans un deuxième temps. Les deux chargées d'études de la DSG accompagnent cette observation dans le temps long : démarrée en janvier 2023 avec la mise en place d'un carnet d'observation, l'enquête a permis une première mise en commun destinée à conforter la méthode. Par exemple, la répartition des usagers entre les espaces de travail et les assises de détente, la cohabitation des étudiants et des familles, l'installation des personnes venant à plusieurs, l'utilisation des documents... figurent parmi les observations que les agents commencent à systématiser. Il ne sera cependant pas possible de couvrir sur une année l'ensemble des pratiques de la salle Ovale, d'autant que les usages se reconfigurent à mesure de la familiarisation des publics avec les lieux.

A la rentrée de septembre 2023, soit un an après la réouverture, l'ensemble de ces matériaux fera l'objet, après analyse, d'une restitution qui croisera données quantitatives du baromètre et observations qualitatives.

### **3. Une réouverture et des espaces qui enthousiasment**

Posons comme point de départ un premier résultat remarquable : **la satisfaction des publics interrogés est excellente (97% sont satisfaits et très satisfaits et 6 usagers sur 10 attribuent une note de 9 à 10 à leur visite)**. Elle montre que la réouverture du lieu séduit les visiteurs et lecteurs qui passent les portes du site Richelieu. L'analyse de ces résultats aide à comprendre la motivation des publics à venir et à dégager des pistes pour développer les profils identiques à ceux qui viennent déjà mais aussi pour en conquérir d'autres.

#### **3.1. Un public en construction**

##### *3.1.1. Une fréquentation dont les variations témoignent d'un fort potentiel*

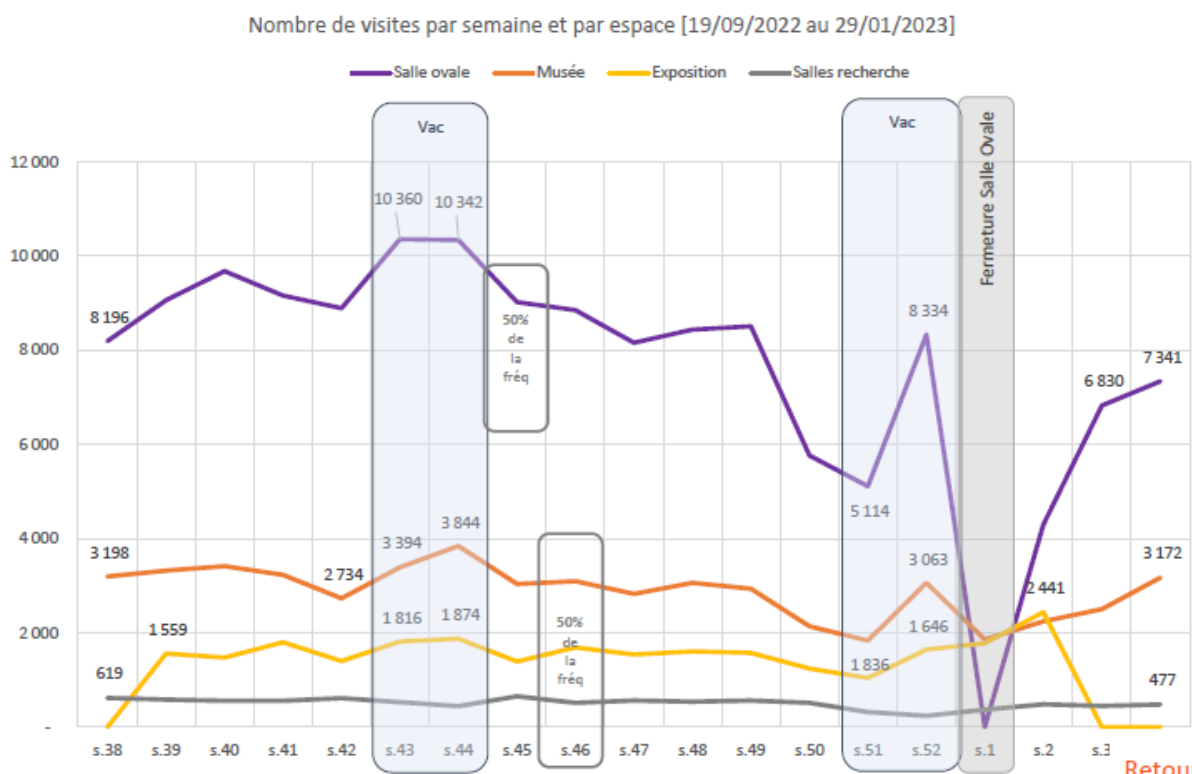
Les différentes périodes d'enquête de septembre 2022 à janvier 2023 montrent une certaine saisonnalité des visites et des variations dans l'intensité de la fréquentation : la salle Ovale

# {BnF

compte un nombre de visites hebdomadaires comprises entre 5 200 passages (la 1<sup>ère</sup> semaine des vacances de Noël) et 10 360 (la 1<sup>ère</sup> semaine des vacances de Toussaint). Les vacances de la Toussaint ont en effet cumulé une disponibilité des étudiants pour venir travailler et une présence des visiteurs franciliens et provinciaux venus découvrir le lieu. La fréquentation de l'exposition Molière est d'environ 2 000 entrées par semaine, sauf pour les deux dernières semaines. Le musée, quant à lui, voit sa fréquentation monter à 4000 visites la 2<sup>ème</sup> semaine des vacances de Toussaint et à 3 000, la 2<sup>ème</sup> semaine des vacances de Noël.

A contrario, la fréquentation des salles de recherche est relativement indifférente à la saisonnalité et se situent autour de 550 entrées par semaine, +/- 15%.

A noter que les publics de la salle Ovale ne vont pas forcément au musée, ni les visiteurs du site dans la galerie d'exposition.



Source : Rapport Voix Publics, données DSG Pilotage

### 3.1.2. Un public à dominante culturelle

A partir des questions sur les espaces fréquentés, l'enquête permet de catégoriser les visiteurs en fonction de leur type de pratiques :

#### Trois quart des usagers sont des visiteurs culturels :

- 37% des personnes venues sur le site sont allés visiter la salle Ovale, et uniquement cet espace ;
- 36% des visiteurs sont allés dans les espaces payants comme la galerie d'exposition ou le musée ; parmi eux, plus de 2 sur 3 sont aussi allés visiter la salle Ovale
- Les simples promeneurs (espaces libres, café, jardin) représentent 1%.

## Un quart des usagers du site vient pour des pratiques studieuses :

- 18% des usagers sont venus travailler en salle Ovale (on les désignera comme « lecteurs de la salle Ovale ») ;  
8% des usagers fréquentent les salles de recherche, d'où leur désignation de « chercheurs » et parmi eux, la moitié ont profité de leur passage pour se rendre dans un autre espace comme les espaces culturels ou la salle Ovale.

Si tous les publics cohabitent à tout instant sur le site, la proportion de chaque profil dépend de l'heure de la journée (les étudiants et chercheurs arrivent plus tôt que les visiteurs), de la semaine (la part des visiteurs est plus importante le week-end, surtout en salle Ovale) et de l'année (la fréquentation en période de vacances scolaires est importante, du côté des étudiants et des visiteurs du musée et des expositions).

Les durées moyennes de visite varient selon le type de pratiques, supérieures à 4h lorsqu'il s'agit d'usages studieux et entre 45 min et 2h pour des visites architecturales ou culturelles :

Types d'usages	% obs.	Durée moyenne de la visite
visiteurs s.Ovale	37%	45 min
lecteurs s. Ovale	18%	5h30
visiteurs musée/expo et s.ovale	25%	1h40
visiteurs musée/expo	11%	1h40
chercheurs	4%	4h10
chercheurs et visiteurs musée/expo ou s.ovale	4%	2h05
promeneurs	1%	1h05

Source : Rapport Voix Publics

### 3.1.3. Un public (déjà) conquis ?

**Les deux tiers des publics sont des primo-visiteurs** : il s'agit de personnes qui découvrent le site Richelieu et bien souvent la BnF elle-même le jour de leur visite. **Mais un nouveau public stabilise également sa fréquentation** : 10% des enquêtés ont commencé à venir à partir de septembre 2022 et reviennent depuis. Or, cette part augmente au fur et à mesure de l'enquête. Plus particulièrement, la salle Ovale constitue un « produit d'appel » et **élargit la base de recrutement pour un public** qui ne venait pas avant les travaux sur le site, ni sur aucun autre site BnF.

Les nouveaux lecteurs de la salle Ovale contribuent de fait au **rajeunissement des publics du site** Richelieu ainsi qu'à une **ouverture plus grande aux lycéens et étudiants de premier cycle** (7 points de plus qu'en Haut-de-jardin pour les lycéens, 11 points pour les 18-21 ans). A contrario, les premiers visiteurs des propositions culturelles du site Richelieu (musée et exposition) ont des profils sociodémographiques (niveau d'études, appartenance aux cadres et professions intellectuelles supérieures) et une familiarité avec les musées/expositions qui les positionnent dans le **segment le plus élevé des pratiques culturelles** mesurées dans les enquêtes du ministère de la Culture.

Regarder plus en détail les profils et attentes des trois principaux types de visiteurs permet de mieux affiner ce constat.

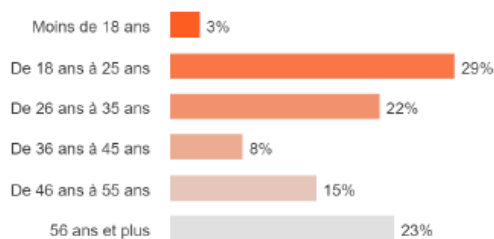
## 3.2. Des spécificités par usage

### 3.2.1. Un public expo/musée familier de l'institution BnF et des institutions muséales

Les données présentées ici concernent les 177 répondants à l'enquête en sortie de site qui ont visité un espace culturel payant, que ce soit le musée ou l'exposition. Un tiers de ces visiteurs a moins de 26 ans et un quart, plus de 50 ans. Par rapport aux publics traditionnels des musées, ces profils sont proches de ceux identifiés dans les enquêtes *A l'écoute des visiteurs* coordonnées par le ministère de la Culture, et **nettement plus jeunes que les publics culturels du site François-Mitterrand. La part de visiteurs hors Ile-de-France est aussi importante**, puisque 22% des visiteurs résident en région et 5% à l'étranger.

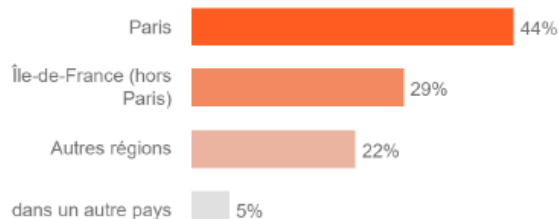
#### Age et lieux d'habitation des visiteurs

Réponses effectives : 177 Taux de réponse : 100%  
Moyenne : 39,4



#### Lieu de résidence

Réponses effectives : 177 Taux de réponse : 100%



#### Familiarité muséale des visiteurs

Familiarité avec la pratique de visite muséale

Réponses effectives : 171

Taux de réponse : 96%

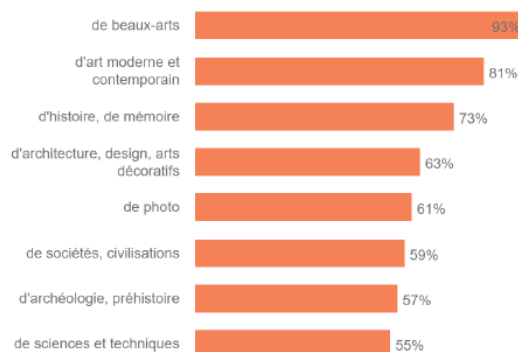
● très forte  
● forte  
● moyenne  
● faible  
● très faible



Ces derniers 12 mois, avez-vous visité un musée ou une exposition... ?

Réponses effectives : 167

Taux de réponse : 94%



Source : Rapport Voix Publics

Si les visiteurs du site Richelieu ressemblent aux visiteurs des musées, c'est qu'ils en fréquentent effectivement beaucoup : 93% des enquêtés indiquent avoir visité un musée des beaux-arts au cours des 12 derniers mois et **88% ont une très forte familiarité muséale** (soit un niveau deux fois plus important que la moyenne nationale établie dans l'enquête ministérielle *A l'écoute des Visiteurs*).

Allant de pair avec cette fréquentation assidue des institutions culturelles, **le niveau de diplôme des visiteurs des espaces culturels de Richelieu est très élevé** (14% ont un bac+6 et 79% des actifs exercent une profession de cadre ou une profession intellectuelle).

Enfin, **ce public est aussi familier de la BnF puisque 41% des visiteurs avaient déjà visité une exposition sur le site de François-Mitterrand**. Ils viennent toutefois plus souvent **en famille ou entre pairs** à Richelieu qu'à François-Mitterrand.

Pour conclure, notons que **ce public se montre très satisfait de la scénographie et des médiations** qui mettent en valeur les œuvres mais moins convaincu par la compréhension de l'histoire du lieu.

### 3.2.2. Des visiteurs de la salle Ovale moins familiers de la BnF

Il est intéressant de mettre en regard de ce public de visiteurs des expositions et du musée, **les profils des visiteurs de la seule salle Ovale.**

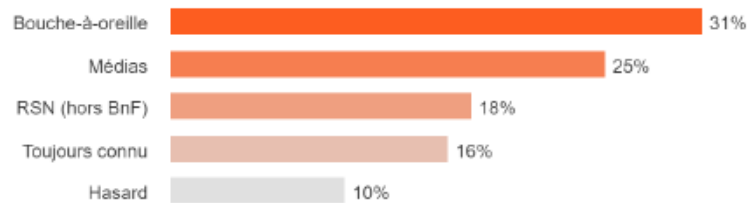
38% d'entre eux ont entre 26 et 45 ans ; ils sont un peu moins diplômés, appartiennent dans une moindre mesure à des CSP supérieures que les visiteurs du musée et sont un peu moins familiers des institutions culturelles... Ils demeurent cependant nettement **plus diplômés et familiers des musées que la population française.**

Ce sont surtout les modalités de la visite de la salle Ovale qui les distinguent particulièrement des autres publics : **ils sont moins connaisseurs de la BnF** (74% n'étaient jamais venus à Richelieu, 25% ont visité des expositions à François-Mitterrand), en ont entendu parler **par le bouche-à-oreille ou les médias**, voire par hasard (10%). Ils sont **35% à déclarer venir à l'occasion d'une visite dans le quartier** et **26% venir avec des enfants de moins de 16 ans.**

#### Principaux canaux de connaissance de la BnF-Site Richelieu

Réponses effectives : 285

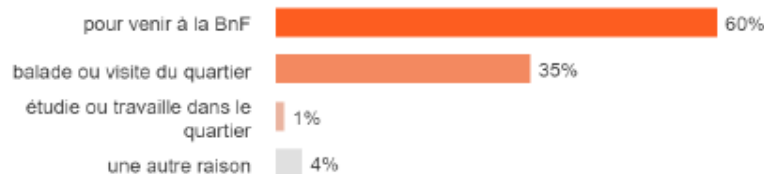
Taux de réponse : 100%



#### Vous êtes venu.e dans le quartier de la BnF-Site Richelieu principalement pour ...

Réponses effectives : 282

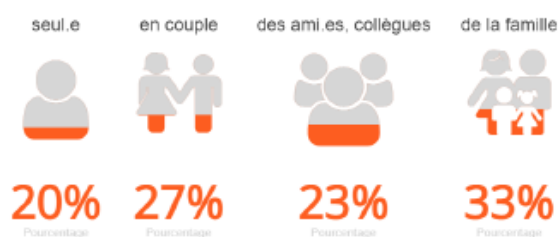
Taux de réponse : 99%



#### Vous êtes venu.e

Réponses effectives : 283

Taux de réponse : 99%



**26%** sont accompagnés de moins de 16 ans

Source : Rapport Voix Publics



**Ces visiteurs de la salle Ovale participent au fort renouvellement des publics de la BnF et, ce qui est très positif, ils sont aussi les plus satisfaits.**

Le fait qu'ils n'aient pas visité le musée ou les autres espaces peut résulter d'une méconnaissance de l'existence de ces espaces mais aussi du caractère « opportuniste » de la visite qui peut être faite gratuitement dans un temps plus restreint (45 min en moyenne).

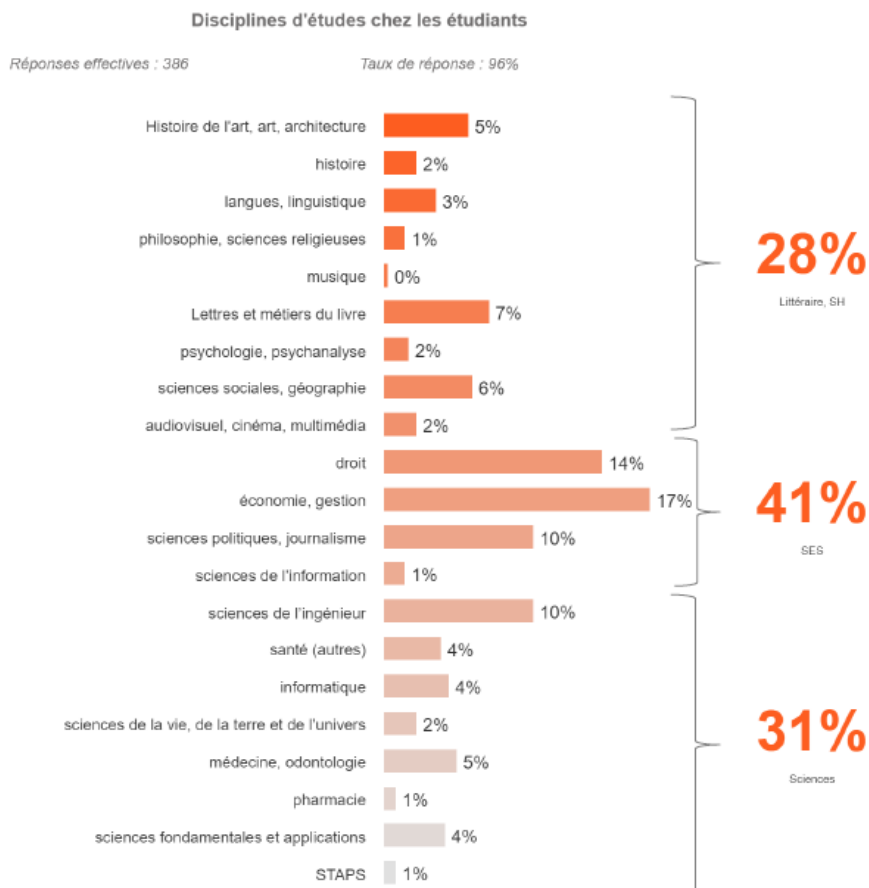
Le taux de revisite ne peut pas encore être mesuré, mais **la part de ces nouveaux visiteurs est à suivre à l'avenir.**

### 3.2.3. Un lieu de travail enthousiasmant soulevant de fortes attentes

*A contrario*, les lecteurs qui travaillent en salle Ovale ont commencé à y prendre des habitudes : **4 lecteurs sur 10 viennent régulièrement depuis septembre. 57% d'entre eux étaient déjà allés en Bibliothèque pour tous du Haut-de-jardin sur le site François-Mitterrand.**

Les profils des lecteurs de la salle Ovale s'écartent des profils historiques de chercheurs de Richelieu sans correspondre totalement à ceux du Haut-de-jardin : ainsi, ils sont **plus féminins et plus jeunes** qu'en Haut-de-jardin, résident pour 16% dans le 2<sup>ème</sup> arrondissement de Paris. **81% sont élèves et étudiants** (10% lycéens, 67% étudiants, 6% doctorants) contre 69% en Haut-de-jardin.

Les disciplines sont pour 31% rattachées aux sciences et techniques mais comparativement au Haut-de-jardin, plus aux sciences de l'ingénieur qu'à la médecine ; 41% sont dans des filières SES, dont 17% en économie et 14% en droit. **Ces étudiants sont plus éloignés des lettres et sciences humaines que les étudiants du Haut-de-jardin.**



Source : Rapport Voix Publics

Deux questions illustrent certaines incertitudes sur l'évolution du rapport de ces lecteurs à la salle Ovale.

Tout d'abord, celle de leurs pratiques documentaires : l'offre en salle Ovale n'est pas une offre universitaire, les étudiants n'y trouvant pas de manuels ou autres ressources de ce type. Est-ce que ces publics vont profiter de la salle Ovale pour explorer d'autres collections, présentes *in situ* ou accessibles à distance ? Ils sont 12% à indiquer avoir lu des ouvrages présents dans la salle et un peu moins, 8%, à avoir lu des BD ou des mangas à des fins récréatives.

Ensuite, celle de la cohabitation avec *les autres*, lecteurs ou visiteurs, qui nécessitent des ajustements réciproques, notamment en période de forte affluence, principal motif d'insatisfaction. Le fait par exemple que des lecteurs qui restent sur une durée en moyenne longue s'absentent sans libérer leur place est perçu par d'autres comme un facteur d'injustice, puisque d'autres étudiants qui attendent dans les canapés ne peuvent s'installer à leur table.

A terme, les étudiants de la salle Ovale se rendront-ils uniquement à Richelieu ou continueront-ils à fréquenter la bibliothèque pour tous du Haut-de-jardin, notamment pour ses horaires plus tardifs ou pour son offre documentaire ?

#### 4. Pistes et recommandations

**Si le public observé pendant la période d'ouverture du site Richelieu constitue nécessairement un public « transitoire » (en construction), les résultats des premières enquêtes méritent d'être étudiés dans la perspective du développement des publics.** Préfigurent-ils des usages à venir, signalent-ils des besoins nouveaux à prendre en compte et auxquels il faut répondre ?

Les enquêtes et observations doivent évidemment se poursuivre au-delà de la période d'ouverture, notamment pour identifier un public devenant régulier ou un public spécifique, par exemple en période estivale.

Tous ces éléments doivent aussi permettre d'inscrire les publics du site Richelieu dans le paysage d'ensemble des sites de la Bibliothèque et des autres établissements documentaires et culturels. Il conviendra de plus de mieux intégrer à la méthodologie de l'enquête les publics venus visiter en groupe, tant ce mode de fréquentation se développe fortement.

**Ces premiers résultats positifs permettent de formuler quelques recommandations.**

##### *1. Recruter de nouveaux publics et de nouveaux profils*

Si la fréquentation à la réouverture est tout à fait satisfaisante, la part importante des connaisseurs de la BnF et des « férus de visites culturelles » parmi les premiers visiteurs invite à recruter un public de visiteurs des musées plus occasionnels. De même, l'importance du bouche-à-oreille et des réseaux sociaux non BnF comme moteur de venue des premiers visiteurs et lecteurs incite à accorder toute sa place à la recommandation.

De là, émergent des actions invitant à cibler les réseaux sociaux et à s'appuyer sur des prescripteurs du tourisme :

- ⇒ **S'inscrire pleinement dans les réseaux liés à l'organisation du tourisme parisien**
- ⇒ **Transformer les visiteurs en prescripteurs de l'offre**

## *2. Améliorer la compréhension du lieu et de l'institution*

Outre les insuffisances en matière de signalétique dans le musée et de gestion de l'affluence en salle Ovale, l'enquête mentionne, en particulier pour les visiteurs, des difficultés de compréhension des espaces et d'appréhension des propositions (circulation d'un espace à l'autre ; visites payantes vs gratuites...). On peut supposer que des visiteurs moins habitués des lieux de culture seront confrontés aux mêmes difficultés, voire mis en difficulté sans médiation renforcée.

- ⇒ **Renforcer l'accompagnement à la découverte du site grâce à un repérage d'ensemble des espaces et à la formalisation des parcours de visite**
- ⇒ **Améliorer les outils d'interprétation de l'histoire du lieu et des collections**

## *3. Expliciter et adapter les fonctionnements de la Bibliothèque*

La question de la compréhension du lieu et des collections se pose également pour le fonctionnement des espaces de lecture, salle Ovale et salles des départements spécialisés. La médiation humaine et l'information en ligne ne suffisent pas à apporter des réponses adaptées aux pratiques des usagers. A ce titre, la gestion des sorties temporaires de la salle Ovale est illustrative des questions à résoudre : les sorties temporaires sont interdites par le règlement mais des pauses sont incontournables (du fait de la durée de présence et de la nature du travail).

- ⇒ **Rendre plus lisibles les modes de fonctionnement de la bibliothèque et les conditions d'accès aux différents espaces de travail (par ex., l'accès aux salles de lecture des départements spécialisés pour des besoins non strictement documentaires)**
- ⇒ **Adapter les règles de fonctionnement (gestion des accès, affluence, sorties temporaires...) en recherchant avec les usagers les solutions les mieux adaptées**