

Table des matières

Déclaration.....	i
Remerciements	ii
Résumé	iii
Liste des tableaux	vi
Liste des figures.....	vii
1. Introduction.....	1
1.1 Problématique	1
1.2 Objectifs.....	2
1.3 Questions de recherche	2
1.4 Méthode générale.....	3
1.4.1 Etape 1 : Le <i>blueprint</i> initial	3
1.4.2 Etape 2 : l'entretien avec les experts.....	3
1.4.3 Etape 3 : l'entretien semi-directif	3
2. La Médiathèque Valais	4
2.1 Historique de la MV Sion	4
2.1.1 Dématérialisation et humanisme	6
3. Statistiques de prêt et de fréquentation à la MV Sion	7
3.1 Comparaison avec d'autres bibliothèques similaires de Suisse	8
4. Etat des lieux	10
4.1 Revue - non exhaustive - de la littérature.....	10
4.1.1 <i>Accueillir les publics : comprendre et agir</i>	10
4.1.2 <i>Développer l'accueil en bibliothèque : un projet d'équipe</i>	11
4.1.3 <i>User experience in libraries</i>	12
4.1.4 <i>Universal methods of design</i>	12
4.1.5 Biblio Remix	13
4.1.6 <i>La gestion des services</i>	13
5. Objectifs de la MV en matière de services et d'accueil.....	15
5.1 Le questionnaire de satisfaction.....	15
5.2 Questionnaires de satisfaction précédents	16
5.3 Evaluation des transactions à l'accueil.....	18
5.3.1 L'organisation actuelle de l'accueil à la MV Sion	18
5.3.2 Analyse des transactions de l'accueil	18
5.4 Méthode	19
5.4.1 Résultats.....	19
5.4.2 Observations complémentaires	21
5.5 Demandes faites par e-mail	22
6. Expression de l'activité à l'accueil avec des <i>blueprints</i>	24

6.1	Conceptualisation des <i>blueprints</i> de l'accueil de la MV Sion	25
7.	Design thinking	28
7.1	Entretien avec les experts	29
7.1.1	La sélection des experts.....	29
7.1.2	Méthode.....	29
7.1.3	Résultats.....	31
7.2	Suggestions d'améliorations :	32
7.2.1	Suggestions pour le non public :	33
7.2.2	Suggestions pour le public loisir	33
7.2.3	Suggestions pour le public en formation.....	33
7.2.4	Suggestions pour le public enfants / famille.....	34
7.2.5	Suggestions pour le public de chercheurs	34
7.2.6	Suggestion pour le public de séjourneurs.....	34
7.3	Discussion des résultats des experts	34
8.	Entrevues semi-dirigées	36
8.1	Méthode	37
8.1.1	Résultats des interviews :.....	38
8.1.2	Grille d'analyse des réponses	40
8.1.3	Propositions des publics sur la communication de l'offre.....	42
8.2	Observations	43
9.	Propositions	43
10.	Observations sur les publics et les bibliothécaires	48
10.1	Liste des recommandations	49
11.	Conclusion	50
12.	Bibliographie	52
Annexe 1 :	Liste des abréviations utilisées	54
Annexe 2 :	Organigramme du service de la culture	55
Annexe 3 :	Questionnaire de satisfaction 2018	56
	57
Annexe 4 :	Carte heuristique des activités de l'accueil	65
Annexe 5 :	Offre par types de publics	69
Annexe 6 :	Résultats des entrevues semi-dirigées	72
Annexe 7 :	: Extrait de la formation continue donnée pour l'accueil à la	
MVS	83

Liste des tableaux

Tableau 1 : évolution des prêts	7
Tableau 2 : augmentation des utilisateurs MVS.....	7
Tableau 3 : comparaison des utilisateurs actifs	8
Tableau 4 : évolutions du public actif.....	9
Tableau 5 : proportion d'augmentation des prêts.....	9
Tableau 6 : résultat de l'enquête 2018.....	16
Tableau 7 : nature des questions	20
Tableau 8 : issu de la transaction	21
Tableau 9 : typologie des demandes mails.....	23
Tableau 10 : exemple de chaine de valeur	25
Tableau 11 : <i>blueprint</i> 1.....	26
Tableau 12 : <i>blueprint</i> 2.....	26
Tableau 13 : <i>blueprint</i> 3.....	27
Tableau 14 : propositions du public	41
Tableau 15 : <i>blueprint</i> 4.....	44
Tableau 16 : <i>blueprint</i> 5.....	45
Tableau 17 : <i>blueprint</i> 6.....	46
Tableau 18 : <i>blueprint</i> 7.....	47
Tableau 19 : <i>blueprint</i> 8.....	47

Liste des figures

Figure 1 : treize experts participent au tri par cartes	31
Figure 2 : propositions pour chacun des types de public.	32

1. Introduction

« L'univers (que d'autres appellent la Bibliothèque) se compose d'un nombre indéfini, et peut-être infini, de galeries hexagonales, avec au centre de vastes puits d'aération bordés par des balustrades basses. De chacun de ces hexagones on aperçoit les étages inférieurs et supérieurs, interminablement... »¹, tel est le fameux début de « La Bibliothèque de Babel » de Borges.

Ce travail n'a pas pour but de rendre compte de l'ensemble de l'univers - laissons cela à Borges – mais bien plus modestement de montrer comment, dans un canton qui a connu en quelques décennies de fulgurantes avancées en matière de culture et d'accès démocratique au monde des livres et de la musique, la médiathèque s'est peu à peu profilée comme un dispositif central à ce développement.

Aujourd'hui qu'elle s'est installée durablement dans les bâtiments transformés des Anciens Arsenaux, qu'elle a trouvé une place de choix au cœur de la capitale valaisanne, elle accueille un nombre impressionnant d'usagers. Une augmentation incessante de la fréquentation force d'ailleurs cette médiathèque à la fois à s'adapter aux nouveaux types de publics qui s'y rendent, mais aussi à modifier sa façon de les accueillir, de les renseigner, de les servir de manière de plus en plus personnelle, s'il se peut.

Notre recherche s'organise autour de deux axes complémentaires : d'une part, le repérage objectif des divers utilisateurs actuels de la médiathèque qui aboutit à une typologie des publics ; et d'autre part, un sondage auprès de représentants de chacun de ces publics, afin de connaître ce qu'il attend en venant dans ces lieux. Des entretiens ont mis clairement à jour à la fois les réponses que la médiathèque apporte à ces attentes mais aussi ce qu'il conviendrait d'y ajouter ou de modifier pour améliorer, non seulement l'offre personnelle, mais encore la présence de cette institution au sein de la cité.

Élément important, dans les locaux de la médiathèque, au rez-de-chaussée, il existe un restaurant ouvert à tous, comme n'importe quel restaurant de la ville. C'est en l'occurrence un peu comme si à la nourriture spirituelle venait s'ajouter la nourriture terrestre. Et ce restaurant, on le verra, pourrait contribuer à amener au livre ou à la musique bon nombre de clients soudain métamorphosés en usagers potentiels. D'ailleurs restaurant et bureau d'accueil fonctionnent, concrètement mais aussi symboliquement, de manière additionnelle dans l'imposant hall d'entrée.

Notre recherche montre comment, loin de la bibliothèque de Babel, la médiathèque de Sion est devenue un monde en progrès, capable de s'adapter aux nouvelles attentes individualisées et même capable de les anticiper ; mais elle est semblable à la bibliothèque de Borges en ceci qu'on y parle plusieurs langues.

1.1 Problématique

La direction du site de Sion de la Médiathèque Valais (MV Sion), Madame Romaine Valterio-Barras et Monsieur Damian Elsig, déplorent le fait que le public soit insuffisamment informé de l'offre à disposition. Cela est corroboré par les récentes enquêtes de satisfaction auprès des utilisateurs de la Bibliothèque depuis 2012. Malgré les différentes mesures engagées pour

¹ Borges (1993) P.491

combler cette lacune, le dernier questionnaire de satisfaction en date, réalisé en 2018, reflète toujours cette insuffisance.

Intuitivement, la direction considère que c'est lors de l'accueil des publics qu'une importante part de l'information, en ce qui concerne les offres de services et les récents événements pourrait se faire. A la fois individualisée et actualisée, cette information serait ainsi assurée en même temps que l'accueil, le risque étant évidemment de surinformer et de perdre le bénéfice de ce face à face initial.

Lors des discussions préliminaires à ce travail de Master, il a été fait référence à la Charte de la Médiathèque Valais, qui énumère les principales intentions de l'institution, ainsi que leur raison d'être. On mettra en avant les cinq points suivants :

La médiathèque

- promeut la richesse et la diversité culturelles à travers ses collections, ses sources d'information et ses activités.
- favorise l'information, la réflexion, l'esprit critique et le questionnement sur le patrimoine, la société contemporaine et l'information, ceci dans des lieux propices à l'étude, aux échanges et au partage de connaissances.
- constitue, traite, conserve et met en valeur les sources d'information et collections.
- développe un réseau d'accès à la documentation et à l'information favorisant l'autonomie de l'individu et du citoyen.
- favorise un mode d'appropriation personnel de la culture, propre à développer l'autonomie de l'individu et du citoyen.

De plus, dans la partie concernant la vision on peut lire :

- offre un espace accueillant, aussi bien dans sa réalité physique que dans son environnement virtuel, avec des prestations accessibles et adaptées aux besoins de chaque public.

Ainsi, la direction souhaite travailler à l'amélioration de la communication des prestations aux publics d'une manière personnelle et adaptée

1.2 Objectifs

À La fin de ce travail, la direction – en l'occurrence la mandante – souhaite obtenir des propositions concrètes fondées rationnellement. Pour ce faire, il convient dans un premier temps, d'analyser objectivement quels sont les publics qui fréquentent la MVS, d'apporter ensuite des propositions allant dans le sens souhaité, tout en demeurant en corrélation avec les ressources humaines et financières. En outre, la direction attend des suggestions précises dans l'amélioration des transactions à l'accueil, en utilisant notamment des techniques de *service design*.

1.3 Questions de recherche

- Comment pourrait-on porter à la connaissance du public la large palette de services et d'événements offerts à la MV Sion ?
- Comment pourrait-on optimiser la manière de présenter l'offre de la MV Sion au bureau d'accueil ?
- Comment pourrait-on promouvoir les services et les événements lors d'une transaction à l'accueil ?

1.4 Méthode générale

Pour répondre aux questions soulevées au point 1.3, une approche en quatre étapes a été choisie :

1.4.1 Etape 1 : Le *blueprint* initial

La première étape de ce travail consiste en la réalisation d'un *blueprint* sur les transactions au bureau l'accueil. Cette étape pourrait être intitulée « écoute et observation ». Elle représente une première phase dans la question des besoins du public qui se rend à l'accueil, ses interrogations, ses attentes, mais également la posture des bibliothécaires pour répondre favorablement et à satisfaction aux demandes exprimées.

1.4.2 Etape 2 : l'entretien avec les experts

La seconde étape consiste à réunir des collaborateurs de la MV Sion pour stimuler leur créativité par la technique du *Design Thinking* dont la définition est présentée plus loin. Le but est de brasser un maximum d'idées nouvelles sur le thème préalablement expliqué et exposé en préambule à la réunion.

1.4.3 Etape 3 : l'entretien semi-directif

La troisième étape consiste à consulter séparément les utilisateurs de la MV Sion sur la base des résultats obtenus lors de la réunion des experts, pour un entretien semi-directif. Un entretien semi-directif est une technique d'enquête qualitative qui permet d'orienter en partie le discours des personnes interrogées autour d'un thème préalablement défini par les enquêteurs et consignés dans un guide d'entretien. Les informations récoltées permettront de mettre en lumière leurs avis et opinions en relation avec le thème évoqué.

1.4.3.1 Etape 4 : Le *blueprint* final

La quatrième étape sera une étape de synthèse de tous les éléments ci-dessus récoltés pour établir un (ou des) *blueprint(s)* « idéaux ». Ils permettront de découvrir les points faibles dans le fonctionnement de l'institution et donneront un éclairage sur les objectifs à atteindre.

2. La Médiathèque Valais

La Médiathèque Valais (MV) se compose de cinq sites. Quatre d'entre eux sont répartis sur tout le territoire valaisan et ils sont implantés dans les centres urbains les plus importants : Brigue dans le Haut-Valais ; Sion et Martigny dans le Valais central, et Saint-Maurice dans le Bas-Valais. Le cinquième site n'est pas localisé géographiquement puisqu'il est immatériel. Il est disponible en ligne², c'est « l'e-médiathèque », résolument orienté vers les contenus en ligne et vers le patrimoine du Valais.

Quant au personnel de la MV, les chiffres de 2017 font état de 98 employé-e-s pour un total de 68 équivalents plein temps³.

La MV fait partie intégrale du service de la culture⁴ qui se compose de quatre organes :

- La promotion des activités culturelles ;
- Les Musées cantonaux ;
- Les Archives d'état ;
- La Médiathèque Valais

La direction de ces quatre organes du service de la culture est localisée à Sion dans le bâtiment des Arsenaux, anciens bâtiments militaires non seulement transformés en bureaux mais aussi en bibliothèque pour les besoins du site MV Sion. La rénovation de ce bâtiment des Arsenaux s'achèvera en septembre 2019 après presque 20 ans de travaux.

2.1 Historique de la MV Sion

Au début du XIXème siècle, les étrangers de passage en Valais ont porté un regard sévère sur le degré de civilisation du pays. Le peuple semble rétif au développement, l'instruction publique est rudimentaire, et les moyens de diffuser les connaissances, restreints. Les voyageurs s'en gaussaient alors un peu, comme Chateaubriand qui n'a pas été tendre pour l'inculture du pays.

C'est pourquoi des efforts sont engagés pour instaurer un véritable système d'instruction publique, obligatoire, puis gratuit, qui dénote d'une évolution lente mais réelle des esprits. Dans ce contexte, la Bibliothèque est déclarée établissement national, et en 1853 les locaux de la maison du sel à Sion, destinés à accueillir quelque modestes 600 volumes, dans un contexte culturel apathique, ouvre ses portes au public. Il s'agit d'un véritable élan pour l'évolution intellectuelle du pays. Toutefois, à l'exception des étudiants, la Bibliothèque ne suscite que peu d'intérêt en comparaison d'autres cantons, et les moyens alloués sont trop dérisoires pour permettre un développement rapide et significatif.

Quelques années plus tard, la Bibliothèque est transférée à l'Hôtel du gouvernement. Son contenu est constitué essentiellement d'ouvrages destinés à la jeunesse estudiantine, et la disponibilité (ouverture des locaux et documents proposés) très parcimonieuse. Il s'agit plus, à ce moment-là, d'un dépôt de livres réunis sans ordre ni classification. Toutefois un catalogue est établi, s'inspirant des expériences d'autres pays faites sur plusieurs siècles, mais l'Etat ne

² <https://www.mediathèque.ch/fr/emediathèque-110.html>

³ Chiffres transmis par la direction de la MV le 21.11.2018 lors de la séance d'accueil des nouveaux collaborateurs.

⁴ Voir l'organigramme en annexe 2

semble pas conscient de la nécessité de mettre à la tête des Bibliothèques un véritable professionnel. Un tableau comparatif de 1891 montre qu'en terme de budget, d'acquisition, de personnel, de traitement, d'heures d'ouverture et d'équipement, le Valais est dernier en tous points.

Au début du XXème siècle, une ère nouvelle s'ouvre : la Bibliothèque s'installe au rez-de-chaussée du Lycée-Collège, étend ses heures d'ouverture, nomme un bibliothécaire attiré, établit un nouveau catalogue, fait de nouvelles acquisitions, reçoit des dons privés, constitue une commission pour la Bibliothèque, édite un règlement, tient une statistique. Cette commission se concentre sur deux pôles : faire connaître au public son action et accroître le volume des collections. En 1918, le catalogue est terminé et tenu à jour, et l'amélioration du service au public a pour conséquence une fréquentation accrue.

Mais les efforts ne s'arrêtent pas là. A partir des années 1940, mise à part la volonté de posséder des publications relatives au Valais, l'objectif impératif de la Bibliothèque publique est d'être un instrument de travail à l'usage de n'importe quel lecteur. Les heures d'ouverture sont élargies, on inaugure une salle de lecture, on veut rendre la Bibliothèque plus accueillante, plus utile, plus vivante. Parallèlement, on s'attèle à une vaste opération de triage, de reclassement, de recatalogage, on crée une revue ouverte au public qui fera connaître les collections. Mais peu à peu les lieux deviennent exigus et, en 1957, les services de la Bibliothèque et des Archives emménagent dans les anciens bâtiments de la Banque cantonale.

La comparaison des situations des Bibliothèques publiques permet d'affirmer qu'en un siècle le Valais est sorti du dénuement pour faire bonne figure parmi les cantons les moins bien lotis. La seconde moitié du XXème siècle le fera s'approcher de la moyenne suisse. Afin d'étendre ce précieux service aux usagers, les régions périphériques ont été dotées de services décentralisés pour mettre les Bibliothèques à la portée des citoyens de tout le canton.

A la fin des années 1980, la Bibliothèque cantonale adhère au RERO et procède à l'informatisation de son catalogue. Des travaux et des aménagements des locaux, offrant notamment des places supplémentaires de travail, participent à une progression spectaculaire de l'utilisation des services par les utilisateurs.

En 2000, la Bibliothèque cantonale, renommée « Médiathèque Valais », s'établit dans les murs des Anciens Arsenaux, avec un espace libre accès, qui deviendra un important pôle culturel, scientifique et patrimonial, un lieu convivial de rencontre, d'expositions, d'activités diverses au service d'un public de plus en plus nombreux, dans un cadre architectural original dont les aménagements extérieurs sont en cours d'achèvement.

Près de 170 ans après sa première ouverture au public, la Médiathèque Valais s'est inscrite dans une évolution sociétale où le niveau moyen n'a jamais été aussi élevé, avec l'ambition d'apporter le meilleur à chaque citoyen. Elle s'est fixé une mission : cultiver ses racines et s'ouvrir au monde moderne ; offrir un large choix adapté aux besoins et aux aspirations de son public ; augmenter les compétences du personnel dans l'accueil et le conseil ; faciliter l'accès à tous.

Cette ambitieuse mission est clairement déclinée sur son site : « Le mandat de la Médiathèque Valais est multiple. Elle est à la fois une médiathèque générale d'étude et d'information, la médiathèque patrimoniale du Valais, une médiathèque de lecture publique, un centre de

documentation pédagogique, une médiathèque pour l'enseignement secondaire II, et une bibliothèque spécialisée pour le domaine musical. »⁵

Les paris semblent être tenus. La Médiathèque Valais est un lieu convivial où l'utilisateur se sent à son aise et aime venir partager avec d'autres une communauté d'intérêts. Partager discussions, conférences, rencontres, causeries, etc. La variété des services offre une image moderne, vivante et dynamique de ce lieu d'exception.

2.1.1 Dématérialisation et humanisme

Très vite après les premiers balbutiements, le souci majeur de la Bibliothèque cantonale puis de la Médiathèque Valais a été tourné vers l'utilisateur : au sein d'un environnement qui peut sembler aujourd'hui de plus en plus impersonnel en raison des moyens informatisés, la Médiathèque Valais est parvenue à associer à cette donnée indispensable le besoin de maintenir et même d'accroître le sentiment de vivre dans un espace qui conserve à l'individu sa dimension humaine et conviviale.

Face aux volumes croissants des documents traités quotidiennement, la dématérialisation représente la solution souhaitable pour une médiathèque parce qu'elle offre une optimisation : la recherche des informations numérisées permet à un collaborateur de gagner du temps, le contenu étant disponible à tout moment et en tout lieu.

Mais le revers de la médaille de cette dématérialisation saute aux yeux : ce qu'on gagne en fiabilité et en rapidité, on risque de le perdre en relations humaines. Lieu de culture, en effet, la médiathèque pourrait se transformer en lieu de pure efficacité, le numérique risquant de dévaloriser l'humain. Consciente de ce risque, la MV Sion, a apporté des réponses concluantes à une tendance qu'elle a très tôt déjouée.

⁵ Ebnetter, Lugon (2003)

3. Statistiques de prêt et de fréquentation à la MV Sion

C'est en mai 2016 que les bâtiments des Arsenaux sont investis définitivement par la Médiathèque et les Vallesiana, espace consacré au patrimoine documentaire valaisan, dans la forme qu'il est actuellement possible de visiter. Ce lieu a dès lors très largement bénéficié d'une popularité nouvelle propulsée par l'agrément des nouveaux extérieurs et du bâtiment fraîchement rénové. La réponse du public a été immédiate et les statistiques de fréquentation et d'inscription se sont retrouvées largement augmentées.

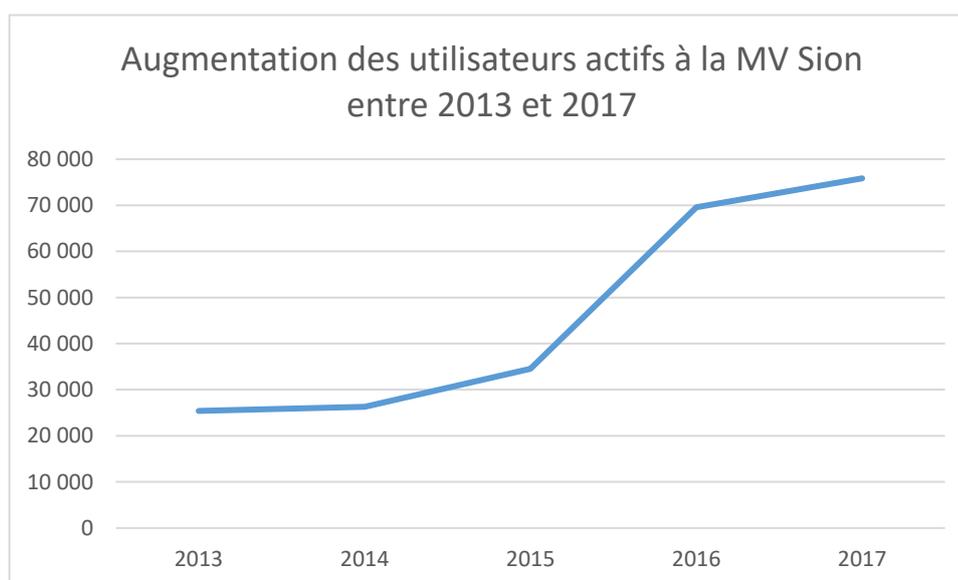
A la lumière des statistiques internes de la MV Sion et de l'Office Fédéral de la Statistique, il est possible de constater les chiffres suivants entre les années 2013 et 2018 :

Tableau 1 : évolution des prêts

Médiathèque Valais - Sion	Utilisateurs actifs (total personnes)	Fréquentation (total visites)	Total prêts
2013	25 401	303 412	249 678
2014	26 270	290 261	235 363
2015	34 552	327 768	285 144
2016	69 604	380 000	364 577
2017	75 842	285 415	431 122
2018	...	322 336	442 450

C'est ainsi que la part des utilisateurs actifs de la MV Sion passe de 25'401 personnes en 2013 à 75'842 en 2017. Il s'agit d'une augmentation sur cinq ans de près de 200 % avec la plus forte augmentation notée en 2016. S'il existe une augmentation de fréquentation en 2016, les chiffres restent plutôt stables dans l'ensemble. En revanche, pour ce qui est des statistiques de prêt, ce chiffre ne cesse d'augmenter depuis 2013 pour arriver à 73% d'augmentation entre 2013 et aujourd'hui.

Tableau 2 : augmentation des utilisateurs MVS



Si cette augmentation est encourageante, la direction souhaite néanmoins poursuivre sur la lancée et proposer une bibliothèque attractive à son public.

3.1 Comparaison avec d'autres bibliothèques similaires de Suisse

La MV Sion n'est pas une institution singulière dans le pays, ni en termes de visiteurs la fréquentant, ni en termes de statistiques. Toutefois cette institution a connu un développement exponentiel ces dernières années. Il n'est donc pas sans intérêt de se risquer à un comparatif dans l'évolution d'autres bibliothèques d'envergure durant le même laps de temps.

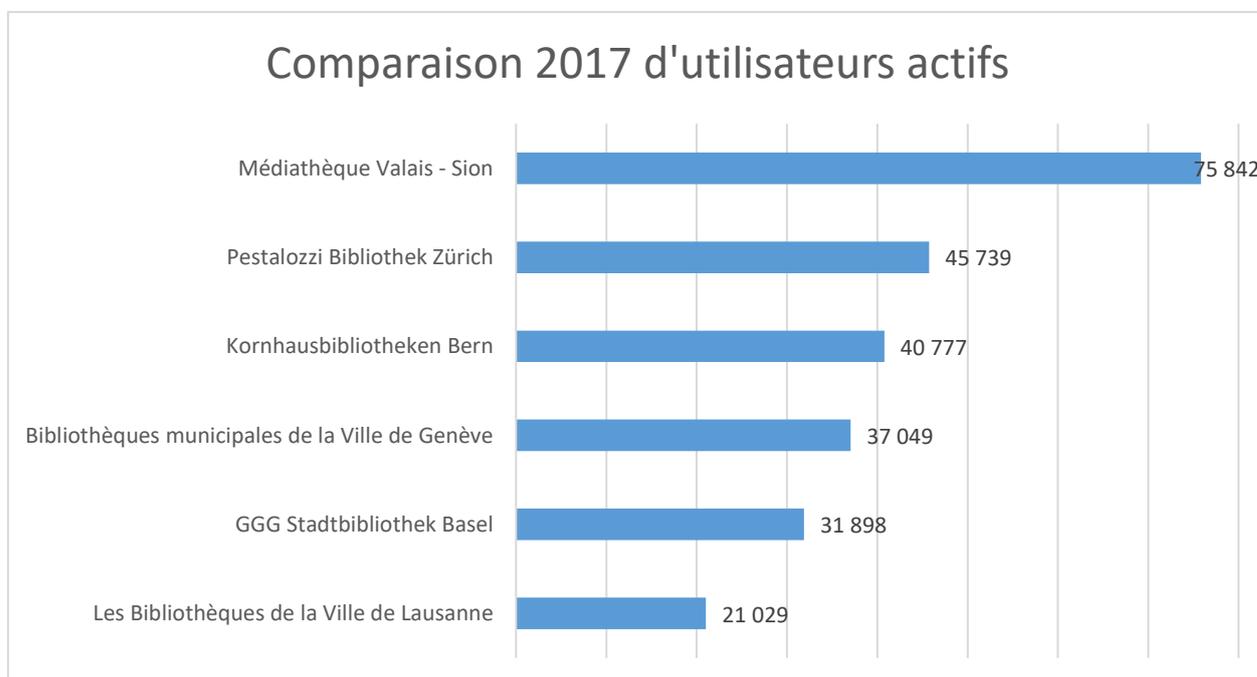
La sélection de bibliothèques comparables se fait grâce à l'Office Fédéral de la Statistique (OFS) qui fournit aux milieux intéressés des informations récentes sur la structure, le fonctionnement et l'évolution des bibliothèques. Il existe une statistique suisse des bibliothèques, pour les localités de plus de 10'000 habitants, qui recense des données chiffrées dans des domaines variés par enquêtes, observations, exploitation de données administratives etc.

Les institutions les plus proches en termes de population, de mission et d'infrastructure sont :

- GGG Stadtbibliothek Basel
- Kornhausbibliothek Bern
- Bibliothèques municipales de la Ville de Genève
- Les Bibliothèques de la Ville de Lausanne
- Pestalozzi Bibliothek Zürich

Ces cinq bibliothèques ainsi que la MV Sion ont un nombre d'utilisateurs actifs significatif et répartis comme suit :

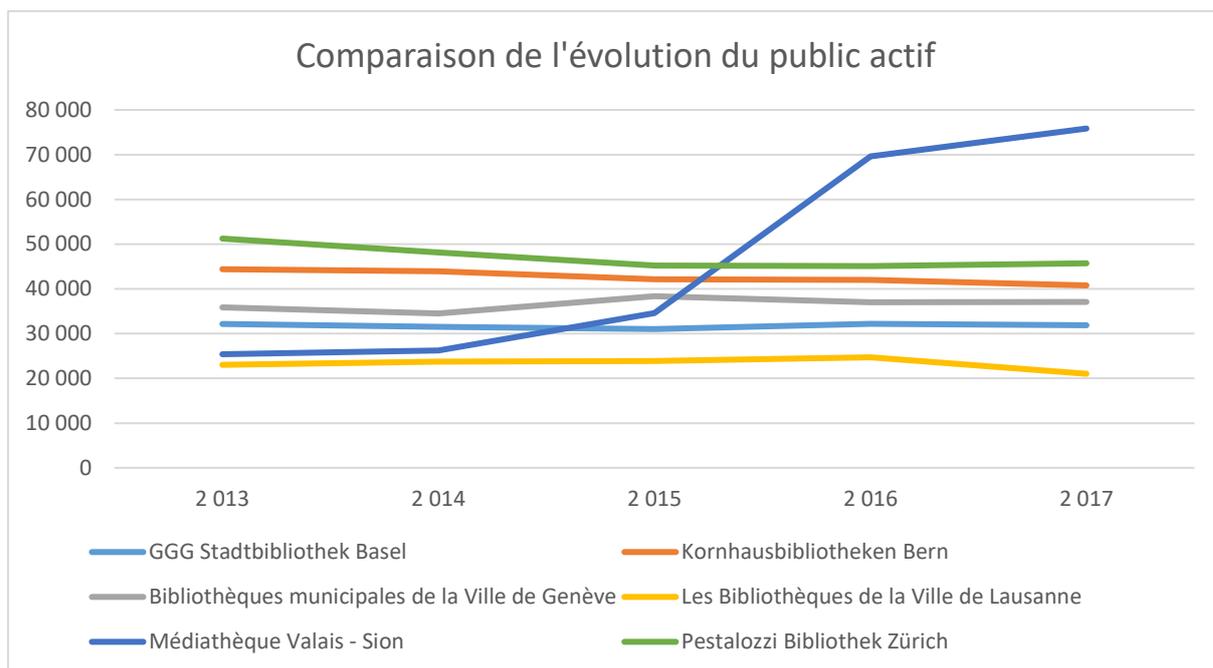
Tableau 3 : comparaison des utilisateurs actifs



Toutes ces bibliothèques sont issues de contextes bien différents dans des villes qui ne présentent pas les mêmes caractéristiques, loin s'en faut. Toutes ces villes, hormis Sion, ont un centre universitaire avec une (ou plusieurs) bibliothèques académiques. Cet élément peut en partie expliquer la raison pour laquelle la MV Sion est la première bibliothèque en termes d'utilisateurs actifs.

Le tableau comparatif de l'évolution du public actif démontre une relative stagnation des usagers et des prêts de ces bibliothèques par rapport à la Médiathèque Valais Sion :

Tableau 4 : évolutions du public actif



Cet essor unique et encourageant stimule encore tous les collaborateurs à travailler sur la qualité des services proposés. C'est un nouvel élan pour questionner la manière de présenter l'offre à disposition pour les publics qui fréquentent l'institution et les bâtiments de la Médiathèque Valais Sion, et en améliorer encore l'attractivité.

C'est également dans le domaine du prêt que la comparaison statistique entre les bibliothèques est éloquent : entre les années 2013 et 2017, la MV Sion a vu son nombre de prêts augmenter de 73 % et passe de 249'648 transactions de prêt en 2013 à 431'122 en 2017. Les autres institutions testées oscillent entre -6% et 3% :

Tableau 5 : proportion d'augmentation des prêts

GGG Stadtbibliothek Basel	2%
Kornhausbibliotheken Bern	-6%
Bibliothèques municipales de la Ville de Genève	0%
Les Bibliothèques de la Ville de Lausanne	2%
Médiathèque Valais - Sion	73%
Pestalozzi Bibliothek Zürich	3%

4. Etat des lieux

4.1 Revue - non exhaustive - de la littérature

Accueil et *service design*, tels sont les deux axes qui vont structurer ce travail de recherche. Un passage en revue des dernières tendances en la matière a semblé essentiel pour appréhender ces deux notions. Quelles sont les méthodes utilisées et quels sont les outils nécessaires à l'évaluation ainsi qu'à la création de nouveaux services ou à leur amélioration en bibliothèque publique ? Sur le sujet, la littérature abonde, et les initiatives particulières de certains établissements incite à se renseigner, du moins sur certaines d'entre elles.

4.1.1 *Accueillir les publics : comprendre et agir*

La première étape est de comprendre ce qu'est l'accueil des publics, plus particulièrement en bibliothèque. Quels sont les enjeux de cet accueil ? Pour ce faire, l'ouvrage le mieux à même de nous aider à saisir cette thématique est *Accueillir les publics : Comprendre et agir*, de Marielle de Miribel. Dans cet ouvrage, le choix a été fait de relever l'importance du concept d'accueil en situation de face-à-face avec le public, sans tenir compte de sa demande ni des conditions de cette demande. Le ou la bibliothécaire est ainsi transformé en médiateur et, au sens premier du terme, en facilitateur. Dès lors, cet ouvrage est un guide à destination des professionnels de l'accueil dans les bibliothèques.

L'accueil, selon Marielle de Miribel, se trouve à l'intersection de quatre facteurs : les autorités de tutelles, la bibliothèque, les personnes qui y travaillent et les usagers. Elle décrit dans son ouvrage les caractéristiques complexes entre ces acteurs qui ont un impact direct sur la fonction d'accueil d'une bibliothèque. Elle détaille ainsi tous ces facteurs ; des compétences des bibliothécaires, de leur comportement jusqu'aux différents outils qu'ils ont à disposition.

Ce qui frappe dans cet ouvrage est le rôle absolument crucial du savoir-être et des compétences sociales pour une bonne réussite de l'accueil en bibliothèque. Il est d'ailleurs préconisé trois processus :

- Être soi-même à l'aise (en tant que personnel d'accueil) ;
- Mettre à l'aise les lecteurs (le public) ;
- Savoir gérer les situations difficiles.

D'autres aspects importants sont également mis en exergue. Deux en particulier paraissent intéressants pour ce travail en relation avec la MV Sion, et nous verrons plus tard pourquoi :

« Connaître la bibliothèque et les services qu'elle propose : quel est le niveau de réponse attendu ? Quels sont les documents dont chacun dispose pour se familiariser avec le lieu, l'organisation des espaces, des services ? Quelle congruence y a-t-il avec ces documents et la signalétique, par exemple ? Quels sont les instruments de travail ? Comment, et à partir de quoi, se forme-t-on ? Que peut-on demander aux collègues ? Chacun, pour pouvoir se construire des repères, a besoin de connaître sa place dans sa structure et dans l'équipe. En cas d'ignorance, quels sont les relais ? »

Et :

« Connaître les publics : connaître les publics attendus est une manière d'évaluer le volume des interactions à gérer, tout autant que leur nature. Connaître les publics permet d'anticiper les difficultés et de baliser les territoires connus. Cela signifie connaître leurs

groupes, leurs demandes, leurs attentes, et les réponses à y apporter. Y a-t-il des lecteurs plus privilégiés que d'autres par exemple ? »⁶

Cet ouvrage met d'abord l'accent sur les aspects humains, des plus élémentaires aux plus complexes, qui exercent une influence sur le processus d'accueil, puis il propose le principe théorique de les comprendre dans le but de les améliorer.

4.1.2 Développer l'accueil en bibliothèque : un projet d'équipe

Ce second ouvrage est le fruit d'une collaboration. Il s'agit de *Développer l'accueil en bibliothèque : un projet d'équipe*, sous la direction de d'Héloïse Courty. Résolument focalisée sur l'aspect du travail en équipe, cette analyse propose une approche des services en bibliothèque qui diffère de la vision traditionnelle. Elle met l'accent sur une conception « par l'exemple », comme on pourrait l'appliquer en bibliothèque, mais aussi dans d'autres organisations comme des agences d'assurance.

Cette conception qui consiste à mettre en miroir d'autres organisations afin de parler d'accueil semble fructueuse, parce qu'une bibliothèque n'a pas le monopole de l'accueil ni du service. Cette analyse conduit sa réflexion en abordant les différentes synergies d'équipe pour les questions d'accueil, qui s'adaptent particulièrement à un contexte français.

Enfin, une boîte à outil est proposée pour améliorer l'accueil. On trouve dans cette partie une approche empruntée aux libraires, par définition plus mercantiles que les bibliothèques. L'aspect valorisé est donc une approche *marketing* des lieux et incite les bibliothèques à améliorer leur dispositif, qu'il soit tacite ou non :

« L'accueil est la somme des informations que le client reçoit passivement, dans l'ordre de perception, de l'extérieur vers l'intérieur de la librairie, à savoir :

- *L'enseigne, qui définit explicitement la nature du commerce ;*
- *La vitrine, qui donne un aperçu de l'offre éditoriale du magasin ;*
- *L'ambiance (une fois la porte franchie) : chaleureuse / froide, attirante / repoussante, lumineuse/ sombre etc. ;*
- *L'agencement (mobilier) ;*
- *La signalétique ;*
- *L'offre éditoriale [...] ;*
- *L'offre complémentaire (papeterie, jouets produits dérivés) ;*
- *Les services offerts (prise de commande personnalisée, animation en magasin, espace détente etc.) ;*
- *Et enfin la présence de libraires chargés de l'orienter, de l'accompagner, de le conseiller. »⁷*

La MV Sion est effectivement dotée d'un dispositif similaire, exception faite des deux derniers points. Il est également fait mention du dispositif actif conduit par un agent humain : l'orientation, l'accompagnement et le conseil. Est-ce que cet aspect propre à une librairie pourrait être repris tel quel et appliqué au contexte de la MV Sion, tout en préservant l'autonomie de l'utilisateur ?

⁶ De Miribel 2013

⁷ Courty 2017

Un autre outil évoqué dans ce livre est celui de l'expérience utilisateur (*User experience ou UX*). Il s'agit d'une méthode focalisée sur l'utilisateur et son interaction avec un produit. En l'occurrence, la bibliothèque. Le but de l'UX est donc de comprendre les usagers (grâce à l'observation, des entretiens avec les publics et des exercices d'immersion) et de tailler sur mesure les services qui leur sont destinés.

4.1.3 User experience in libraries

UX in libraries ou UXlibs est une communauté internationale de bibliothécaires qui se sont fixé le but d'explorer et d'exploiter les méthodes de recherche et de conception UX dans le but de proposer des services pertinents orientés utilisateur en bibliothèque. Cette communauté organise une conférence annuelle du même nom sur ce sujet qui fait, à terme, l'objet d'une publication anglophone.

Cette publication rassemble les expériences et ateliers effectués avec de telles méthodes dans le cadre de *UX in libraries*. Ces méthodes, dont les buts et les moyens sont variés, diffèrent des questionnaires de satisfaction pratiqués à la MV Sion. Au contraire, l'idée est d'incorporer les publics et les collaborateurs dans la logique d'évaluation et de création de service.

4.1.4 Universal methods of design

Avec ce répertoire des bonnes idées, on quitte ici le monde de la bibliothèque et de ses services. En revanche, le livre de Bella Martin et Bruce Hanington offre la possibilité de découvrir une centaine de méthodes applicables à de nombreux domaines, tant en ce qui concerne la création d'un nouveau processus de travail en entreprise que dans le secteur tertiaire. L'objectif de ce répertoire est de se concentrer sur des méthodes de recherches innovantes pour approcher les problèmes, développer de nouvelles idées et inventer des solutions efficaces. Ainsi, dans ces cent méthodes proposées on trouve de l'observation *Fly-on-the-wall*, utilisée dans notre recherche :

« Fly-on-the-wall observation allows the researcher to unobtrusively gather information by looking and listening without direct participation or interference with the people or behaviors being observed »⁸

Pour chaque méthode, on trouve des indications de mise en place, ainsi que les éventuels défauts auxquels le chercheur doit s'attendre. Par exemple on lit l'avertissement suivant :

“[...]Despite best efforts to remain distant and unobtrusive when observing, a disadvantage of this method may still be the tendency for people to change their behaviors when they know they are being studied or observed [...]”⁹

Cet ouvrage explore les méthodes concernant le tri par cartes (*Card sorting*), les interviews et la recherche participative avec des experts dans leurs domaines respectifs.

⁸ Martin, Hanington (2012) P.90

⁹ Idem

4.1.5 Biblio Remix

Littéralement, le remixage de la bibliothèque, « Biblio Remix est un dispositif d'expérimentation, d'invention et de création participatives, autour des services en bibliothèque. L'idée est de réunir des participants aux compétences diverses (bibliothécaires, lecteurs, bidouilleurs, designers, architectes, usagers ou non des bibliothèques...), et de leur proposer d'esquisser leur vision de la bibliothèque idéale, à travers des questions, des problèmes concrets et des projets à réaliser. »¹⁰

Deux aspects à retenir ici : la présence d'un guide pratique avec les principales étapes (comme décrit plus loin) et la plasticité de la méthode qui laisse toute latitude suffisante aux bibliothèques de s'adapter à leurs contextes et objectifs.

4.1.6 La gestion des services

Le travail d'Emmanuel Fragnière, Professeur de *Service Design* à la HES-SO Valais a grandement influencé notre travail. Dans l'ouvrage *La gestion des services* qu'il co-écrit avec Giuseppe Catenazzo on montre que s'il est important de comprendre la notion d'accueil, il l'est aussi pour comprendre la notion de service, tous domaines confondus.

Pour ce faire, les auteurs proposent un modèle conceptuel de ce qu'est un service ; le modèle IHIP. Ainsi, « [I]es services sont des biens immatériels qui nous sont fournis par plusieurs organisations »¹¹, se composent de quatre facteurs :

- **L'intangibilité** : le service n'est pas un bien matériel et n'a pas de dimension physique. Cette intangibilité ne permet pas de l'évaluer objectivement avec des critères de fonctionnalité, mais à « travers le niveau d'utilité ressentie par les consommateurs. [Son] efficacité et [sa] valeur économique sont donc strictement liées à la perception individuelle des [usagers] »¹².
- **L'hétérogénéité** : un service, en vertu de sa nature intangible, peut être modifié très facilement et peut s'adapter aux particularités des utilisateurs, que cela soit planifié ou non. « [...] la consommation d'un service est une véritable expérience individuelle [qui est] difficilement modélisable [et] change de consommateur en consommateur. » De ce fait pour être le plus efficace possible, la personne qui rend le service doit connaître « tous les produits [...] offerts par son entreprise, qu'il soit au courant de toutes les caractéristiques des produits [...]. »¹³
- **L'instantanéité** : deux parties sont impliquées dans une transaction de service, le fournisseur de service et la personne qui en bénéficie. A partir du moment où un usager fait une demande explicite de service, les deux parties, des êtres humains, on entre instantanément dans une logique de service. Il est à noter que l'usager est complètement actif « dans la production du service souhaité, il est donc coproducteur du service. »¹⁴

¹⁰ <https://biblioremix.wordpress.com/le-projet/>

¹¹ Catenazzo, Fragnière, (2008) P.13

¹² Catenazzo, Fragnière (2008) P.14

¹³ Catenazzo, Fragnière (2008) P.15

¹⁴ Catenazzo, Fragnière (2008) P.16

- **La périssabilité** : un service est unique dans le temps et ne pourra jamais reprendre exactement, ni la même forme, ni la même temporalité. Il s'agit d'une transaction unique qui n'existe qu'une seule fois.

Le service est par conséquent considéré par les auteurs comme une expérience humaine à vivre, unique et qui ne se représentera jamais exactement de la même façon.

Fort de cette définition du service, l'ouvrage propose par l'exemple, différentes manières de modéliser les transactions de service pour permettre de les améliorer ou d'en créer de nouveaux.

De surcroît, Emmanuel Fragnière est venu dispenser des cours au personnel cadre de la Médiathèque Valais dans son ensemble en insistant sur les principales caractéristiques des services, sur la manière de les modéliser et de les mettre en place dans le contexte de la MV. Il a, à cette occasion, insisté sur le but d'un service qui est la résolution de problèmes d'un usager et lui donner le désir de revenir bénéficier de la prestation offerte, et l'importance de la théâtralisation : répéter la prestation de service avec ses collègues et mettre en scène les principales caractéristiques spécifiques, comme un musicien qui s'entraînerait avant un concert.

5. Objectifs de la MV en matière de services et d'accueil

La MV Sion met à disposition de son public un nombre important de services différents. Qu'ils soient offerts sur le site même de la médiathèque ou exclusivement en ligne, il apparaît à la direction que cette diversité de suggestions est passablement fragmentée. Ces offres sont pensées, créées et organisées les unes indépendamment des autres. Cet effet très vertical d'organisation enferme chacune de ces offres de services dans ce qu'il serait possible d'appeler des silos. L'objectif souhaité est de réduire les barrières qui séparent les offres lors de la transaction de service, notamment à l'accueil.

La direction déplore le fait que la transmission de l'information sur les services ne soit pas plus efficace. Cette constatation se retrouve également dans les différents sondages effectués tous les 3 ans auprès des publics qui fréquentent la MV.

5.1 Le questionnaire de satisfaction

La direction exerce un suivi sur les différents indicateurs et les différents résultats des enquêtes de satisfaction. Les indicateurs sont au nombre de neuf, et donnent un résultat sur une échelle de 1 à 20, 20 étant le score maximum de satisfaction.

- Indicateur service / collection

Il s'agit ici de toutes les questions portant sur les aspects de la collection (Livres, documentaires, CD, DVD, eBooks, presse en ligne)

- Indicateur accès

Il s'agit de l'ensemble des questions du sondage qui portent sur l'accès aux bâtiments, le classement des documents et la signalétique.

- Indicateur accueil

Il s'agit de la question unique : « Comment jugez-vous l'accueil de la part du personnel »

- Indicateur animation

Sur cet indicateur, les questions adressées au public portent, d'une part sur la nature de la collection mise à disposition dans les locaux de la MV Sion, d'autre part, sur les animations et événements qui s'y déroulent (exposition, conférences, rencontre avec les auteurs, contes lus, spectacles, concerts, podcasts).

- Indicateur catalogue

Indicateur qui prend en compte les aspects de l'utilisation du catalogue en ligne (Rero explore) et de ce qu'il est possible de réaliser avec cet outil : inscription, prêt entre bibliothèques et dossier de lecteur.

- Indicateur logistique

Il s'agit de l'ensemble des questions du sondage qui portent sur la logistique : Place de travail, heures d'ouverture, conseil d'orientation de la part du personnel, système de prêt etc...

- Indicateur service en ligne

Il s'agit de la question qui porte sur le guichet virtuel « Valais en question »

- Indicateur communication

Il s'agit de l'ensemble des questions qui cherchent à évaluer la communication sur le site internet et les différentes manières de transmettre les informations aux usagers.

- Indicateur de satisfaction général

Il s'agit de la somme de tous les indicateurs ci-dessus

Ces études sur l'appréciation du public sont menées tous les trois ans. La dernière en date a été achevée en janvier 2019. Pour ce qui est du site de Sion, elle donne les résultats suivants pour l'année 2018 :

Tableau 6 : résultat de l'enquête 2018

Résultat enquête de satisfaction 2018	Sion
indicateur service/collection	16.07
indicateur accès	15.80
indicateur accueil	17.83
indicateur animation	16.64
indicateur catalogue	17.96
indicateur logistique	16.62
indicateur service en ligne	17.18
indicateur communication	15.76
indicateur de satisfaction	16.56

Cette étude se prolonge sur plusieurs mois, et est distribuée aux usagers soit par le biais du site internet, soit sous format papier directement à l'accueil de la bibliothèque (annexe 3).

Ainsi, c'est 2'193 personnes qui ont répondu à ce questionnaire pour ce qui est du site de Sion pour un total de 4'119 personnes sur l'ensemble des quatre sites, c'est-à-dire que plus de la moitié des sondés semblent fréquenter plus régulièrement le site de Sion. Ceci étant corroboré par le résultat de ce sondage qui détermine que 62% des sondés fréquentent le site de Sion.

En ce qui concerne les indicateurs, la direction de la MV a déterminé qu'en dessous de 15 sur 20, une attention toute particulière doit être accordée à l'indicateur en question. En 2018, aucune baisse en dessous de 15 n'est à déplorer. Cependant, il existe certains problèmes récurrents qui empêchent l'indicateur de satisfaction de progresser. C'est en l'occurrence le cas pour l'indicateur de communication qui est le plus bas sur le tableau (15,76). C'est sur les animations et la manière d'informer les usagers sur l'offre proposée par la MV Sion qu'un effort doit être porté, sachant que cet indicateur était de 19,81 en 2012.

5.2 Questionnaires de satisfaction précédents

Madame Romaine Valterio-Barras, la mandante, s'est exprimée à plusieurs reprises sur le déficit d'une communication efficace entre la MV et ses publics. Elle avait déjà par le passé, pour renseigner le public sur les offres de service et d'animations de la MV Sion, proposé diverses mesures lors des séances du rapport annuel¹⁵ de 2012, 2105 et dernièrement 2018.

¹⁵ Séance interne pour tout le personnel de la Médiathèque Valais qui est l'occasion, pour la direction, de faire le point sur l'année écoulée et d'en faire part au personnel.

Dans son support de présentation elle propose au personnel le suivi des points dont elle estime l'amélioration nécessaires pour le site de Sion.

Ainsi pour l'année 2012, constatant le déficit de transmission des informations sur les offres de services et les événements de médiation, la directrice propose les mesures suivantes :

- Distribution des bulletins¹⁶ au guichet ;
- Communication et formation interne ;
- Revoir outils de communication vers les publics ;
- Formation + implication du personnel.

Trois ans plus tard, en 2015 :

- Poursuivre la formation des collaborateurs / collaboratrices aux activités et missions de la MV ainsi que tous les services en ligne autre que le catalogue ;
- Revoir la communication interne ;
- Adopter une liste de mesures (ex : Distribution des bulletins au guichet) ;
- Portail SC¹⁷ ;
- Revoir les outils de communication vers les publics ;
- Communiquer mieux – plus - souvent – partout.

Enfin, lors de la séance pour l'année 2018 (qui s'est déroulée durant le mois d'avril 2019 pendant la rédaction de ce rapport) les mesures proposées sont exactement les mêmes que trois ans auparavant. C'est-à-dire qu'un « copié-collé » a été effectué sur ses mesures.

On ne peut donc que constater la stagnation sur les aspects de communication et de transmission de services et d'événements. Des dires de la mandante, tous les efforts effectués sont restés sans effets, malgré les formations et les nombreuses réunions d'informations.

¹⁶ Bulletin d'information contenant tous les événements à venir dans la MV.

¹⁷ Portail du service de la culture du Valais <https://www.vs.ch/web/culture>.

5.3 Evaluation des transactions à l'accueil

Pour commencer, il est nécessaire de se pencher sur la nature et sur la manière dont se déroulent les transactions, et comprendre ce que représente l'accueil en bibliothèque : l'accueil, c'est « toutes les situations de « front-office », de service public, c'est-à-dire les situations de face à face avec le public, quelle que soit sa demande ou les conditions de sa demande, sans cependant entrer [nécessairement] dans l'aspect bibliothéconomique des réponses. »¹⁸. L'accueil, c'est également la pierre d'angle du fonctionnement d'une bibliothèque et « proposer un service d'accueil et un service de qualité est un gage de succès et de fréquentation. »¹⁹L'accueil et le personnel d'accueil représentent donc l'institution et véhiculent ses valeurs.

Si une partie des transactions de prêt à la MV Sion fonctionne majoritairement avec des bornes de prêt / retour automatique, il n'en demeure pas moins que deux personnes au minimum restent disponibles au bureau d'accueil.

5.3.1 L'organisation actuelle de l'accueil à la MV Sion

Dans le hall de la Médiathèque, le bureau d'accueil de couleur vive, fait face à l'entrée principale. Derrière ce bureau se trouvent deux personnes. Un représentant du personnel fixe et un stagiaire (chômage, pré-hes, civiliste, etc..) ou un apprenti AID (Agent en information documentaire). Un roulement d'équipe les fait changer toutes les trois heures. Les tâches et activités de ce duo sont les suivantes :

- Accueillir le public ;
- Répondre à ses questions ;
- Renseigner le public ;
- Aider aux recherches documentaires ;
- Prêter et retourner les documents ;
- Remettre les réservations de livres (pré-classés dans une étagère idoine) ;
- Traiter et pré-classer les documents en retour afin qu'ils puissent rejoindre leur place dans le reste de la collection ;
- Transmettre à l'utilisateur et gérer le prêt entre bibliothèques (PEB) ;
- Encaisser les différents frais courants dans une bibliothèque (frais de retard, remplacement de carte, frais liés au PEB ;²⁰

Une masse importante de documents transite à l'accueil. C'est actuellement plus de 440'000 livres qui y passent. C'est approximativement 1'500 ouvrages qui sont à traiter quotidiennement par les équipes en place. C'est la raison pour laquelle, à certaines heures sensibles (p.ex. mercredi après-midi), une troisième personne est mobilisée pour les soutenir.

5.3.2 Analyse des transactions de l'accueil

Pour répondre aux questions de recherche qui nous intéressent, il est dans un premier temps nécessaire d'analyser ce qui a cours actuellement. C'est-à-dire, analyser les transactions au bureau d'accueil, établir un examen qualitatif de la transaction d'accueil, comprendre la

¹⁸ De Miribel (2013) p.14

¹⁹ Idem

²⁰ Une carte heuristique des activités de l'accueil est consultable en annexe 4

situation et décrire ce qu'il se passe dans une situation donnée. « [Q]uand on cherche à décrire un phénomène [...], on emploie une méthode qualitative »²¹. Les variables à observer sont :

- L'attitude du bibliothécaire face à la question de l'utilisateur ;
- La réponse apportée ;
- Les outils nécessaires à la résolution du problème ;
- L'issue de la transaction, c'est-à-dire si l'utilisateur a pu obtenir satisfaction.

Comme défini dans l'ouvrage « La gestion des services » « la qualité d'un service ne se mesure pas au moyen des fonctionnalités objectives du bien mais à travers le niveau d'utilité ressentie par le consommateur »²². Autrement dit : l'utilisateur a-t-il trouvé de l'utilité dans la transaction d'accueil, ou encore a-t-il pu trouver à l'accueil la solution au problème qu'il est venu soumettre ? Pour évaluer ce point, il faut donc faire preuve d'empathie et être capable d'estimer si l'utilisateur a pu obtenir satisfaction même s'il ne l'exprime pas clairement.

5.4 Méthode

Pour étudier l'accueil, trois sessions d'observation de trois heures chacune ont été organisées à des moments aléatoires de la semaine. Seul le comportement du représentant du personnel fixe a été observé afin d'atténuer au mieux une difficulté : en effet, une personne moins chevronnée n'aurait eu ni les connaissances ni l'expérience nécessaires pour apporter la réponse adéquate. L'observateur s'est assis discrètement derrière le bureau d'accueil, au fond, tout en étant en mesure d'entendre et de noter ce qui se passait. Sur une grille, ont été relevées les quatre variables citées plus haut, puis retranscrites dans un tableur informatique.

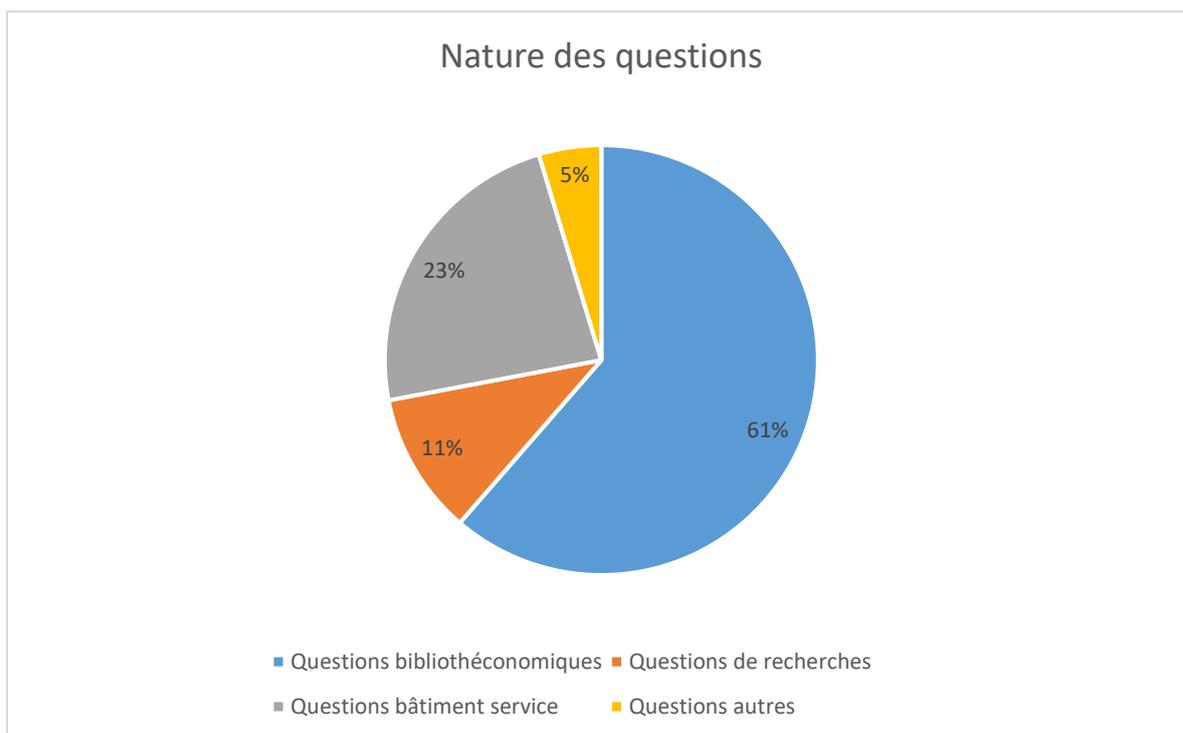
5.4.1 Résultats

Sur 9 heures d'observation, 150 transactions différentes ont été relevées. Ci-dessous, voici la répartition des types de questions :

²¹ Fortin, Gagnon, (2016) p.65

²² Catenazzo, Fragnière, 2008. P.14

Tableau 7 : nature des questions



4 types de questions ont été extraites selon la nature de celles-ci. On trouve en grande majorité (61%) de questions de bibliothéconomie. C'est-à-dire des transactions de prêt ou de retour, des demandes de prolongation ou encore des demandes pour récupérer des ouvrages réservés.

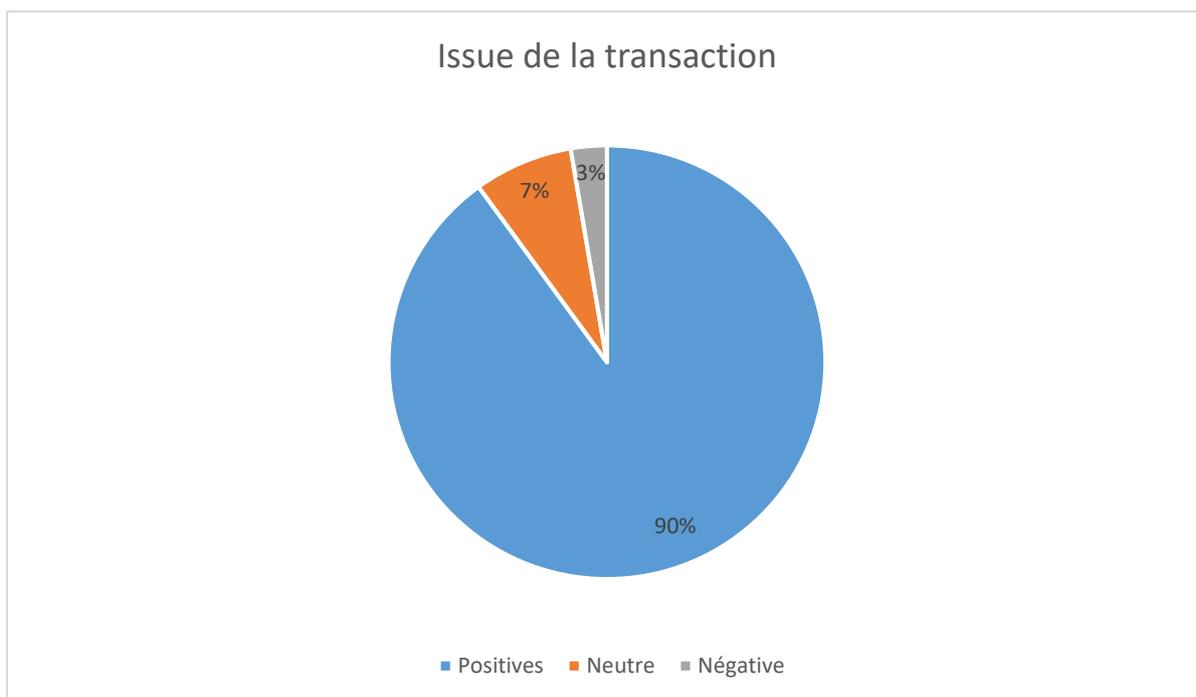
Ensuite, on trouve 23% de demandes liées au bâtiment ou aux services offerts dans les espaces à disposition. Il s'agit de questions sur l'accès au bâtiment, les places de travail, l'accès à internet ou plus généralement des demandes de personnes qui cherchent un lieu en particulier (p.ex. toilettes ou espace enfant).

Puis, on trouve 11% de demande de recherche ou d'aide sur le catalogue.

Viennent enfin 5% des questions qui n'appartiennent à aucune de ces catégories. Il s'agit d'utilisateurs qui souhaitent parler avec le personnel d'accueil sans but particulier, voire faire un brin de causette.

Dans l'ensemble, l'issue des transactions est résolument positive. En effet, c'est 90% des transactions à l'accueil qui donnent satisfaction à l'utilisateur, 7% jugées comme neutre et 3% dont l'issue est négative :

Tableau 8 : issu de la transaction



L'attitude générale de la personne à l'accueil est systématiquement polie et bienveillante. A aucun moment il n'a été constaté un comportement inconvenant ou dépréciatif.

5.4.2 Observations complémentaires

Lors d'une transaction de prêt, on peut également relever les éléments suivants :

1. Compte tenu de la quantité de documents qui transitent à l'accueil, le bureau de prêt, lors de certains échanges, est encombré de piles d'ouvrages qui produisent un effet de désordre et de confusion.
2. A trois reprises, sur les 150 observations effectuées, le collaborateur s'est déplacé hors du bureau d'accueil. Par deux fois pour expliquer le fonctionnement de la borne de retour automatique, et la troisième fois pour procéder à un dépannage de ladite borne, sur demande d'un usager.
3. Il n'existe aucune politique de transmission systématique de l'information concernant l'éventail des services proposés. Quand cette information est transmise, elle se fait par le biais du bibliothécaire présent à l'accueil, et la qualité de cette information est dépendante des connaissances et de la formation du bibliothécaire en question. Les observations effectuées ont révélé qu'aucun renseignement sur les services et événements proposés par la Médiathèque Valais Sion n'a été spontanément fourni aux visiteurs.

Les transactions donnent très largement satisfaction aux usagers. L'attitude de la personne à l'accueil est ouverte, polie et positive. On peut toutefois regretter que :

- C'est l'utilisateur qui va vers les bibliothécaires et non l'inverse. Le personnel d'accueil est dans une logique de réaction et non dans une logique d'action, de pro activité. Aucune information supplémentaire n'est fournie excepté celle qui est nécessaire à la résolution du problème de l'utilisateur.

- Deux univers inverses se côtoient à l'entrée de la MV Sion : le bureau d'accueil et le restaurant. Le personnel d'accueil est statique, demeure derrière le bureau en attendant l'arrivée des usagers. En revanche, les serveurs et serveuses du restaurant se déplacent continuellement pour se rendre auprès des clients qui les attendent.

5.5 Demandes faites par e-mail

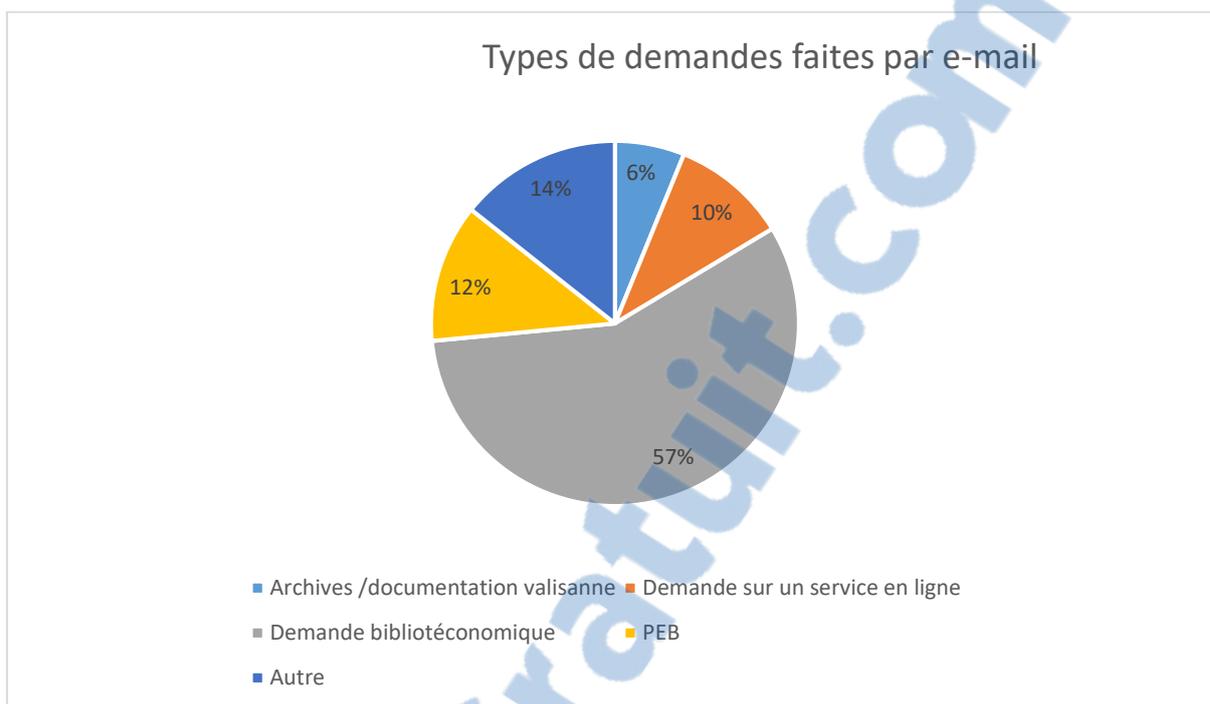
La MV offre également la possibilité aux publics d'adresser leurs questions ou leurs demandes par e-mail. Une adresse e-mail générale est disponible et une personne, responsable de l'accueil, est chargée de répondre à ces questions ou de les transmettre aux personnes les plus à même de renseigner correctement un usager par e-mail. La durée entre la question posée par l'utilisateur et la réponse apportée par le bibliothécaire étant plus longue que lors d'une transaction à l'accueil, cette réponse, surtout si elle est complexe, est souvent plus documentée et de meilleure qualité.

Pour analyser les transactions électroniques par e-mail, un échantillon de questions et de réponses a été sélectionné. Il s'agit de l'ensemble des échanges de courriels du mois de mars 2019, soit 49 e-mails.

Les courriels ont été triés par type de questions. Ensuite, une analyse des différentes réponses a été effectuée, à savoir de quelle manière la question est abordée par rapport à une transaction avec en contact direct. Enfin, l'issue de la transaction a été analysée. Quelle que soit son activité, un prestataire de service se place dans une logique de résolution de problème. L'utilisateur, quel qu'il soit et quelle que soit sa demande, devrait idéalement terminer un échange et voir son problème résolu, si ce n'est totalement, du moins partiellement. C'est également dans cet esprit que les échanges de mail doivent se réaliser.

Les différents types de demandes e-mail sont répartis comme suit :

Tableau 9 : typologie des demandes mails



Une majorité de questions (57%) portent sur des aspects de prêt / retour et prolongation d'ouvrages voire encore sur des questions concernant les frais de rappels ou d'ouvrages perdus ou endommagés. Une partie plus modeste (12%) concernent les prêts entre bibliothèques et des questions qui s'y réfèrent. Enfin, des questions sur des services en ligne (10 %) et les archives (6%), complètent ces résultats. La rubrique « autre » fait référence à des demandes de visites scolaires ou de population spécifique comme les requérants d'asile ou des questions et suggestions d'ordre général sur la bibliothèque qui s'adressent plus particulièrement à la direction.

Toutes les demandes traitées ici font l'objet d'une réponse propre à satisfaire les attentes ou les interrogations de la personne demanderesse. Pour cette raison on peut considérer que 100% des transactions par e-mails ont une issue positive. Plusieurs facteurs semblent favoriser ce résultat :

- Le délai entre le moment où la question est posée et sa réponse est plus long qu'à l'accueil ce qui permet au bibliothécaire, si besoin est, de prendre tous les renseignements utiles.
- La personne en charge des réponses est un professionnel ; il détient les compétences professionnelles propres à fournir les réponses les plus judicieuses, ce qui ne serait pas forcément le cas d'un stagiaire ou d'un apprenti à l'accueil.
- Dans le cas où la question porte sur un thème particulier, le courriel peut être transmis directement à la personne en charge du service. Ainsi, c'est au spécialiste à qui l'on s'adresse directement, ce qui diffère de l'accueil présentiel. Une question sur les ebooks sera traitée par la personne en charge des ebooks, une question sur les archives et la documentation valaisanne, par un spécialiste dans le domaine et ainsi de suite.

Cette manière de procéder confère à la réponse par mail un gage de qualité non négligeable.

6. Expression de l'activité à l'accueil avec des *blueprints*

L'observation du processus d'accueil a débouché sur sa modélisation sous la forme de *blueprints* ou chaîne de valeur. Dans une démarche de design de services, on doit pouvoir disposer d'un outil qui permet d'analyser et de décomposer le service en plusieurs parties. Ce processus permet de mettre en évidence les principaux éléments qui composent un service. De plus, « pour que l'expérience d'un service soit vécue positivement par les [usagers], il faut que chaque élément qui le compose soit bien perçu à leurs yeux »²³.

Le *blueprint* est une matrice qui cartographie les différents aspects liés aux services. Dans le grand dictionnaire de la langue française on peut retrouver la définition suivante pour la chaîne de valeur :

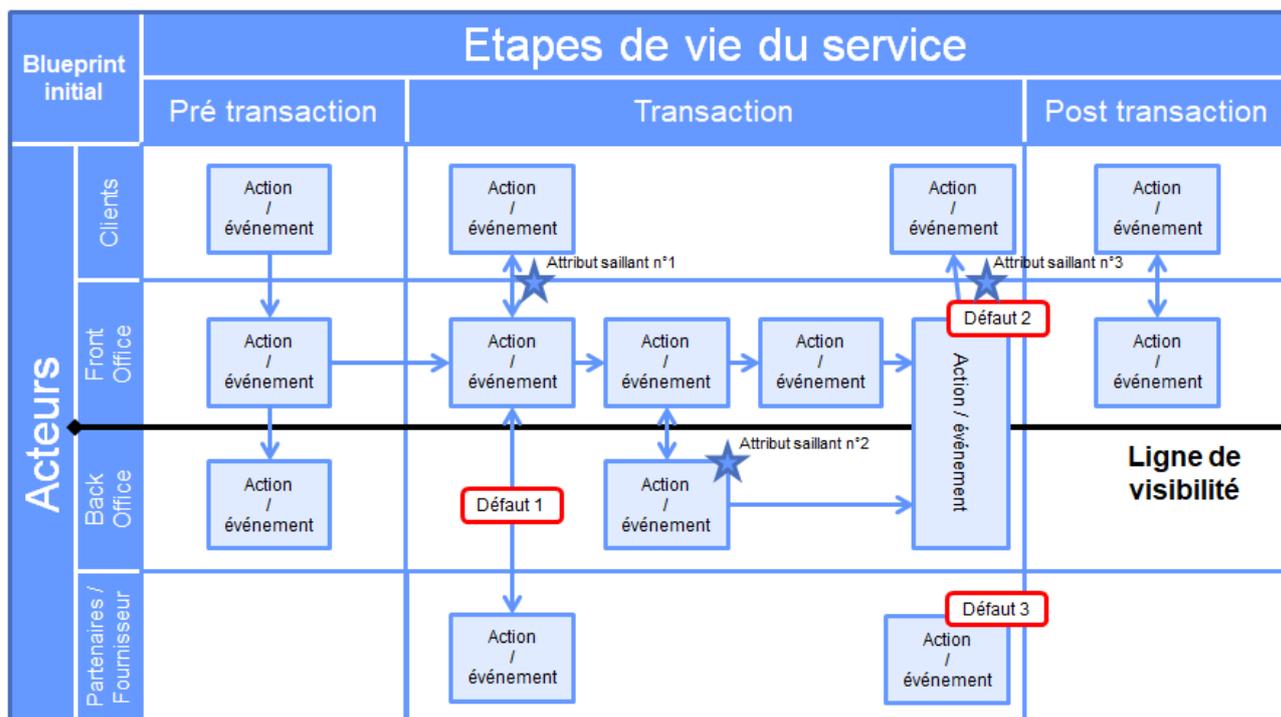
« Outil d'analyse qui fait ressortir l'ensemble des activités créatrices de valeur en décomposant l'entreprise en activités pertinentes sur le plan stratégique, depuis l'approvisionnement en marchandises, matières ou fournitures auprès des fournisseurs jusqu'à la livraison de la marchandise ou du produit ou la prestation du service au client, le but étant de comprendre le comportement des coûts et de déterminer où se trouvent les sources présentes ou potentielles de différenciation du produit. »²⁴.

Dans l'ouvrage *Marketing des services*, C. Lovelock, Pearson (6e édition), on peut trouver une matrice exploitable afin de présenter une cartographie des services :

²³ Catenazzo, Fragnière, 2008. P.53

²⁴ <http://granddictionnaire.com> : Office québécois de la langue française.

Tableau 10 : exemple de chaîne de valeur



25

Sur cette matrice, on peut suivre, de gauche vers la droite, le déroulement temporel d'un service : ce qui se passe avant un service (pré-transaction), pendant un service et après un service (post-transaction).

Une ligne de visibilité fait la séparation entre le « front office » et le « back office ». C'est la frontière entre ce que l'utilisateur peut percevoir et les actions qui lui sont invisibles. Les deux lignes du haut représentent l'interaction entre le « front office » et l'utilisateur ou le client.

6.1 Conceptualisation des blueprints de l'accueil de la MV Sion

A la suite des observations effectuées à l'accueil de la MV Sion, il a été possible de créer trois blueprints en relation avec les services proposés :

- *Blueprint* des questions bibliothéconomiques : prêts, retours, prolongations, PEB, retrait de documents réservés ;
- *Blueprint* des questions de recherches ;
- *Blueprint* des questions liées aux bâtiments et aux services tels que le renseignement sur les lieux à disposition, la localisation des sanitaires, la réservation de salles, les horaires d'ouverture etc...

Tableau 11 : *blueprint 1*

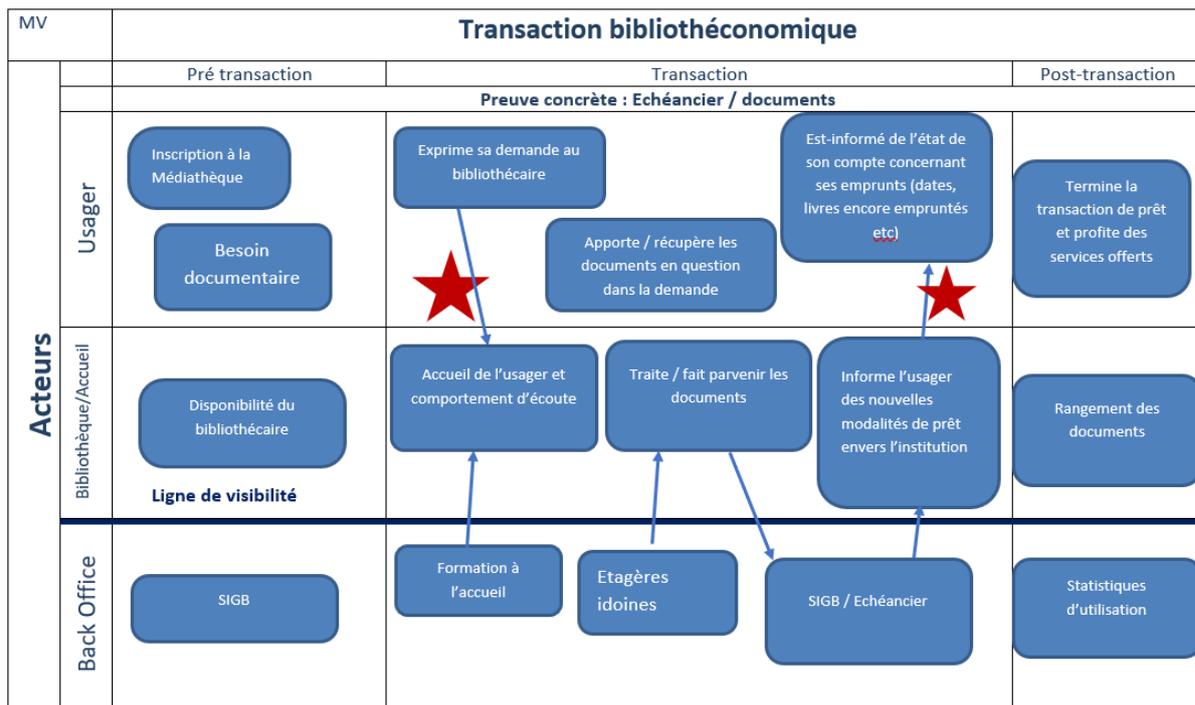


Tableau 12 : *blueprint 2*

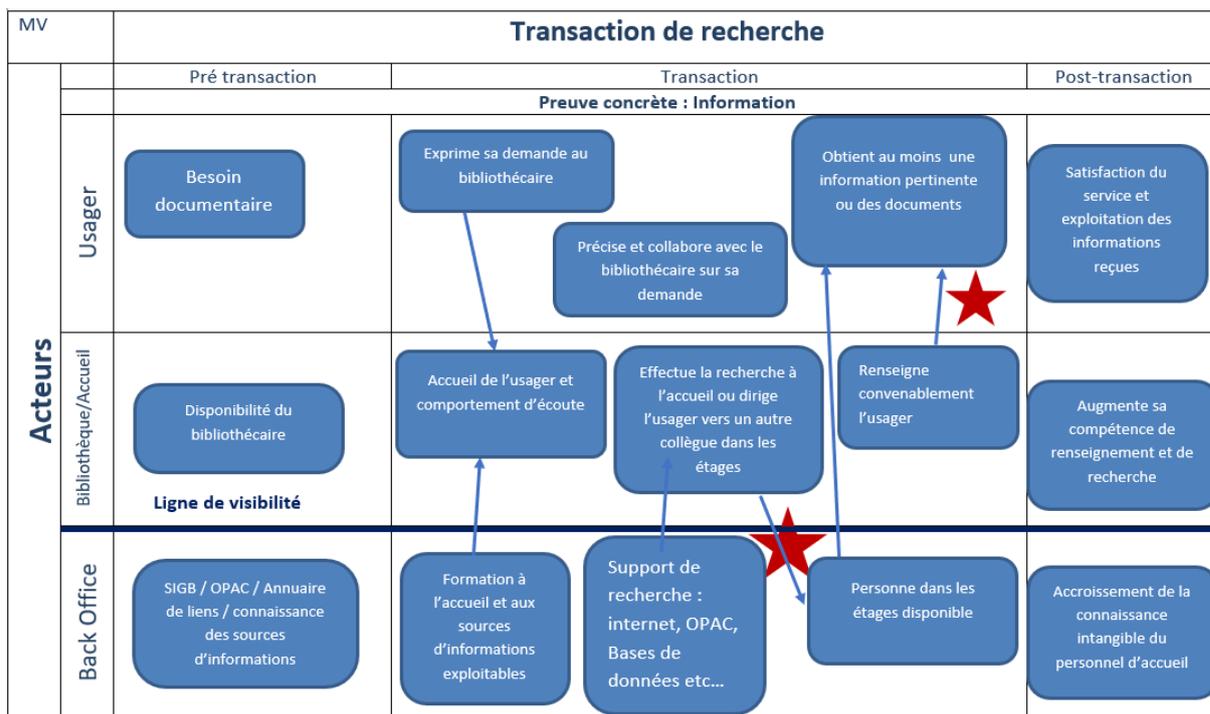
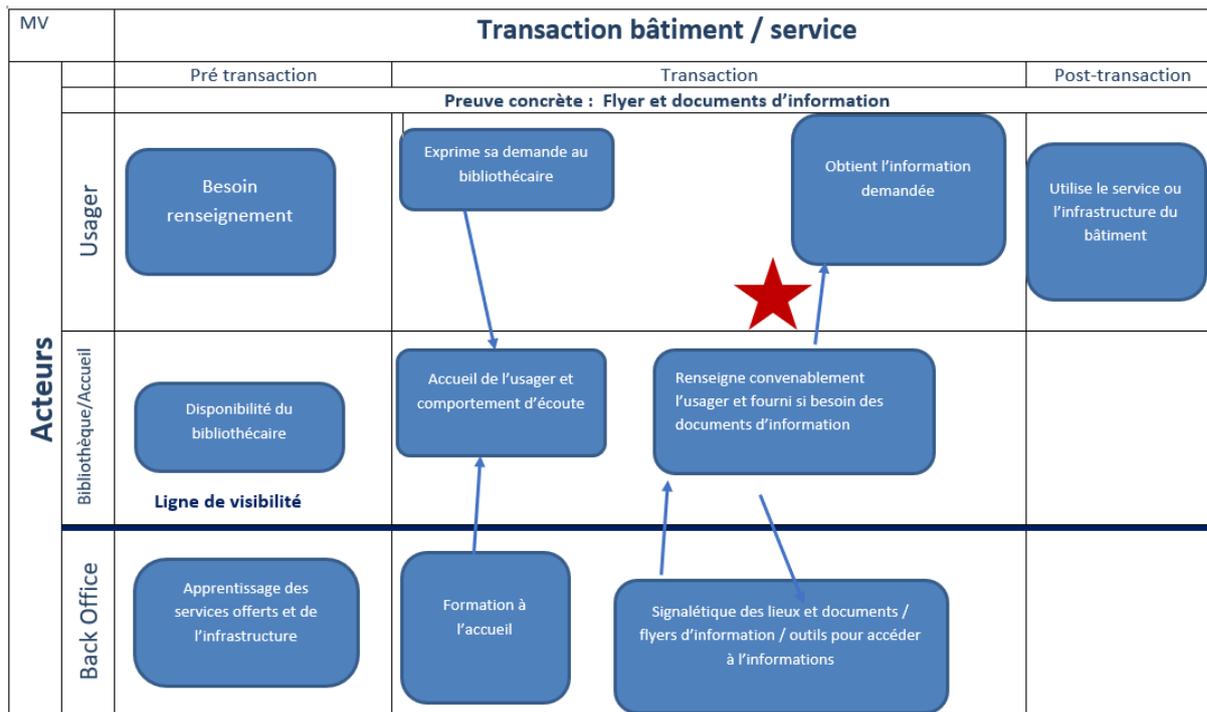


Tableau 13 : *blueprint* 3



Ces trois *blueprints* permettent d'observer la modélisation complète des trois aspects des services proposés à l'accueil. L'étoile rouge représente l'endroit où un effort pourrait être apporté en matière de communication sur l'offre de services. Une ligne supplémentaire a été ajoutée. Il s'agit de la ligne « preuve concrète ».

Un service étant par nature immatériel, se pose la question d'une trace demeurant après une transaction. Il peut s'agir des documents eux-mêmes ainsi que d'éventuels échéanciers liés aux documents comme la date de retour prévu ; ou alors aussi d'une information transmise, d'une documentation de promotion sur *flyers* ; ou même il peut s'agir de plans, voire d'outils explicatifs.

On observe sur ces modélisations que ce sont les utilisateurs qui prennent l'initiative d'interpeller le ou la bibliothécaire. De plus, aucune mesure formelle n'est prise pour informer les publics.

7. Design thinking

Le *Design thinking* est une méthode qui permet de transformer des idées en actes concrets. Elle se fonde sur des retours d'usagers. Cette technique naît dans les années 50 aux Etats-Unis dans le milieu publicitaire. Ce programme est repris dans les années 1960 à l'Université de Standford, il est centré sur l'humain et l'objectif est de faire réfléchir les membres à différents enjeux et à en proposer des solutions concrètes. Ce concept se développe encore dans les années qui suivent et c'est dans les années 1990 que le professeur et concepteur ingénieur David Kelley avec la collaboration de Tim Brown fondent l'agence IDEO ; ils sont les précurseurs du concept de cette méthode de résolution de problème et en ont popularisé et élargi l'application dans des domaines très divers, dont celui des bibliothèques²⁶.

Pour répondre au besoin dont fait l'objet ce travail, (améliorer la manière de communiquer l'information aux usagers), la méthode du design thinking est un instrument précieux ; il combine toutes les compétences en présence et génère, grâce à une dynamique accrue par le groupe, une profusion d'idées, de propositions, de solutions, ceci de manière rapide et efficace. C'est une intelligence collective qui s'exprime et permet de progresser ensemble très concrètement. Développer, avec la collaboration des usagers l'offre mise à disposition du public à la MVS, est le défi à résoudre.

Ce public est partie prenante du service et interagit avec lui. Imaginons une pièce de théâtre : « les spectateurs qui n'applaudissent pas ou qui ne rient pas aux boutades des acteurs créent une ambiance froide qui pourrait avoir des répercussions sur le travail des acteurs »²⁷.

En effet, dans cet exemple, c'est l'énergie des spectateurs qui se projette sur la scène et pousse ainsi les acteurs à se dépasser eux-mêmes, comme s'ils se nourrissaient du public.

La méthode IDEO se découpe en trois étapes :

1. Inspiration : elle se situe en amont du problème ; celui-ci est identifié, les éléments à prendre en compte et ceux à écarter sont énoncés et une ébauche de solution est proposée. C'est une phase d'exploration.
2. Idéation : elle consiste à trouver de nouvelles idées : chacun, à partir des éléments mis en exergue dans la phase précédente, propose, lance le résultat de ses inspirations, sans barrière et sans crainte de jugement de valeur. C'est une phase créatrice qui met en avant l'inventivité des participants.
3. Itération : cette étape consiste à tester les idées qui ont émergé dans les deux phases précédentes ; elle permet d'envisager un prototype d'actions concrètes et de passer à une phase d'expérimentation.

Application du *design thinking* dans le domaine de la bibliothèque

Dans le domaine de la bibliothèque, l'outil Biblio Remix propose des pistes pour un projet d'amélioration des services :

« Biblio Remix est un dispositif d'expérimentation, d'invention et de création participatives, autour des services en bibliothèque. L'idée est de réunir des participants aux compétences diverses (bibliothécaires, lecteurs, bidouilleurs, designers, architectes,

²⁶ <http://www.klap.io/definition-design-thinking/>

²⁷ Catenazzo, Fragnière, 2008. P.51

usagers ou non des bibliothèques...), et de leur proposer d'esquisser leur vision de la bibliothèque idéale, à travers des questions, des problèmes concrets et des projets à réaliser ».²⁸

Dans cet esprit, c'est donc l'outil design thinking qui a été appliqué :

« Le design thinking est une méthode créative qui permet de mettre en place des services innovants en bibliothèque. [...] Le cœur de la méthode consiste à rencontrer des gens et à les observer pour comprendre leurs besoins, à fabriquer des prototypes et à les tester pour les améliorer. Les usagers sont au centre de ce processus, c'est pourquoi il va de pair avec une philosophie que nous appelons le « design centré sur l'humain. » Tout cela peut paraître intimidant à première vue, mais il s'agit en fait d'une démarche extrêmement intuitive basée sur l'empathie. Elle mobilise des dispositions que nous avons tous naturellement, mais que nous avons tendance à sous-exploiter, comme l'intuition, l'intelligence émotionnelle ou le goût pour l'action. »²⁹

Ainsi, plusieurs outils de ce « kit » ont été utilisés comme technique de recherche :

- l'observation des transactions à l'accueil ;
- l'entretien avec les experts ;
- les entretiens semi-dirigés.

7.1 Entretien avec les experts

7.1.1 La sélection des experts

Les experts avaient à se prononcer sur les types de publics qui fréquentent la MVS, et à donner leur avis sur les attentes de chacun d'eux. Un panel de collaborateurs experts dans l'accueil, a été sollicité. Ces personnes, dans un premier temps du moins, sont les mieux placées pour évaluer le type de public qui se présente à elles. Le choix de l'échantillonnage s'est fait en fonction de leur capacité à faire émerger des idées constructives en relation avec le thème traité. Treize personnes donc, toutes très motivées, ont répondu favorablement à l'appel, et ont travaillé ensemble à créer une image vraisemblable des publics de la MVS.

7.1.2 Méthode

Cette assemblée a été réunie dans une grande salle et un support physique sous forme d'un tableau d'affichage placé devant les participants a été installé. Cette organisation traditionnelle est généralement mieux reçue car les interactions sont meilleures, la session plus ludique et dans le cas qui nous intéresse, plus adaptée à la situation. La problématique a été clarifiée, le contexte de la recherche explicité. Il leur a été demandé de prendre en compte trois critères de choix.

- Déterminer une typologie des publics (maximum 6 types) Dans un travail de nature qualitative, il est généralement admis que le nombre de participants oscille entre 6 et 10³⁰. C'est un panel suffisamment représentatif pour que les objectifs soient atteints ;
- Déterminer les services que chacun des types de publics pourrait être amené à utiliser ; la MVS offre un large éventail de services et événements qui ne sont pas toujours connus des utilisateurs.

²⁸ <https://biblioremix.wordpress.com/le-projet/>

²⁹ Le design thinking en bibliothèque : un kit pratique pour la conception de projets centrés sur les usagers. p.6

³⁰ Fortin, Gagnon, 2016

- Imaginer une manière de solliciter ces publics afin de les aborder le plus adéquatement possible.

Ensemble, ces experts se sont exprimés sur tous les profils de personnes qui fréquentent la MV Sion et en ont établi une liste. Puis, il leur a été demandé de réduire cette liste à 6 types principaux de publics.

7.1.2.1 Le tri par cartes

En ergonomie, le tri par cartes est une méthode utilisée pour construire une architecture de l'information en impliquant les utilisateurs finaux.³¹ Il va aider à structurer et hiérarchiser le contenu de l'interface de manière à correspondre aux attentes des utilisateurs cibles. Le tri peut être réalisé de deux manières : le tri ouvert (l'utilisateur regroupe les cartes puis choisit un libellé pour chacun des groupes qu'il a formé), le tri fermé (l'utilisateur doit placer les cartes dans les différentes rubriques prédéfinies en amont par le « coach »). Une fois l'information stabilisée, la phase de maquettage aura pour objectif de matérialiser sur le tableau d'affichage les résultats de l'analyse.³²

C'est la méthode du tri fermé qui a été préférée ici. L'objectif est de hiérarchiser les idées et de repérer les constantes dans les propositions pour approcher efficacement chacun des types de publics, en tenant compte de l'offre des services de la Médiathèque. La finalité étant d'être en mesure d'individualiser au mieux l'approche des différentes personnes qui fréquentent la MV Sion.

³¹ Nogier, Leclerc, 2016

³² www.usabilis.com/tri-par-cartes-une-architecture-de-linformation-construite-par-les-utilisateur

Figure 1 : treize experts participent au tri par cartes



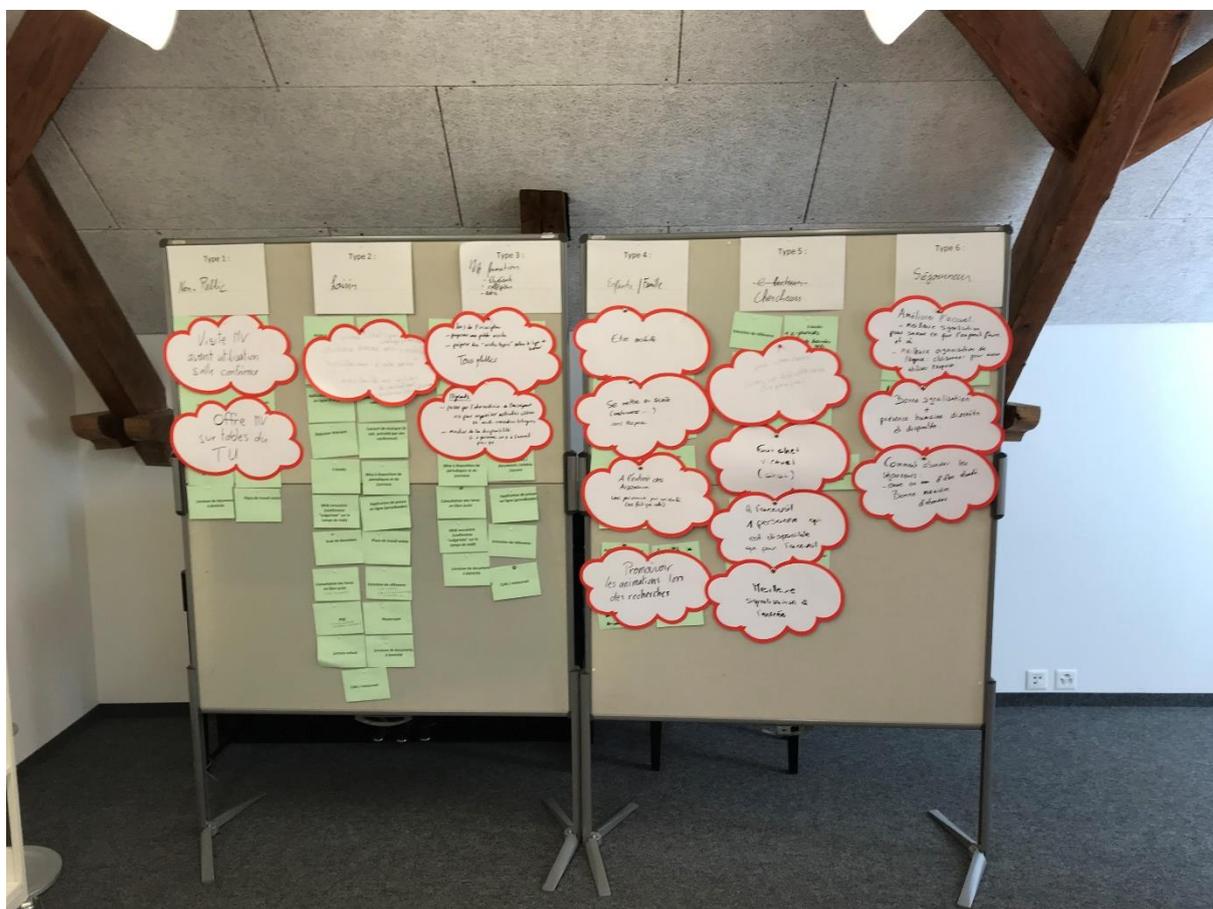
7.1.3 Résultats

Grâce à cette méthode, six profils d'utilisateurs ont été mis en évidence sans ordre particulier :

- **Le non public** : Il s'agit de personnes qui ne fréquentent pas (ou très peu) la médiathèque. Aux yeux des collaborateurs de la MV Sion il semble que ce soit ce type de public qui est le plus représentatif, puisque c'est la première suggestion faite par l'ensemble des personnes présentes. Le non public se caractérise par le fait que ces personnes ne connaissent pas ou ne voient pas d'intérêt à fréquenter la MV Sion. Il peut s'agir également de personnes qui transitent par la Médiathèque pour changer de rue (le bâtiment peut être utilisé comme raccourci) ou encore de clients qui ne viennent que pour manger au restaurant.
- **Le public loisir** : Ce sont des usagers qui utilisent la bibliothèque comme outil de loisir et de divertissement. Ils empruntent volontiers des DVD et des CD, utilisent internet. A ceux-là s'ajoutent toutes les personnes qui souhaitent lire des romans et des bandes dessinées.
- **Le public en formation** : Il s'agit de toutes les personnes qui fréquentent l'institution dans une logique de formation. Ce public comprend les collégiens, les étudiants, qui travaillent leurs cours, procèdent à des recherches en lien avec leur domaine d'étude, travaillent en groupe et recherchent un lieu et une atmosphère propices à l'étude.

- **Le public enfants / famille** : Ce sont des familles qui viennent visiter la MV Sion afin de prendre de la documentation destinée à la jeunesse ou la consulter sur place, et profiter de l'infrastructure mise à leur disposition dans l'espace enfants (chaises basses, tables, poufs).
- **Le public de chercheurs** : Il s'agit de personnes qui font une recherche de nature documentaire (souvent en lien avec le Valais) et utilisent pour leur recherche la documentation à disposition et les archives.
- **Le public de séjournants** : Il s'agit enfin d'une population qui passe beaucoup de temps dans les locaux de la MV Sion. Elle se trouve fréquemment sur place et a le temps de rester. Ce sont des personnes en recherche d'emploi, des élèves en situation de décrochage scolaire, des retraités ou encore une population qui n'est pas en capacité de travailler.

Figure 2 : Sur cette image, on peut apercevoir l'ensemble des propositions pour chacun des types de public.



Le tableau des services proposés figure à l'annexe 5.

7.2 Suggestions d'améliorations :

Pour chacun des types de publics, des suggestions ont été faites pour mieux faire connaître l'offre de la MV.

7.2.1 Suggestions pour le non public :

Ce premier type de public est le plus compliqué à aborder car il est, par définition, non utilisateur de nos services. Le cibler est tâche délicate. On peut distinguer trois grands types de publics fréquentant une institution culturelle :

- La clientèle (actuelle et utilisatrice d'une institution)
- Le public potentiel (qui pourrait utiliser ou fréquenter une institution)
- Le non-public (qui n'a pas accès à l'institution soit par empêchement physique, soit par inintérêt ou intérêts orientés vers d'autres domaines soit refusant un certain type d'intégration p.ex. les jeunes)³³

Ce type de public est décrit par les experts comme un public potentiel dans la mesure où les propositions d'amélioration sont des facteurs susceptibles d'amener cette population à se rendre dans la MV et à y découvrir avec profit les services proposés. Deux suggestions ont été faites :

- « Offre des services proposés par la Médiathèque Valais sur les tables du restaurant »

A savoir, disposer sur les tables du restaurant une liste (peut-être sous forme de menu) des différentes offres de services et offres culturelles proposées par la MV Sion.

- « Visite de la Médiathèque Valais avant une utilisation de la salle de conférence ».

La MV Sion loue la salle de conférence. A ce titre, une partie des personnes qui utilisent cette salle de conférence, sont des publics potentiels. L'idée émise par les bibliothécaires est d'organiser une visite des locaux de la MV Sion pour en faire la promotion.

7.2.2 Suggestions pour le public loisir

- « Mettre en place d'un guichet virtuel avec Whatsapp, twitter ou encore un chat (boîte de dialogue sur ordinateur) »
- « Modifier la distance du bureau d'accueil par rapport à l'entrée principale afin de le rendre plus visible »
- « Mettre en place un système de *location* de bibliothécaire » Permettre une meilleure disponibilité d'un bibliothécaire peut servir à tous les types de publics.
- « Faciliter l'accès aux articles de périodiques et toutes les ressources hors catalogue et numérique »

7.2.3 Suggestions pour le public en formation

- « Lors de l'inscription, proposer une petite visite de la MV Sion et préparer des visites types selon le type de lecteur » Cette suggestion s'applique également à tous les types de publics.
- « Passer par l'intermédiaire de l'enseignant pour une introduction à la MV Sion »

³³ Jeanson (1972) p. 136-141

- « Proposer des activités ciblées, par exemple en organisant les événements de médiation bilingues ou dans une langue spécifique »
- « Montrer plus de disponibilité en mettant une personne de plus à l'accueil »

7.2.4 Suggestions pour le public enfants / famille

- « Être mobile à l'accueil » Une personne pourrait se voir détachée du bureau d'accueil et être plus disponible pour se diriger vers le public et l'accompagner si nécessaire.
- « Se mettre en scène dans les espaces (p.ex. en revêtant un habit distinctif) »
- « Placer une personne à l'entrée dont la seule tâche est d'orienter et d'accompagner les personnes qui pénètrent dans la bibliothèque »
- « Promouvoir les animations lors d'une recherche de documents »

7.2.5 Suggestions pour le public de chercheurs

- « Location d'un bibliothécaire pour l'aide à la recherche dans un cadre scientifique »
- « Mise en place d'un guichet virtuel avec l'utilisation d'un chat »
- « Placer une personne supplémentaire à l'accueil plus disponible pour faire des recherches » Il s'agit d'un service de référence et d'aide à la recherche.
- « Meilleure signalétique à l'entrée »

7.2.6 Suggestion pour le public de séjourners

- « Amélioration de l'accueil : meilleure signalisation pour savoir ce que l'on peut faire et où. »
- « Meilleure organisation des espaces : cloisonner pour mieux utiliser l'espace »
- « Bonne signalisation et présence humaine discrète et disponible »
- « Comment aborder les séjourners ? Ont-ils envie d'être abordés ou non ? Réfléchir à la bonne manière de les aborder »

Une grande interrogation relative à ce type de public, est la manière de les aborder avec une offre de services. En effet, tous n'ont pas nécessairement envie d'être approchés de la même manière. C'est peut-être même le souhait de ne pas être importuné qui motive ce public à fréquenter la MV Sion ; il s'agirait de ne pas être contre-productif.

7.3 Discussion des résultats des experts

La MVS est un lieu unique qui ne draine pas un public homogène. Sa responsabilité est de satisfaire tout un public bigarré, qui n'ont pas les mêmes aspirations, mais qui pourtant fréquentent le même lieu, se côtoient, partagent ou non des intérêts, des aspirations, découvrent la richesse d'un univers connu ou méconnu.

La variété des publics, mise en évidence par la méthode du *design thinking*, fait bien apparaître cette singularité au premier plan. A public multiple, solutions multiples, et c'est bien là le défi que doit relever au quotidien une telle institution.

Comment transformer un non public en public potentiel puis en public actif, curieux des offres à disposition ? Comment montrer à un étudiant que la médiathèque n'est pas qu'un lieu de travail studieux ? Comment faire preuve de disponibilité pour répondre à la fois à la demande diamétralement opposée d'un chercheur ou d'une mère de famille ? Comment élargir le champ d'intérêt d'un public loisir ? Comment ne pas rebuter par une présence trop insistante un séjournneur qui ne souhaite pas être abordé ? Comment trouver le bon curseur pour informer et offrir juste ce qu'il faut sans charger la barque ?

Des ébauches de propositions se sont fait jour à l'issue de la réunion, qui devront être testées et soumises au principe de réalité.

8. Entrevues semi-dirigées

Pour inclure le public dans une logique de cocréation, une série d'entretiens avec les différents usagers a été mise en place. En vertu également des principes du *design thinking*, il convient d'impliquer l'utilisateur dans sa création ce qui permet d'écarter les éventuels préjugés et opinions qu'il serait possible d'avoir sur eux. Une entrevue semi-dirigée est la méthode toute indiquée pour ce type de recherche. Cette technique sert à recueillir des données qualitatives qui permettent de déterminer les sentiments et les expériences des participants sur un thème donné, lesquels peuvent ensuite faire part de leur point de vue sur un sujet.

Le choix s'est porté sur un entretien semi-dirigé et non pas sur un entretien dirigé ni sur un entretien libre, car il existe de nombreuses possibilités dans la boîte à outil pour conduire des entretiens. Les raisons sont les suivantes :

- un entretien directif, parce qu'il se rapproche d'un questionnaire et force à des passages obligés, tend à mettre l'accent sur des réponses quantitatives ; excellent si on souhaite une analyse statistique des résultats, ce type de méthode paraît néanmoins moins adapté à la recherche souhaitée ici.
- un entretien libre, s'il offre les réponses qualitatives puisqu'il n'y a pas de trame préparée à l'avance, risque d'ouvrir trop de portes et de partir tous azimuts.
- une entrevue semi-dirigée est organisée autour d'un ensemble de questions destinées à atteindre le but visé tout en laissant une marge d'expression à l'interviewé. Plus souple que l'entretien directif, elle offre la possibilité de discuter de thèmes non planifiés, cela implique que ce qui est directif sur la forme laisse plus de liberté sur le fond. Contrairement au questionnaire de satisfaction déjà mis en place par la MV, un entretien semi-dirigé autorise une plus grande autonomie d'expression, tout en permettant au chercheur de focaliser la discussion sur le sujet qui l'intéresse.

Il a donc fallu établir tout d'abord un guide d'entretien. L'ensemble des questions a été pensé pour inciter les participants à parler le plus librement possible de leur expérience de l'accueil et de la communication à la MV Sion. Les premières questions, plus générales, portent sur l'âge et la profession, sur leurs habitudes d'utilisation de la Médiathèque, sur leur parcours au sein des lieux et les services qu'ils utilisent. Viennent ensuite les questions sur leur vision personnelle concernant la manière idéale, selon eux, dont la MV Sion devrait communiquer et de quelle manière ils souhaiteraient être tenus informés de l'offre de services. L'autonomie recherchée pour l'interlocuteur nécessite que les questions lui soient posées dans un ordre logique en fonction des sujets à traiter, sans nécessairement impliquer que ses réponses suivent exactement le même ordre. En effet, telle question paraîtra pertinente à l'interviewé que s'il aura déjà répondu à telle autre auparavant.

Préalablement à l'interview, les participants ont été mis au courant de la recherche et de son but. Il était important qu'ils connaissent le contexte dans lequel on allait solliciter leur opinion. Aussi le concept de « service » leur a-t-il été clairement explicité, ainsi que la façon dont il est abordé par la MV Sion. Il leur a également été fait un rappel de la charte d'accueil de la MV Sion ; aucun des participants n'en avait jamais eu connaissance.

8.1 Méthode.

A l'issue de l'entretien avec les experts, six types d'utilisateurs ont été mis en évidence. Un représentant par type d'utilisateur, disposé à consacrer une heure pour un entretien, a été sélectionné. Puisque les buts individuels des six utilisateurs sont hétérogènes - celui souhaitant disposer de documents historiques précis pour sa recherche, celle-là d'ouvrages pédagogiques pour ses enfants -, la mise en commun ne pouvait pas déboucher sur une créativité managériale.

Six participants ont ainsi été sélectionnés :

- Le non-public, sur la base d'une recommandation d'une collaboratrice de la MV Sion ;
- Le public loisir, sur la base d'une personne identifiée comme telle par les collaborateurs de la MV Sion ;
- Le public en formation, après une demande auprès d'une personne utilisant les locaux pour étudier un samedi ;
- Le public enfants / famille, après une demande spontanée auprès d'une famille dans l'espace enfant un mercredi. Le père est resté en compagnie des enfants pour permettre à la mère de répondre aux questions.
- Le public de chercheur a, par définition, beaucoup recours au PEB. C'est au cours d'une transaction de prêt à l'accueil que la personne a été recrutée pour l'entretien.
- Le public séjournant : ces personnes sont connues des collaborateurs de la MV Sion puisqu'elles sont souvent présentes. C'est par ce biais que l'une d'elle a été recommandée.

Les entretiens se sont déroulés dans le hall de la Médiathèque, autour d'un café, excepté la personne qui représente le non-public dont l'entretien s'est déroulé par téléphone. Les locaux de la Médiathèque ont été préférentiellement choisis pour ces entretiens, afin de recréer le contexte dont il est question, et devant d'un café pour favoriser un climat de convivialité et de confiance.

Le format de l'entrevue suivait une structure générale afin de permettre d'orienter les discussions et de les conduire adéquatement :

Chaque entrevue a été précédée d'un contact direct ou téléphonique avec les participants. A cette occasion, il leur a été expliqué le contexte général de la recherche.

Comme mentionné plus haut, les volontaires ont été informés des tenants et aboutissants de la recherche et rendus attentifs à la notion de service telle qu'envisagée par la MV Sion et à la charte d'accueil, sa raison d'être et ses valeurs. Dans cette charte on trouve la valeur suivante :

« développe le sens de l'accueil et la capacité de l'écoute »³⁴

C'est donc dans cet esprit d'écoute et de développement que les interviews ont été menées. La grille d'entretien comprend quatorze questions qui suivent un ordre allant du général au particulier, et qui sont organisées selon trois axes : d'abord les questions d'identité, ensuite

³⁴ Charte de la Médiathèque Valais, [en ligne], disponible à l'adresse URL : https://www.mediathèque.ch/data/documents/a_propos/CharteSC-ajoutMV-fraetall.pdf

les questions d'utilisation de la médiathèque, enfin les questions sur les évolutions souhaitées :

- Quel est votre âge ?
- Quelle est votre profession ?
- A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?
- Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?
- Qu'y faites-vous ?
- Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?
- Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?
- Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensables ?
- Comment évaluez-vous ces services ?
- Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?
- De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?
- Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?
- De quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?
- Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre ?

Les réponses de chaque participant ont été relevées sur papier, puis saisies dans un tableau disponible en annexe 6. Dans le cadre d'une réponse d'un interviewé, les interventions importantes de l'intervieweur sont signalées entre parenthèses.

8.1.1 Résultats des interviews :

8.1.1.1 Le non-public

Le représentant de ce type de public est un fonctionnaire de la Confédération âgé de 45 ans, très absorbé par les lourdes obligations professionnelles, contraint à se déplacer aux quatre coins du pays, et dont le domicile se situe à distance de la capitale valaisanne. Aussi, venir à Sion est-il pour lui non seulement un défi organisationnel mais encore une activité chronophage. Il n'a pas connaissance de la palette des services offerts par la médiathèque et il ignore, par exemple, l'existence du service en ligne comme celui de la presse, de la musique ou des *ebooks*. Il ne les utilise donc pas. Sortir après une journée de travail est le plus souvent un effort qui ne le séduit guère. Assez logiquement, il souhaiterait dans l'idéal que la meilleure manière de l'approcher avec une offre de services serait un système à distance via le site ou plus volontiers même grâce à une boîte de dialogue afin de communiquer en temps réel avec une personne de la bibliothèque, le week-end ou le soir.

La difficulté centrale pour ce type de public, fréquentant très peu la médiathèque, est la complexité d'approche car ces personnes sont, par définition, méconnues de l'institution. Ce haut fonctionnaire soulevait d'ailleurs lui-même cette difficulté. C'est pourquoi il évoquait la possibilité de faire connaître la MV Sion dans des lieux très fréquentés comme par exemple les administrations cantonales ou communales, et d'y faire de la promotion active. L'intérêt d'une telle démarche est aussi un intérêt d'ordre publicitaire pour la ville de Sion puisqu'on élargit auprès des fonctionnaires leur sentiment d'appartenir à un large univers de services

diversifiés. C'est toutefois déjà le cas à la ville de Sion où annuellement une présentation de la MV est faite lors de l'accueil des nouveaux habitants.

8.1.1.2 Le public loisir

La personne issue du public loisir est une femme de 63 ans, retraitée, qui définit son passage à la MV Sion comme un moment privilégié tous les quinze jours environ. Ce qui frappe c'est l'autonomie dont elle fait preuve lors de ses visites et l'indépendance qu'elle souhaite avoir. D'origine valaisanne elle-même, elle lit volontiers les journaux locaux pour se tenir au courant des nouvelles du pays. Cette personne va également rechercher les ouvrages qui l'intéressent et, pour ce faire, elle utilise les bornes de prêts automatiques. Elle a donc très peu recours au personnel de la MV lui-même. De plus, son approche de l'offre des services et des événements est plutôt pragmatique. En raison de l'éloignement de son domicile, elle ne cherche pas forcément à se renseigner sur les offres d'événements car a priori elle ne pourra pas y assister. Cependant elle soulève un point très intéressant : ce serait la possibilité d'avoir accès aux bibliothécaires spécialistes de tel ou tel domaine, et de passer un peu de temps avec eux pour discuter des dernières nouveautés en littérature, en musique ou dans les services numériques à disposition. Ainsi, elle pourrait disposer des capacités d'une personne avec qui s'entretenir d'un sujet particulier. C'est notamment le numérique qui semble être le point le plus sensible. Il lui serait plus agréable et plus confortable si on pouvait lui montrer spécifiquement chacune des offres numériques et lui en faire la démonstration.

Lisant tout récemment le quotidien local, elle a découvert avec plaisir qu'une grande page était consacrée à un nouveau service offert par la Médiathèque valaisanne : 15 millions de chansons pouvaient être gratuitement téléchargées et accessibles facilement. L'idée lui a semblé bonne de toucher une population très large par le biais d'un média de grande audience, et puisque tout monde lit attentivement ce quotidien de référence pour le Valais, elle affirme que c'est là un moyen efficace de toucher un vaste réservoir d'utilisateurs.

8.1.1.3 Le public en formation

Un étudiant représente le public en formation qui est un type de public qui recherche généralement un endroit approprié pour travailler. Ce qu'il désire avant tout c'est de pouvoir disposer d'une place assise un peu à l'écart de l'agitation, d'avoir un accès à internet et une possibilité de brancher son ordinateur sur une prise électrique. Les autres offres de service de la MV Sion passent pour lui au second plan. A cette caractéristique générale s'en ajoute une autre : le fait que ce public est très présent à la Médiathèque durant les périodes qui précèdent les examens, et durant les vacances scolaires. Ce public regroupe des habitués qui se sentent un peu chez eux, et le manque de places assises ou des espaces trop bruyants sont les éléments les plus perturbateurs à leurs yeux.

8.1.1.4 Le public Enfants / Famille

Il s'agit d'une mère de famille qui se rend régulièrement à l'espace-jeunesse avec ses enfants en bas âge. Cet espace lui paraît, puisque spécifiquement pensé pour les familles, celui qui convient le mieux à ce qu'elle souhaite : en compagnie de ses enfants, voire parfois de son mari, elle s'intéresse surtout aux nouveaux documents à dessein pédagogique. C'est cette curiosité qui l'anime. L'agencement, les couleurs, le mobilier lui semblent parfaitement correspondre avec cette intention. De plus, il lui arrive souvent de profiter d'autres services qu'elle trouve dans la médiathèque. Elle ne s'y rend pas pour cela, mais puisqu'elle est dans les lieux, elle bénéficie de cet effet de surplus. Cependant, elle admet ne pas se renseigner

spontanément sur les offres disponibles en dehors de ce qu'elle connaît déjà. Sa curiosité ne va pas jusque-là.

8.1.1.5 Le public chercheur

Le principal attrait de la MV Sion pour le chercheur interrogé est double : il porte d'abord sur l'abondante documentation historique qui concerne le Valais ; il la trouve sur place. Ensuite, il porte sur les différentes possibilités de commander des livres auprès d'autres bibliothèques (PEB). Ce double service est tellement chevillé à ce que nécessite ses recherches qu'il est dissuadé de ne pas se rendre sur place. En ayant une idée précise de ce qu'il lui faut, se déplacer jusqu'à la médiathèque est pour lui plus avantageux que d'opérer à distance. Mais la personne auditionnée souligne qu'elle ne vient à la Médiathèque que pour le strict nécessaire, et que sa fréquentation des lieux est uniquement focalisée sur ses besoins spécifiques. Bien évidemment, elle est très à son aise avec l'usage du catalogue et avec les modalités nécessaires à la réservation des documents.

8.1.1.6 Le public de séjournants

Il existe un public plus difficile à cerner, celui qui semble avoir élu domicile à la médiathèque ! On le connaît bien, mais en même temps, on ne le connaît pas. On dirait une vieille méconnaissance, en somme.

Il s'agit en l'occurrence d'une personne de 29 ans en recherche d'emploi. Souvent présente sur place, elle décrit l'accès à internet et la possibilité d'imprimer des documents comme indispensables à sa situation actuelle. Consciente qu'aujourd'hui, il n'est plus imaginable de rechercher un emploi sans utiliser internet, elle a compris que la toile constitue une vaste source d'informations et offre une multitude de possibilités pour postuler et valoriser son profil. Elle y trouve des sujets tels qu'études comparatives de salaires, rédaction de CV et de lettre de motivation. Elle sait aussi qu'elle a besoin d'une adresse email pour les éventuelles réponses et elle peut la consulter sur place.

C'est également pour elle l'occasion de bénéficier de tous les avantages du bâtiment. Ainsi, elle est plutôt bien au courant de ce qui se passe dans les locaux pour autant qu'elle manifeste un intérêt particulier.

8.1.2 Grille d'analyse des réponses

Il a semblé indispensable, pour une vue d'ensemble des différents types de public, d'établir une grille récapitulative des diverses réponses sur un même tableau.

Tableau 14 : propositions du public

Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Les participants ont échelonné leur fréquentation : elle va de jamais à quotidiennement
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	Le temps de fréquentation oscille entre 30 minutes à une journée complète.
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	Le plus souvent les personnes interrogées passent par le restaurant pour prendre un café (5 personnes sur 6) ; Tous les publics passent au moins une fois à l'accueil pour des questions ou transactions bibliothéconomiques (5 personnes sur 6) ; L'espace dédié aux revues et journaux est également très prisé (4 personnes sur 6) ; Enfin un accès internet ou un ordinateur est également utilisé (3 personnes sur 6) Les reste des utilisateurs suivent un parcours qui leur est propre.
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	Les appréciations concernant l'accueil sont bonnes et généralement appréciées.
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensables ?	Les services jugés indispensables sont ceux que les personnes interviewées utilisent déjà.
Comment évaluez-vous ces services ?	Les utilisateurs sont satisfaits des services dispensés.
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	Une remarque récurrente à cette question est l'abondance de flyers et d'affiches et de manière d'informer. Une abondance dommageable à la lisibilité. De plus, l'offre de la MV est à disposition de tous les publics et n'en cible aucun en particulier. C'est-à-dire que la communication est pensée pour l'ensemble des publics sans tenir compte de leurs différentes spécificités. Les réponses à cette question sont par conséquent mitigées.
De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?	Les réponses à cette question sont de l'ordre de l'utopie (comme un système de garderie pour les enfants) ou sur des aspects dont nous n'avons pas le contrôle direct (comme la rapidité des échanges postaux entre les bibliothèques de Suisse).
Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?	Pour cette question, soit les participants ne connaissent pas l'existence des offres de service en dehors de celles qu'ils utilisent (par manque de temps ou d'intérêt), soit ont une vague idée de ce qui est disponible sans avoir plus de détails.

De quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?	Les participants évoquent le bouche à oreille, les réseaux sociaux et les affiches qui ont un lien avec leurs centres d'intérêts.
Quelle est la meilleure manière de vous informer en ce qui concerne une offre de service ou d'événement ?	Ce qui ressort le plus est le contact humain et la pertinence de l'offre pour la personne. On comprend aisément que tout le monde n'a pas les mêmes besoins ni les mêmes centres d'intérêts.
Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre	Il s'agit vraisemblablement de la question la plus importante de ces entretiens. Il a semblé nécessaire d'établir de façon détaillée par public-type, la liste des différentes réponses et de la retranscrire ci-dessous.

8.1.3 Propositions des publics sur la communication de l'offre

8.1.3.1 La proposition du non-public

La proposition se concentre sur ce qui serait en phase avec la préoccupation centrale de ce représentant : puisqu'il n'a pas vraiment de temps durant les heures d'ouverture usuelles, le plus pratique pour lui serait un service du soir ou des week-ends. Ce sont donc les offres à distance qui lui semblent les plus pertinentes : livres électroniques, presse en ligne et musique. La proposition d'un service en ligne, via un guichet, une application mobile ou une boîte de dialogue, afin de répondre de manière ciblée et rapide, apparaît comme la solution idéale.

8.1.3.2 La proposition du public loisir

C'est par un service offert sur place que cette usagère trouverait de quoi satisfaire son attente. On rejoint de manière plus simple, puisque cela se ferait durant les heures d'ouverture, la même demande que la précédente. En effet, elle propose qu'un bibliothécaire spécialisé dans ses centres d'intérêt, suite à un rendez-vous, la renseigne avec précision. Il s'agit en fait d'un système de « location de bibliothécaire », comme décrit avec le groupe des experts.

Toute la dimension d'information au public lui semble par ailleurs importante. Donc, plus qu'une simple lettre d'information régulière que les intéressés recevraient après inscription pour accéder aux inventaires en ligne ou au patrimoine numérisé, elle met l'accent sur l'importance d'articles dans la presse locale qui puisse éveiller la curiosité d'un public potentiel.

Les compléments à l'espace papier et le fait que la matière même de la connaissance a muté vers l'expression numérique poussent les bibliothécaires à être à la fois conseillers, animateurs et formateurs. C'est ce qu'elle attend.

8.1.3.3 La proposition du public en formation

Pour ce type de public, on l'a vu, la principale préoccupation est l'accès à une place de travail, à internet et à une prise électrique pour brancher son ordinateur portable. Il propose de prévenir du manque de place ou d'événements particuliers par SMS quelques jours à l'avance. Il suggère aussi d'établir une liste des services offerts, liste à disposition sur les tables comme un menu de restaurant.

8.1.3.4 La proposition du public Enfants / famille

La personne estime que la meilleure manière de lui transmettre l'offre de service se fait par le biais oral. Cela implique une proactivité de la personne présente à l'accueil et la présence d'esprit de donner les bonnes informations lors d'une transaction de prêt. Elle sait, en outre,

que la fréquentation régulière de la médiathèque par ses enfants leur facilitera par la suite l'acquisition des compétences en matière de recherche et d'utilisation pertinente. Donc, elle propose de faciliter la fréquentation de la MV Sion, en collaboration avec le département de la formation, pour les élèves de l'école obligatoire.

8.1.3.5 La proposition du public chercheur

A l'instar de la proposition précédente, cette personne souhaite être tenue informée par le personnel de la Médiathèque, par exemple à l'accueil car le public de chercheur et enfants / famille passent pratiquement systématiquement à l'accueil pour des transactions.

8.1.3.6 La proposition du public séjournant

Cette personne met également en évidence son souhait de contact humain, elle propose même de supprimer le bureau d'accueil et de rendre les collaborateurs visibles et disponibles dans les espaces, libres de passer du temps avec le public.

8.2 Observations

Les sondés ont principalement mis en avant l'importance que revêtait pour eux l'approche individuelle et personnelle pour offrir un service ou informer d'un événement. Cela leur a semblé la meilleure façon de tenir compte de leurs intérêts et de leurs besoins. Les outils informatiques et mobiles pour transmettre de l'information ont également obtenu les faveurs du public sondé : des outils de chat en ligne, les SMS ou Whatsapp.

L'information ciblée fait également partie des souhaits exprimés par les sondés pour répondre le plus adéquatement possible à leur sensibilité propre. La surabondance de communication de la MV Sion (flyers affiches, annonces spécifiques, réseaux sociaux, newsletters et bulletin d'information) est une manière de communiquer qui s'adresse à tout un chacun sans distinction de goût, d'intérêt et de curiosité spécifique, ce qui peut rendre le message indistinct pour les usagers ; une personne ayant un profil de chercheur reçoit la même information qu'un usager qui vient pour emprunter des ouvrages pour l'enfance. Cet enchevêtrement du message de communication tend à produire chez le public, confusion, désintérêt et indifférence. Ce principe d'arrosage général finit par aller à fin contraire, et plus de discernement dans les publics visés serait de nature à plus d'efficacité, comme on le verra dans les propositions qui suivent.

Ainsi, le moyen de récupérer l'attention des publics passe par la connaissance de ceux-ci, la personnalisation du message et la manière de s'adresser à eux. Les résultats des sondages des publics interviewés, fait apparaître un élément surprenant : ce n'est pas une impression de manque qui ressort, mais au contraire la pléthore : trop de flyers, trop d'affiches, l'invisibilité dans l'abondance.

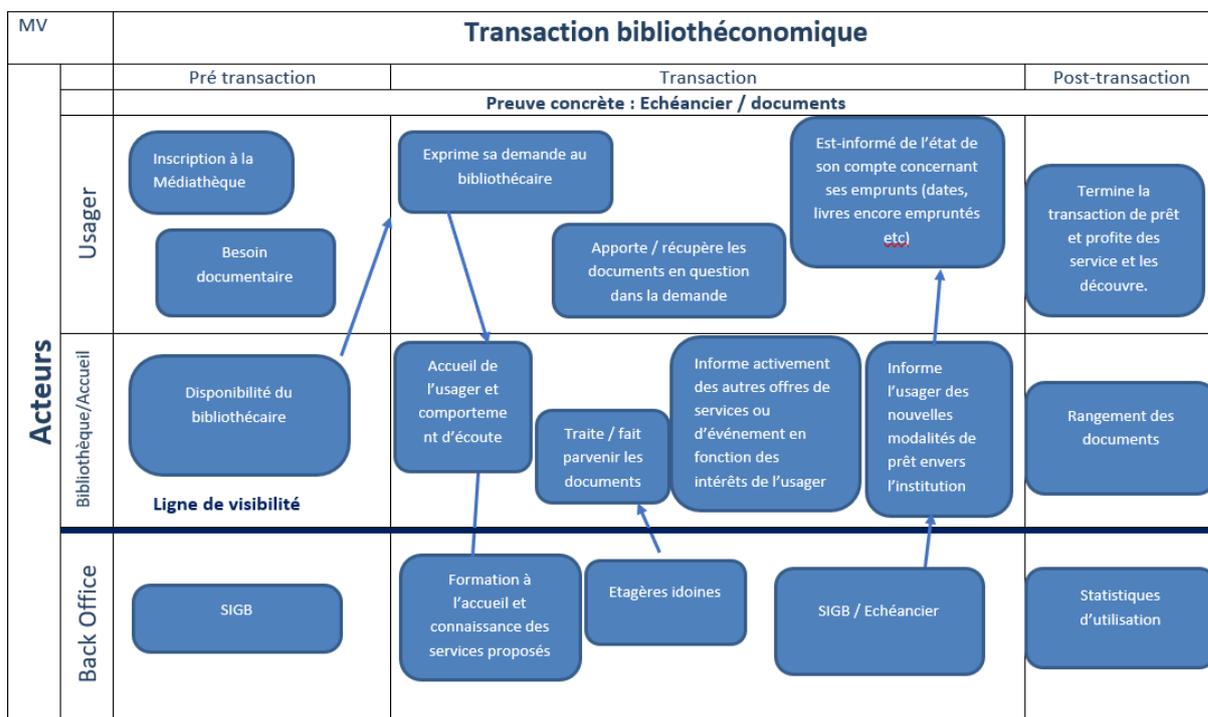
Grâce aux résultats des interviews et de l'entretien avec les experts, il est possible d'imaginer cinq nouveaux designs de service et une liste de recommandations pour améliorer la manière de présenter l'offre de la MV et ainsi améliorer l'efficacité de la communication lors d'une transaction à l'accueil.

9. Propositions

La première des propositions concerne directement l'accueil à bibliothèque et plus précisément lors d'une transaction bibliothéconomique. Elle va reposer sur la proactivité et la

connaissance des publics de la part du personnel d'accueil. Ainsi, lors d'une transaction habituelle, cela sera de l'initiative de la personne à l'accueil de compléter le service avec une information active destinée à l'utilisateur au guichet.

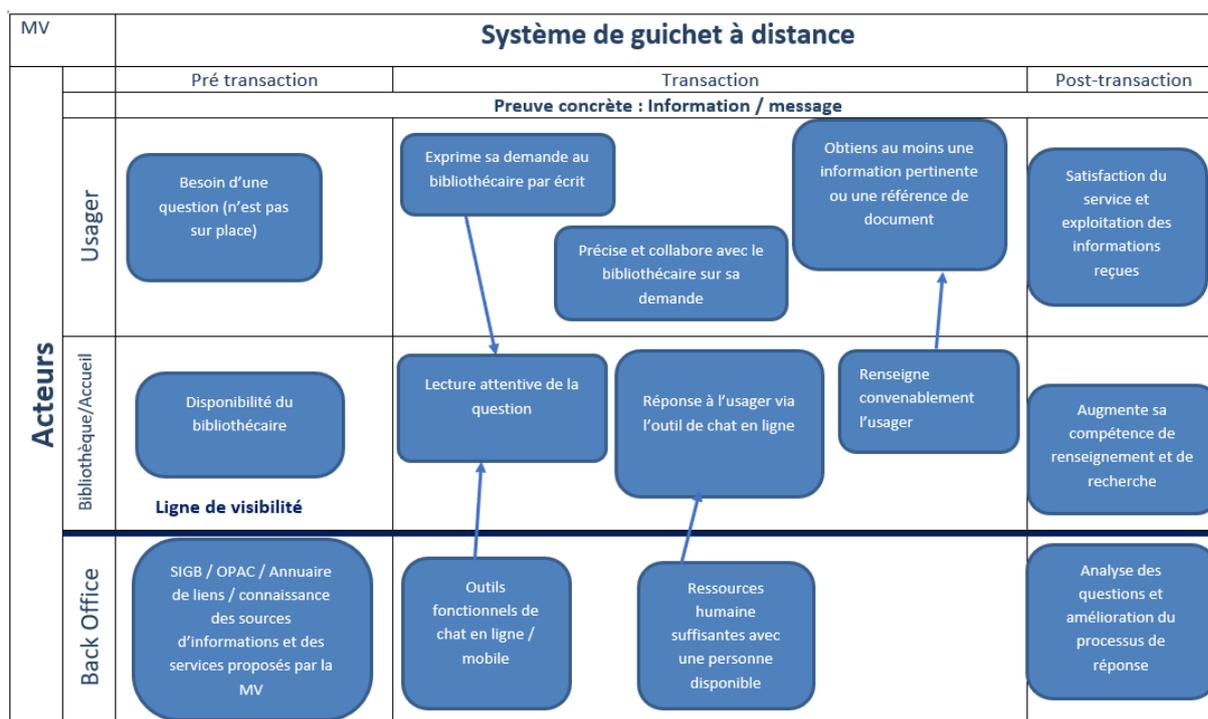
Tableau 15 : *blueprint 4*



Cette *blueprint* reprend celui de la transaction bibliothéconomique comme exposé plus haut lors de l'observation. Il diffère en revanche de celui-ci par l'intervention du bibliothécaire auprès de la personne à l'accueil par la transmission d'une information en relation avec la raison de sa visite. Par exemple, si la personne à l'accueil identifie un public enfants / famille, elle peut d'ores et déjà lui transmettre les informations ciblées sur les intérêts spécifiques de ce public (lecture de conte, concert organisé pour les enfants, etc.) En généralisant cette pratique auprès de chacun des publics type, l'information toucherait avec plus de précision les personnes potentiellement intéressées par tel ou tel événement. Cette manière de promouvoir les services repose sur deux compétences indispensables : la capacité d'identifier les différents types de publics et la connaissance des offres existantes à la MV Sion pour chacun des publics. Il en va également de la compétence sociale de la personne à l'accueil pour aborder les publics de manière adéquate. Cette technique peut s'appliquer à toutes les différentes transactions rencontrées à l'accueil.

La seconde proposition concerne l'échange à distance avec les publics (création d'un guichet d'accueil virtuel à distance). Pour les personnes ne pouvant pas se rendre sur place, la MV Sion pourrait mettre en place un guichet virtuel à distance afin d'offrir aux usagers qui le souhaitent, ou aux usagers potentiels, la possibilité de profiter des services en cours. Cela passe par la création d'un chat à distance sur le site internet ou par des messages sur téléphone portable, par exemple SMS ou Whatsapp.

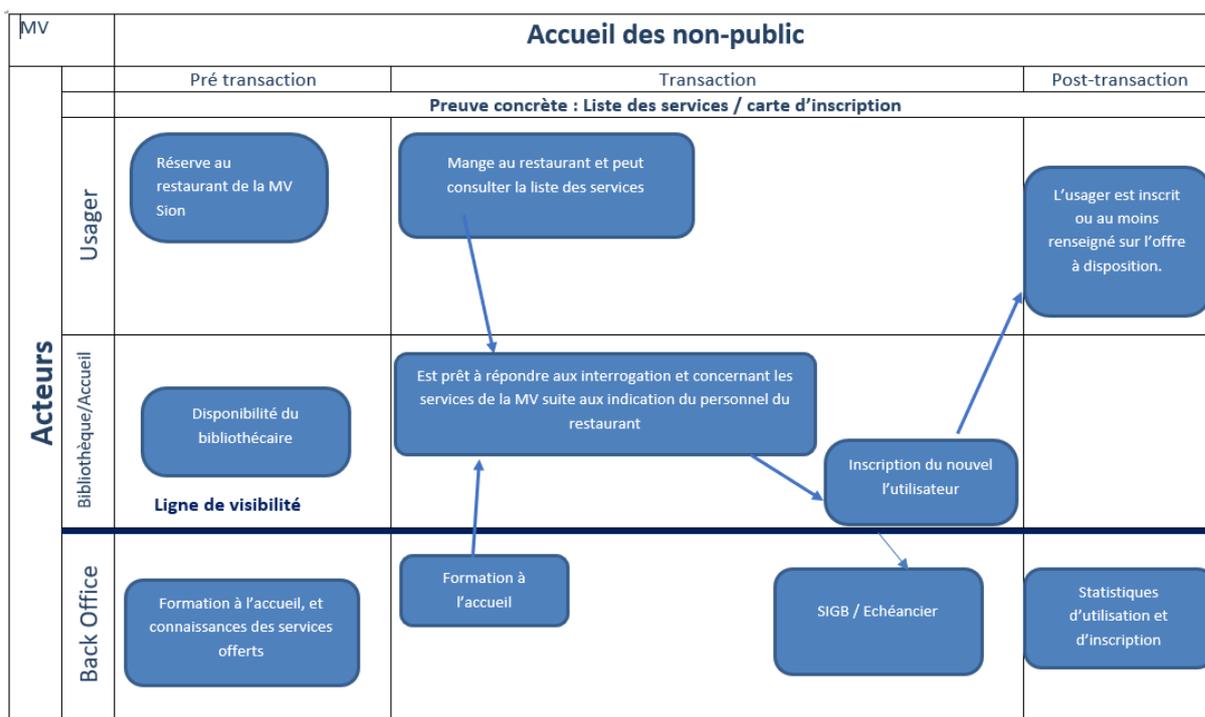
Tableau 16 : *blueprint* 5



Cette modalisation, met en avant l'intérêt de ce système pour permettre aux personnes de communiquer avec la MV Sion de manière synchrone et directement avec les collaborateurs. Il faut toutefois être conscient que ce système nécessite des moyens techniques et humains non négligeables et que sa réalisation est dépendante des ressources à disposition. Cependant l'opportunité qu'a un utilisateur de bénéficier de services compétents sans avoir lui-même à se déplacer reste une richesse considérable, à l'heure où nombre de gens maîtrisent parfaitement bien les outils informatiques. Un service « ciblé » serait dans ce cas de figure entièrement réalisé.

La troisième suggestion concerne les publics qui ne fréquentent pas nécessairement la MV Sion, le non-public. Selon les suggestions exprimées, cette proposition repose sur la collaboration avec d'autres organisations en relation avec la MV Sion. Comme il a été admis par les collaborateurs et par le public, certaines personnes viennent uniquement manger à la MV Sion, attirées par le restaurant. Ce restaurant est organisé indépendamment de la MV mais collabore à certaines occasions. Toucher ce non-public par le biais de collaborations extérieures à la MV Sion semble une démarche prometteuse.

Tableau 17 : *blueprint* 6

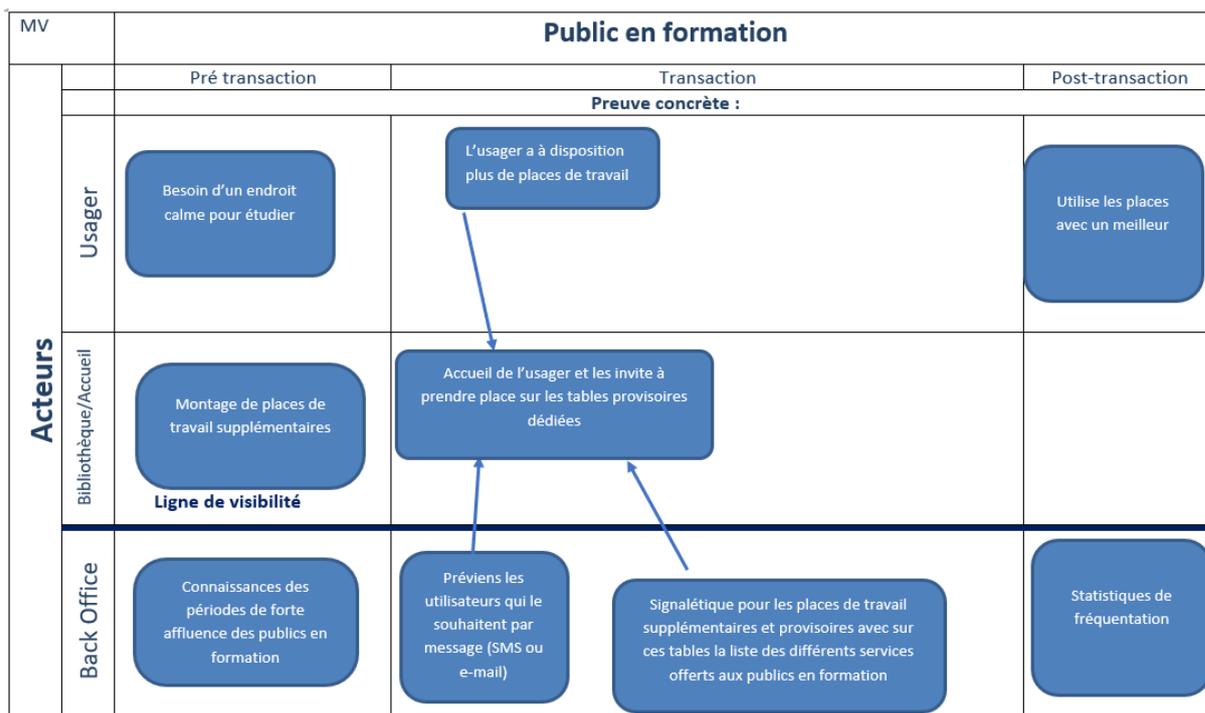


En l'occurrence, pour ce *design*, il s'agirait de collaborer avec le restaurant et de disposer sur ses tables d'une liste concise et claire d'une sélection de différents services, à l'instar d'un menu qui aurait une fonction de produit d'appel pour les non-publics. Cette démarche nécessiterait la collaboration du personnel du restaurant, afin qu'il puisse orienter vers l'accueil les éventuels clients qui auraient des questions sur les services de la MV. La collaboration avec diverses institutions telles que l'Office du tourisme, les musées ou les fondations par exemple.

La quatrième suggestion concerne les publics en formation, les collégiens et les universitaires. Leurs principales préoccupations concernent l'accès à une table de travail et une ambiance propice à l'étude. Comme il est courant lors de périodes d'examen, les places manquent. Les exigences de ces publics sont avant tout des exigences de tranquillité ; ils ne souhaitent pas être abordés spontanément, ni dérangés dans leur travail.

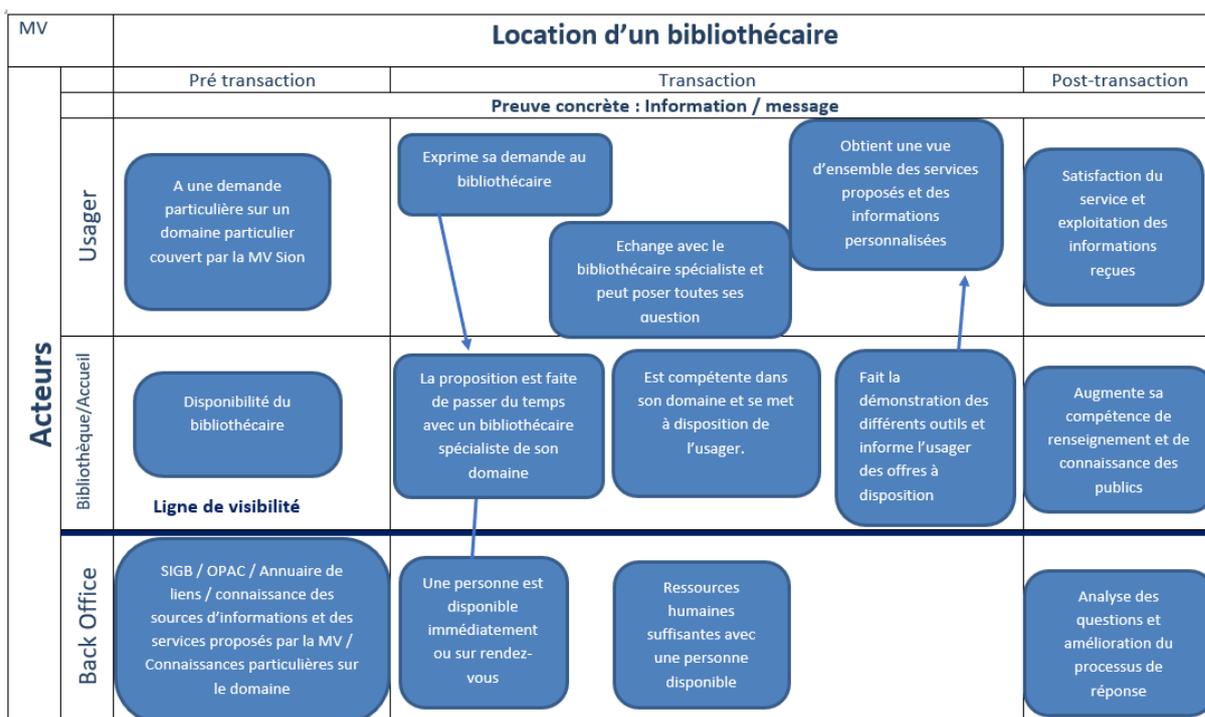
Il est plus malaisé de les approcher. Pour répondre à leurs attentes, pendant les périodes de forte affluence, la MV Sion pourrait proposer de rajouter provisoirement des tables de travail et de les disposer dans les espaces calmes. Sur ces tables pourraient être mise à disposition de la documentation concernant l'offre de services destinée au public en formation comme la possibilité du prêt entre bibliothèques, la réservation de salle de groupe, l'autoformation etc... Le développement d'une communication spécialisée à destination des étudiants pour les prévenir de l'ajout temporaire de places de travail pourrait être pensée.

Tableau 18 : *blueprint 7*



Enfin, la dernière proposition concerne la possibilité pour le public de prendre un rendez-vous d'une durée non limitée mais raisonnable, avec un bibliothécaire spécialiste dans un domaine de compétence. A cette occasion, dans ce temps privilégié, le collaborateur ou la collaboratrice serait en mesure de transmettre toutes les informations pertinentes et ciblées sur les offres de services.

Tableau 19 : *blueprint 8*



Dans cet esprit, on pourrait envisager qu'une personne se mette totalement à disposition du public, qu'elle évoluerait dans les espaces de manière indépendante et sans autre tâche que d'accompagner les usagers qui le souhaitent.

10. Observations sur les publics et les bibliothécaires

Force est de constater que bien que les publics soient divers et qu'ils attendent de la Médiathèque Valais des services très différents, ils restent néanmoins conservateurs dans leur conception d'une bibliothèque : un lieu où emprunter des livres, où consulter des revues et où lire les journaux. Même si la nécessité d'une évolution vers des développements numériques ainsi qu'une adaptation aux nouvelles technologies sont reconnues par tous, cela demeure dans les esprits plus de l'ordre de l'ajout intéressant que d'une révolution nécessaire.

Cette conception traditionnelle de la bibliothèque dans l'esprit des publics les prive ainsi d'imagination. C'est-à-dire qu'au-delà de la personnalisation et de la demande d'attention que les participants ont souhaitées, personne n'a eu à l'esprit de proposer une manière radicalement différente de concevoir l'accueil. S'ils ont, en revanche, envisagé des axes d'amélioration du système existant, nulle proposition n'a été faite évoquant des systèmes différents ou réellement novateurs. On peut difficilement leur en vouloir. La bibliothèque est également considérée de manière classique par les bibliothécaires qui sont à l'accueil.

Si quelques considérations intéressantes ont été soulevées lors de l'entretien avec treize d'entre eux (comme être plus mobiles dans les locaux et un système d'accueil volant assuré par une personne), il est ainsi regrettable de constater que le système existant n'a pas été remis en cause, comme si l'équipe était imperméable au concept même d'accueil. Cette imperméabilité est le résultat d'une conception orientée vers les tâches et non vers l'humain. La grande majorité des transactions à l'accueil peut se résumer, suite aux observations effectuées, à un enchaînement d'activités nécessaires au bon fonctionnement du lieu : traitement de nombreux documents en prêt ou en retour (1'500 par jour), rangement d'ouvrages dans les rayons, réservation d'ouvrages, et réponses aux questions posées. Bien malchanceuse la personne qui effectuerait mal ces tâches : elle s'expose à des remarques de la part des collègues qui viennent la remplacer. On doit néanmoins se demander si cela n'est pas une donnée structurelle du travail lui-même, pour lequel une révolution permanente ou une invention incessante n'est pas possible, la force de la structure grippant les processus d'invention.

Ce constat a deux effets sur le public : d'une part il a un peu l'impression de déranger le personnel d'accueil dans ses tâches, d'autre part, il s'adresse à un agent d'accueil absorbé, qui n'a pas le temps de le renseigner complètement. Ainsi, on se retrouve avec une majorité écrasante de transactions d'accueil qui se concentrent sur des questions de prêts et de retours de documents, sans qu'aucune ouverture ne se fasse sur l'ensemble des offres de la MV Sion.

En 2016, des formations à l'accueil ont été organisées dans l'optique d'inciter les collaborateurs à faire le pas vers le public et à l'informer des contenus et des produits de la MV Sion. Force est d'admettre que cela n'a pas eu d'effet. L'accueil pro-actif ne fait pas partie de la culture d'entreprise. (Un extrait du support de cette formation est disponible en annexe 7.

Cantonné à cette vision, le personnel d'accueil peine à transmettre la vision sur les services proposés à un public qui ne voit pas au-delà de l'offre qu'ils utilisent, du reste, déjà.

C'est à la MV Sion qu'échoit la responsabilité de porter à la connaissance du public la large palette de services et d'événements offerts en misant sur le facteur humain et en entraînant au maximum ses collaborateurs à cet exercice, à l'instar du violoniste qui travaille ses gammes. Si le violon sonne faux c'est que l'entraînement n'est pas suffisant.

10.1 Liste des recommandations

- Au bureau d'accueil, casser le phénomène de suroccupation qui donne l'image de bibliothécaires inaccessibles ;
- Améliorer le repérage des collaborateurs de la MV Sion dans les étages et à l'accueil par un signe distinctif vestimentaire ou autre ;
- Désherber³⁵ les collections afin d'améliorer la différenciation des espaces et favoriser leurs particularités ;
- Organiser des visites lors de l'inscription des nouveaux lecteurs ;
- Mieux former les collaborateurs à l'ensemble des offres disponibles par la formation continue ;
- Répétition des consignes, répétition des actes ;
- S'entraîner dans un environnement contrôlé à mieux transmettre l'information aux publics ;
- Être mobile à l'accueil ;
- Adopter une attitude proactive avec les publics ;
- Collaborer avec les médias locaux ;
- Envisager une meilleure signalétique à l'entrée du bâtiment ;
- Cibler l'information en fonction des publics qu'on cherche à atteindre ;
- Signaler la localisation MV Sion dans la ville de Sion.

³⁵ Jargon professionnel pour désigner l'activité de retirer des livres en libre accès.

11. Conclusion

Parvenu au terme de cette étude, il n'est pas possible de conclure si par « conclusion » on se proposait de clore une page. Parce que cette page, en fait, vient de s'ouvrir, le travail que nous avons mené a soulevé plus de problèmes qu'il n'en a résolu. Heureusement d'ailleurs ! La raison en est simple : une règle que nous pourrions appliquer comme un remède à quelque difficulté repérée ne serait efficace qu'à la condition que l'objet soit circonscrit une fois pour toutes. Or une médiathèque comme celle que nous avons étudiée est sans cesse en mouvement : en mouvement parce que les publics qui s'y croisent ne sont jamais définis comme des genres clos ; et en mouvement parce qu'un échange dynamique s'établit naturellement entre ceux qui y travaillent et ceux qui y viennent.

Ce double mouvement empêche donc de proposer une « solution » définitive comme on en proposerait une à un problème mathématique. Au contraire, comme dans d'autres institutions d'ailleurs, il convient de réinventer continuellement la réponse à apporter aux situations rencontrées. Or comme on l'a fait, c'est en écoutant à la fois ceux qui se rendent à la MV Sion et ceux qui y travaillent qu'on voit se dessiner les contours à venir. Car les réponses ne sont efficaces qu'à la condition que ceux qui en sont les auteurs connaissent suffisamment bien leur métier pour toujours obtenir l'assentiment des usagers, ne jamais les rebuter, et surtout ne jamais leur laisser l'impression que ce monde de la médiathèque ne serait pas pour eux.

La maîtrise qu'il conviendrait d'atteindre est la suivante ; le bibliothécaire devra posséder quatre capacités :

- Être au courant des événements et maîtriser tous les services proposés ;
- Agir de manière proactive et prendre l'initiative lors d'une conversation avec le public ;
- Identifier rapidement les publics et leurs intérêts potentiels ;
- Être en mesure d'adapter l'offre selon l'attente de l'utilisateur.

Ces capacités d'expertise nécessitent, pour être efficaces, un apprentissage. Ce n'est que pas à pas que la chose est possible, avec l'exercice d'identification des problèmes (**inspiration**) et celui d'invention de nouvelles réponses (**idéation**). Il restera à procéder à l'étape **d'itération** (qui consiste à tester ces idées avec le public).

Les ressources humaines et financières imposent évidemment des limites à ces exercices. Puisque les deniers de l'Etat ne sont pas infinis, il n'est pas possible d'imaginer cet avenir en dehors d'un budget. C'est lui, le budget, qui sélectionne dans ce qui est envisageable théoriquement ce qui est possible pratiquement.

Mais ce que l'on peut faire en tout cas rapidement et à moindre frais, c'est d'organiser des entraînements, dans des conditions contrôlées, entre les collaborateurs de la MV Sion, un peu comme pour une pièce de théâtre, dans un premier temps ; le jeu de rôle améliore. Dans un second temps, tester cela avec le public et faire progresser les services au fur et à mesure qu'on acquiert de la pratique. C'est en travaillant sur la bonne performance et la pertinence d'une transaction d'accueil et sur des services proposés que tous les types d'utilisateurs seront satisfaits du service offert, mieux informés grâce à une meilleure personnalisation, et auront envie de revenir soit pour profiter encore des services dont ils bénéficient déjà, soit pour venir bénéficier des nouveaux services ou des activités proposées.

Il convient de terminer sur deux remarques importantes, que nous sommes parvenus à thématiser à la fin seulement de notre analyse :

D'une part il n'est pas aisé d'informer à la fois judicieusement et rapidement ceux qui en ont besoin en raison de la variété des attentes des usagers, attentes lacunaires ou mouvantes, et dépendantes de chaque genre de public.

D'autre part, la médiathèque sédunoise a suivi une évolution historique spectaculaire. Pour cela, il a fallu faire preuve d'invention, d'innovation et de réformes successives importantes. Le rythme d'absorption de ces réformes ne peut être plus rapide qu'il ne l'est sous peine de manquer de lisibilité et donc de retarder l'appropriation de ces réformes par le personnel. Et ce n'est pas un problème de cohérence, c'est un problème de mise en perspective, qui prend plus de temps.

12. Bibliographie

BEUDON, Nicolas, 2016. Co-design et démarches participatives dans les bibliothèques d'Helsinki. *Le Recueil Factice* [en ligne]. Consulté le 23 décembre 2018. Disponible à l'adresse : <http://lrf-blog.com/2016/08/17/codesign/>

BiblioRemix, 2014. Biblioremix.wordpress [en ligne]. 23 mars 2018. Consulté le 5 décembre 2018, Disponible à l'adresse : <https://biblioremix.wordpress.com/>

BORGES, Jorge Luis, 1993. *Œuvres complètes*, Vol. 2, Paris : Ed. Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, ISBN : 9782070112753

BROWN, Tim, 2014. *L'esprit design : comment le design thinking change l'entreprise et la stratégie*. Paris : Pearson, ISBN : 9782744066221

CATENAZZO, Guisepe et FRAGNIERE, Emmanuel, 2008. *La gestion des services*. Paris : Economica, Collection connaissance de la gestion, ISBN : 978-2-7178-5506-7

Charte de la Médiathèque Valais. [en ligne]. Consulté le 20.01.2019. disponible à l'adresse : https://www.mediathèque.ch/data/documents/a_propos/CharteSC-ajoutMV-fraetall.pdf

CHATEAUBRIAND, François-René, 1982. *Mémoires d'outre-tombe*. Paris : Bordas, ISBN : 2040115919

DE KETELE, Jean-Marie et ROEGIERS, Xavier, 2015. *Méthodologie du recueil d'informations : fondement des méthodes d'observation, de questionnaire, d'interview et d'étude de documents*. 5e édition, Bruxelles : De Boeck, ISBN : 978-2-8073-0037-8

DE MIRIBEL, Marielle, 2013. *Accueillir les publics : comprendre et agir*. 2e édition revue et augmentée, Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, ISBN : 978-2-7654-1393-6

DE COURTY, Héloïse (dir.), 2017. *Développer l'accueil en bibliothèque : un projet d'équipe*. Villeurbanne : Presse de l'ENSSIB, ISBN : 978-2-37546-055-9

EBNETER, Curdin et LUGON, Antoine, 2003. *De la bibliothèque cantonale à la Médiathèque Valais (1853-2003) : 150 ans au service du public*. Sion : Vallesia, Archive de l'Etat, ISBN : 2-9700382-0-X

TOUITOU, Cécile (dir.), 2016. *Evaluer la bibliothèque par les mesures d'impacts*. Villeurbanne : Presse de l'ENSSIB, ISBN : 979-1091281-76-8

Evaluer la bibliothèque, Sous la direction de Valérie Alonzo et Pierre-Yves Renard, 2012, Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, ISBN : 978-2-7654-1373-8

FORTIN, Marie-Fabienne et GAGNON, Johanne, 2016. *Fondement et étapes du processus de recherche : méthode quantitatives et qualitatives*. 3e édition, Québec : TC Media, ISBN : 978-2-7650-5006-3

FRAGNIERE, Emmanuel, 2017. *Conception et transformation d'un service*. [document power point], Support de cours : Cours «Service design», Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2016-2027

IDEO, 2014. *Le design thinking en bibliothèque. Un kit pratique pour la conception de projets centrés sur les usagers*. BEUDON, Nicolas, 2016, 1ère édition française. ISBN : 9782-9555530-0-8. [En ligne]. Disponible à l'adresse : <http://lrf-blog.com/wpcontent/uploads/2016/01/DTEB-Guide-methodologique-2016.pdf>

JACQUINET, Marie-Christine, 2011. *Créer des services innovants : stratégie et répertoire d'actions pour les bibliothèques*. Villeurbanne : Presse de l'ENSSIB, ISBN : 978-2-910227-90-6

JEANSON, Francis, 1973. *L'action culturelle dans la cité*. Paris : Ed. du Seuil, ISBN : 978-2020021906

Le design thinking en mode workshop [en ligne]. consulté le 22.02.2019. disponible à l'adresse : <http://www.klap.io/>

LOVELOCK, Christopher, 2009. *Marketing des services*. 6e édition, Paris : Pearson Education, ISBN 978-827-44072-659

MARTIN, Bella et HANINGTON, Bruce, 2012. *Universal methods of design : 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solution*. Beverly : Rockport, ISBN : 978-1-59253-756-3

NOGIER, Jean-François et LECLERC, Jules, 2016. *UX design & ergonomie des interfaces*. 6^e éd., Paris : Dunod, ISBN : 9782100754618

Portail du service de la culture du Valais [en ligne] consulté le 15.03.2019. disponible à l'adresse : <https://www.vs.ch/web/culture>

PRIESTNER, Andy, 2016. *User experience in libraries : applying ethnography and human-centered design*. New-York : Routledge, ISBN : 9781472451002

Site de la Médiathèque Valais [en ligne]. Consulté le 27.11.2018. disponible à l'adresse : www.mediathèque.ch

Site de l'Etat du Valais [en ligne] Consulté le 08.12.2018. disponible à l'adresse URL : <https://www.vs.ch/web/culture/organisation-du-service-de-la-culture>

SUTTER, Eric, 2006. *L'évaluation des indicateurs de la performance des activités info-documentaires*. Paris : ABDS, ISBN : 2-84365-082-8

TACHE, Philippe, 2013. *Organiser un service ou une unité : analyse, diagnostic, plan d'actions 33 fiches pratiques*. 2e édition, Paris : Eyrolles, ISBN : 978-2-212-55754-1

USABILIS : *Conseil UX et ergonomie digitale*, [en ligne]. Consulté le 4 mars 2018. disponible à l'adresse : <https://www.usabilis.com/>

User experience in libraries : yearbook 2017. 2017. Ed. by Andy, Priestner, Cambridge : UX libraries, ISBN : 9781981635573

Uxlib : Exploring UX research and design in libraries [en ligne]. consulté le 12.01.2019. disponible à l'adresse URL : <http://uxlib.org/>

Annexe 1 : Liste des abréviations utilisées

MV : Médiathèque Valais

OPAC : Online Public Access Catalog

MV-Sion : Médiathèque Valais site de Sion

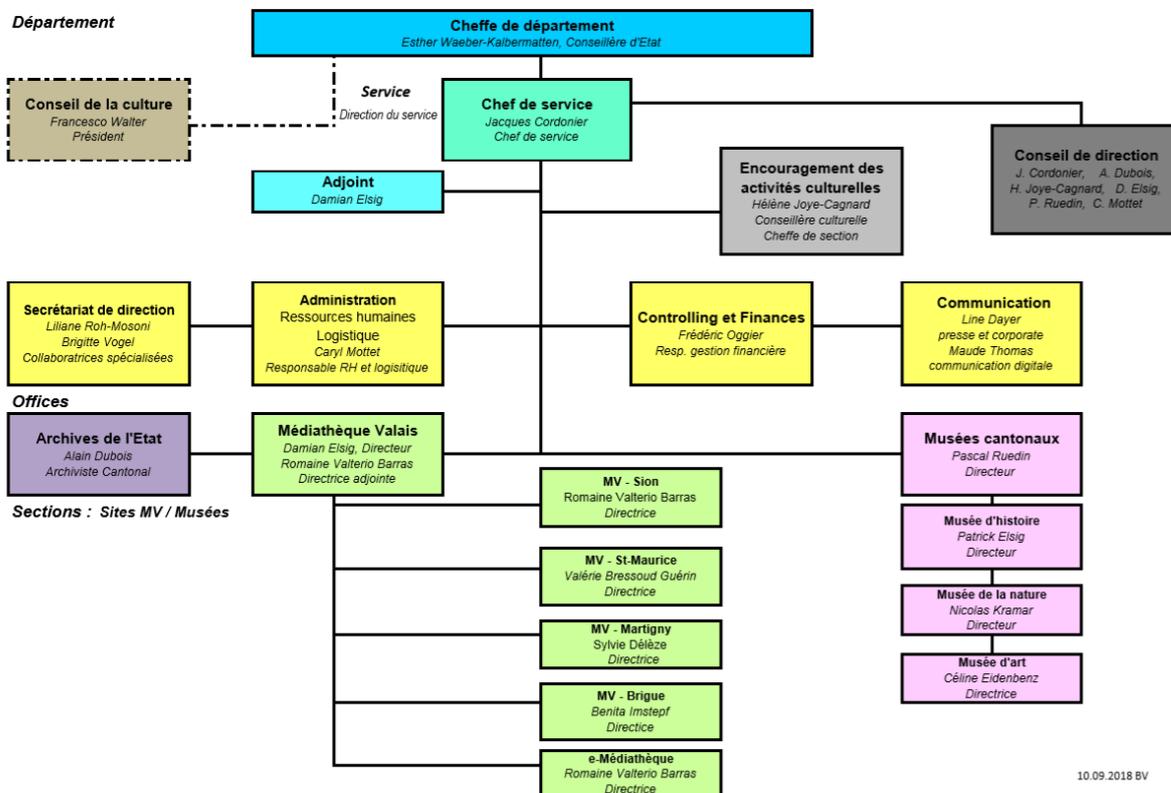
PEB : Prêt entre bibliothèque

SMS : Short Message System

Annexe 2 : Organigramme du service de la culture

36

Canton du Valais - Département de la santé, des affaires sociales et de la culture
SERVICE DE LA CULTURE



³⁶ Source : Site de l'Etat du Valais [en ligne] Consulté le 08.12.2018, disponible à l'adresse
URL : <https://www.vs.ch/web/culture/organisation-du-service-de-la-culture>

Annexe 3 : Questionnaire de satisfaction 2018

FREQUENCE D'UTILISATION

1. Parmi les 4 sites de la Médiathèque Valais, lequel ou lesquels vous arrive-t-il de visiter ?*

- Brigue
- Sion
- Martigny
- St-Maurice

2. Parmi les 4 sites de la Médiathèque Valais, lequel visitez-vous le plus fréquemment ?*

- Brigue
- Sion
- Martigny
- St-Maurice
- Ne sait pas

3. A quelle fréquence vous rendez-vous dans les différents sites de la Médiathèque Valais ? *

- Au moins une fois par semaine
- Au moins une fois par mois
- Moins souvent
- Jamais
- Ne sait pas

4. Avez-vous un accès à Internet que ce soit à domicile, au travail ou ailleurs ? Si oui, à quelle fréquence allez-vous sur internet ? *

- Au moins une fois par jour
- Au moins une fois par semaine
- Moins souvent
- Jamais
- Je n'ai pas d'accès Internet
- Ne sait pas

5. Avez-vous déjà visité le site Internet de la Médiathèque Valais : www.mediatheque.ch ?*

- Oui
- Non
- Ne sait pas

ESPACE ET LOGISTIQUE

6. Les questions suivantes concernent le site de la Médiathèque Valais que vous visitez le plus fréquemment. Dans cet espace, vous disposez de différents équipements techniques. Pour chacun d'eux, mentionnez à quelle fréquence vous les utilisez ?*

	Régulièrement	De temps en temps	Rarement	Jamais	Ne sait pas
Système de prêt automatique (RFID)	<input type="radio"/>				
Ordinateur pour accès à Internet	<input type="radio"/>				
Ordinateur pour bureautique (Word, Excel)	<input type="radio"/>				
Ordinateur pour la consultation du catalogue	<input type="radio"/>				
Ipads et écrans tactiles	<input type="radio"/>				
Accès WiFi	<input type="radio"/>				

7. Par rapport à ces différents équipements techniques, pouvez-vous dire si vous les jugez ...

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Ne sait pas
Système de prêt automatique (RFID)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordinateur pour accès à Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordinateur pour bureautique (Word, Excel)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordinateur pour la consultation du catalogue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ipads et écrans tactiles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accès WiFi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Comment jugez-vous ... *

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Ne sait pas
L'aménagement intérieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les places de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les heures d'ouverture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le temps d'attente au guichet (renseignements, retour)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La signalisation à l'intérieur de la Médiathèque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le classement des documents (la facilité pour trouver un document)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

SERVICES EN LIGNE

9. La Médiathèque Valais propose un certain nombre de services en ligne. Les avez-vous déjà utilisés ?*

	Oui	Non	Ne sait pas
Le catalogue en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le guichet virtuel Valais en questions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Votre dossier lecteur (réservations, prolongations)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'inscription à distance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prêt inter-bibliothèque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le module de commande de photos en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Trouvez-vous ces services en ligne satisfaisants?

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Ne sait pas
Le catalogue en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le guichet virtuel Valais en questions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Votre dossier lecteur (réservations, prolongations)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'inscription à distance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prêt inter-bibliothèque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le module de commande de photos en ligne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

COLLECTIONS

11. Nous allons nous intéresser maintenant aux collections disponibles à la Médiathèque Valais. Comment jugez-vous ...*

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Jamais utilisé, ne peut pas répondre	Ne sait pas
La variété des romans	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La variété des documentaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La variété des DVD/CD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La variété des livres audio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La variété des e-Books	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La documentation pédagogique (Lectures suivies, mallettes, jeux, ouvrages spécialisés, La Plattform, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La bibliothèque numérique (livres, revues scientifiques, travaux de recherche) disponible depuis www.mediatheque.ch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La mémoire audiovisuelle du Valais (photos, films, enregistrements sonores) disponible depuis www.mediatheque.ch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Archives de presse en ligne (par exemple Le Confédéré, le Nouvelliste) disponible depuis www.mediatheque.ch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Si vous avez répondu « Pas du tout satisfaisant » à la question précédente, pour quelles raisons n'êtes-vous pas satisfait des collections ?

MEDIATION, ANIMATIONS

13. Chaque site de la Médiathèque Valais propose également des animations et des expositions. Comment jugez-vous ... *

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Jamais visité, ne peut pas répondre	Ne sait pas
Les animations (conférences, rencontres avec les auteurs, projections, cercle de lecture, contes, spectacles, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les expositions (dans les sites de la Médiathèque Valais)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les expositions patrimoniales audiovisuelles à la Médiathèque Valais – Martigny (photos, films)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les expositions virtuelles disponibles sur www.mediathèque.ch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les podcasts disponibles sur www.mediathèque.ch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Si vous avez répondu « Pas du tout satisfaisant » à la question précédente, pour quelles raisons n'êtes-vous pas satisfait des animations et/ou des expositions ?

PERSONNALISATION DU SERVICE

15. Le personnel de la Médiathèque Valais est au service des différents publics de la Médiathèque Valais. Comment jugez-vous ...*

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Jamais utilisé, ne peut pas répondre	Ne sait pas
L'accueil de la part du personnel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les conseils et orientation de la part du personnel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les cours d'initiation à la recherche dans les catalogues proposé par le personnel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. La Médiathèque Valais dispose de différents supports de communication. Comment jugez-vous ... *

	Très satisfaisant	Satisfaisant	Peu satisfaisant	Pas du tout satisfaisant	Jamais utilisé, ne peut pas répondre	Ne sait pas
Le site Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le bulletin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'affichage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les annonces dans la presse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les dépliants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La newsletter que vous recevez par email sur demande	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La page Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'adaptation des différents services en ligne au partage de contenu via les réseaux sociaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Nous vous remercions de nous faire part de vos commentaires ou remarques...

DONNEES SOCIO-DEMOGRAPHIQUES

18. Etes-vous ... *

- Un homme
- Une femme

19. Pouvez-vous nous indiquer votre année de naissance ?* _____

20. Quelle est la dernière école que vous avez fréquentée ? *

- Ecole primaire
- Secondaire
- Apprentissage ou école professionnelle à plein temps
- Ecole secondaire supérieure
- Ecole professionnelle supérieure
- Université, Hautes Ecoles
- Autre formation
- Ne sait pas

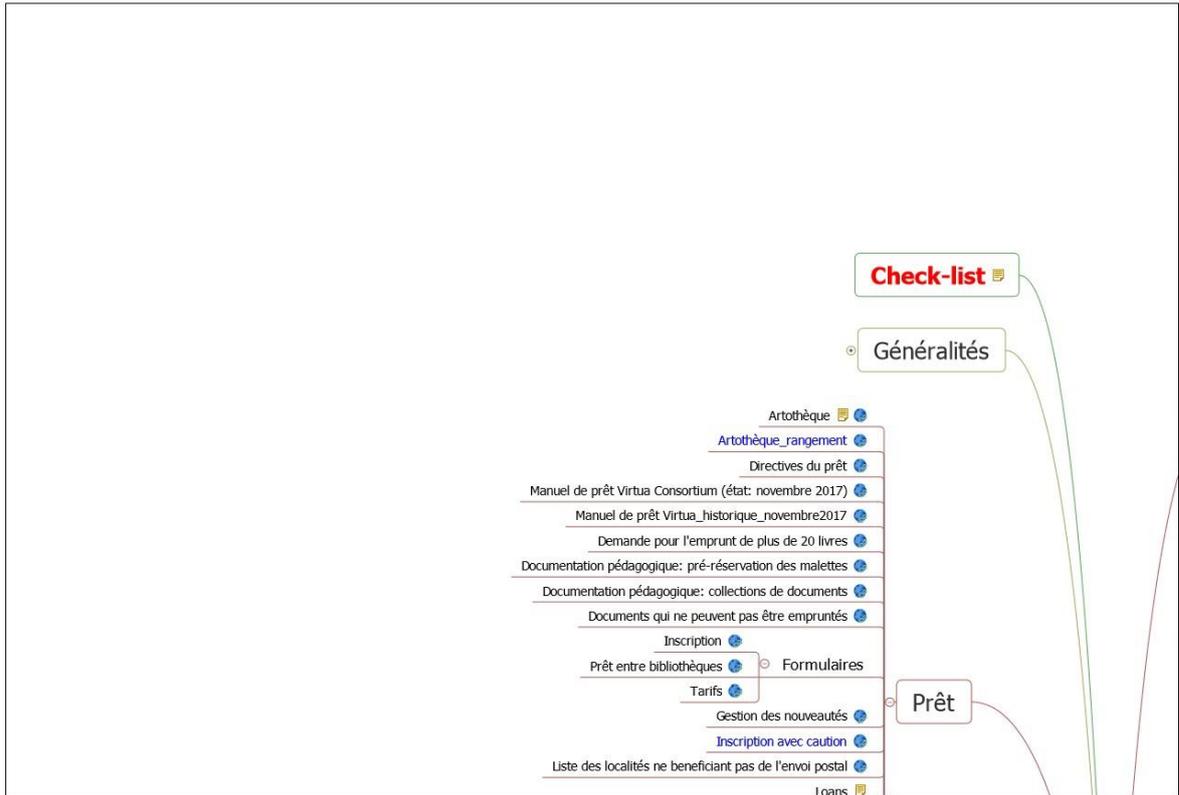
21. Quelle est votre activité actuelle ? Etes-vous : *

- Retraité(e)
- Etudiant(e), en formation
- Enseignant(e)
- Au chômage
- Femme/Homme au foyer
- Employé(e)
- Indépendant(e)
- Cadre
- Autre
- Ne sait pas

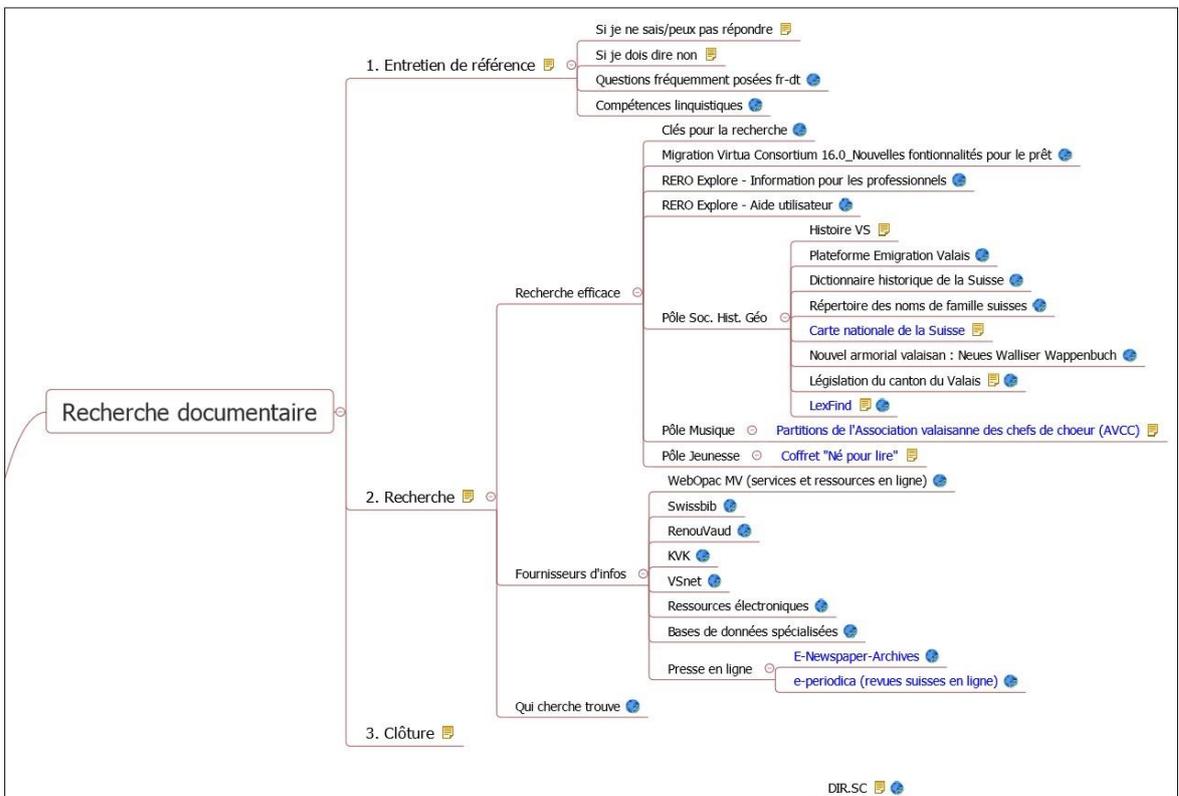
22. Pouvez-vous nous indiquer le numéro postal de votre lieu de résidence ?* _____

Merci d'avoir complété ce questionnaire.

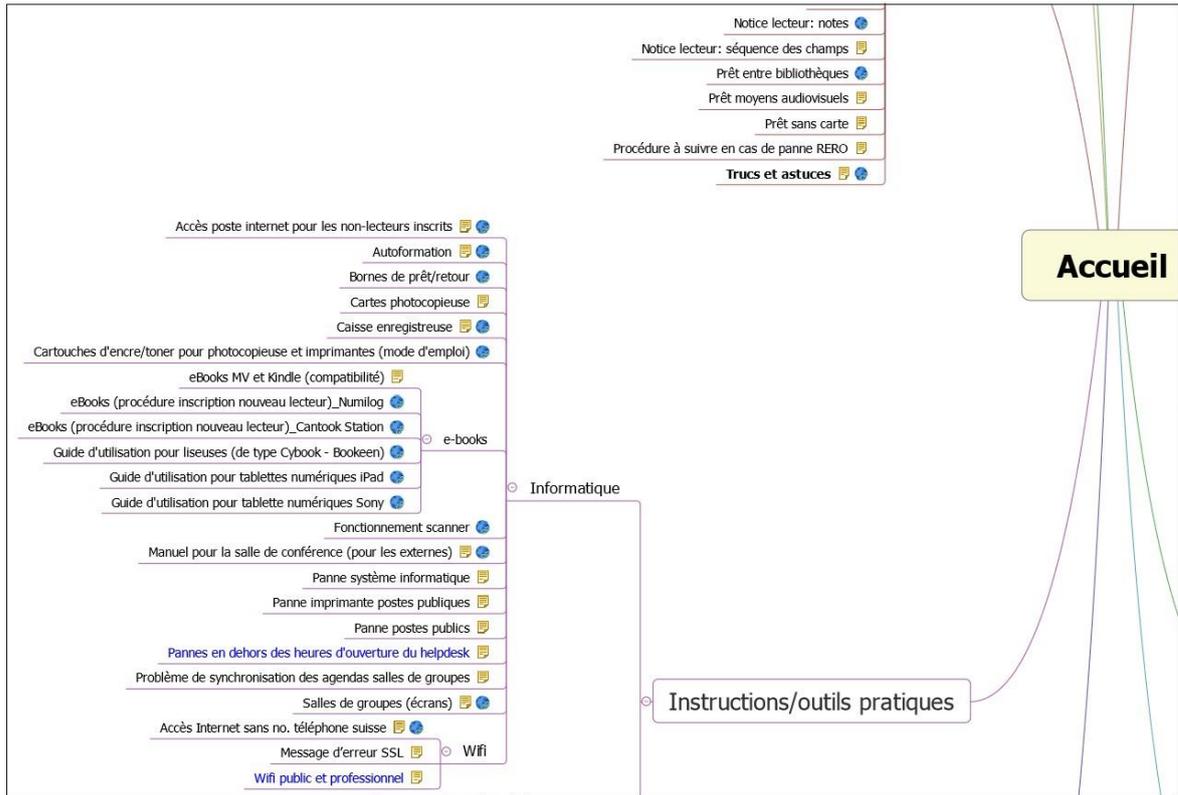
Annexe 4 : Carte heuristique des activités de l'accueil



- 1 -



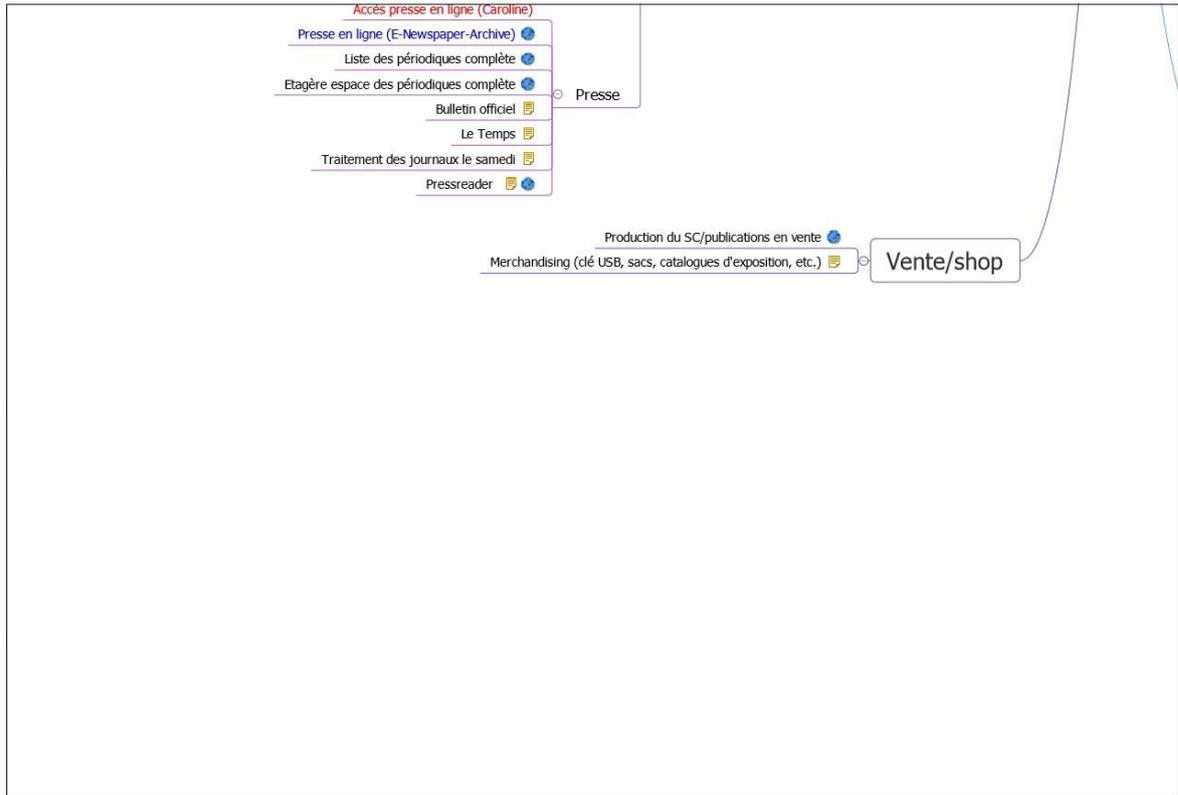
- 2 -



- 3 -



- 4 -



- 5 -



- 6 -

Annexe 5 : Offre par types de publics

Type 1

Non-Public

Café / Restaurant
Prêt de documents
Prêt de matériel informatique
Périodiques / Presse journalistique
Lecture jeunesse
Consultation des livres en libre accès
Animations adulte / enfants
Offre informatique + logistique
Offre en ligne
Mise à disposition de la salle de conférence
Livraison de documents à domicile
Places de travail assises

Type 2

Loisir

Accès à un ordinateur
Prêt de livre document
WiFi
Impression de documents
Musique en ligne
Prêt de matériel informatique
Déjeuné littéraire (animation avec un auteur)
Concert de musique le soir
e-books
Périodiques / Presse journalistique
Conférences de médiation
Presse en ligne
Scan de document
Consultation des livres en libre accès et nouveautés
Entretien de référence et aide à la recherche + orientation
PEB entre les bibliothèques valaisannes
Lecture jeunesse
Livraison de documents à domicile
Café / Restaurant

Type 3

Public en formation

Visites médiathèque
e-formation
Scan de documents
Impression de documents
Wifi
Musique en ligne
Accès à un ordinateur
Prêt de livre document
PEB
Consultation des livres en libre accès
Presse en ligne

Conférences de médiation
Entretien de référence
Café / Restaurant
Places de travail assises
Salle de travail en groupe

Type 4

Enfant / Famille

Prêt de documents
Consultation des livres en libre accès
Périodiques / Presse journalistique
Lecture enfant
Accès à un ordinateur
Places de travail assises
PEB
e-books
Wifi
Café / Restaurant
Contes et animations enfant
Aide à la recherche
Médiation conversationnelle (médiation qui suppose qu'au fil d'une conversation, le bibliothécaire peut proposer des documents pertinents grâce aux informations que l'utilisateur donne implicitement).

Type 5

Chercheur

Entretien de référence
e-books
bases de données spécialisées
Presse en ligne
Périodiques / Presse journalistique
Consultation des livres en libre accès
Livraison de documents à domicile
Scan de documents
Impression de documents
PEB
Prêt de documents
Wifi
Places de travail assises
Accès à un ordinateur
Animation de médiation (selon le sujet)

Type 6

Séjourneur

Périodiques / Presse journalistique
Accès à un ordinateur (plus largement internet)
Impression de document
Espace de confort
Renseignement (de toute nature)
Toilettes
Wifi
Consultation des documents en libre accès
Place assise

Annexe 6 : Résultats des entrevues semi-dirigées

Questionnaire : Le non public

Homme de 47 ans, Fonctionnaire de la confédération (armée)

Rapport-gratuit.com 
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MEMOIRE

Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Je ne suis pas un utilisateur de la MV Sion. En effet, je n'ai pas l'opportunité de me rendre sur place. Avec mes responsabilités familiales et professionnelles, je manquerais de temps pour fréquenter les lieux. En revanche, j'ai eu l'occasion de manger quelques rares fois au restaurant (le trait d'union). C'est certes un bel endroit...
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	Comme je ne suis venu que quelques rares fois, je ne pourrais pas répondre à cette question.
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	(Question pas posée car non pertinente)
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	(Question pas posée car non pertinente)
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensable ?	(Après explication des différents services proposés) J'ignorais qu'il existait autant d'activités et de services proposés par votre institution. J'ai n'ai malheureusement pas le temps, ni une grande envie de lire. Ce qui changera peut-être par la suite. Voire même je pourrais utiliser quelques-unes de vos offres, pour peu que je ne sois pas obligé de faire beaucoup de route. Je passe déjà un temps considérable dans ma voiture pour le travail. A la fin de la journée, je ne me sens plus le courage de ressortir. Maintenant, pourquoi ne pas profiter de ce que vous offrez à distance ? (quel type d'offre ?) J'imagine que l'utilisation de vos livres électroniques sur une tablette pourrait être appréciable, comme j'imagine votre offre de journaux électroniques et musique.
Comment évaluez-vous ces services ?	Je ne suis pas en mesure d'évaluer ces services car c'est vous qui m'en avez parlé pour la première fois à l'instant.
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	On en entend très peu parler. A part lors de la rénovation du bâtiment et du lieu qui est très visible, pour ma part ce que vous y faites me reste très méconnu. J'en ai appris plus avec vous aujourd'hui que depuis ces dernières années. (Pourtant, vous auriez quand même l'opportunité de bénéficier de nos services à distance ?) oui, je n'y suis pas opposé... Je suis peut-être un peu victime de ma paresse de la fin de journée ou semaine. (pourtant, vous semblez être à

	l'aise avec les outils informatiques) Oui, nous passons tous un temps considérable devant les écrans. Mais je ne suis pas un utilisateur régulier des réseaux sociaux. Je ne suis pas sur facebook ou autre. Faites-vous de la promotion sur les réseaux sociaux ? (Oui bien sûr).
De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?	(Question pas posée car non pertinente)
Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?	(Question pas posée car non pertinente)
Selon-vous, de quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?	Je me demandais, justement, pour vous cela doit être difficile de communiquer avec tous les citoyens du Valais. Par contre, peut-être pouvez-vous être présents ailleurs ? (C'est-à-dire). Je ne sais pas exactement. Mais il doit bien y avoir un endroit où tout le monde va. Par exemple dans les administrations, les distributeurs de billets etc... (dans les casernes ?) On pourrait en discuter, mais pas sûr que cela soit efficace : un bernois ne risque pas forcément de s'y intéresser.
Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre de manière idéale ?	Pour ma part, je pense que c'est par le biais d'internet que cela fonctionnerait le mieux. Mais comme je ne fais pas l'effort de regarder ce que vous proposez, je suis pas sûr que cela soit la meilleure manière de me communiquer vos informations. (savez-vous que nous utilisons une newsletter que nous envoyons par mail) Ah oui, je ne suis pas très à cheval sur les e-mail qui ne me concernent pas directement ; j'en reçois beaucoup et je ne les lis pas trop. (Et pour ce qui est du site internet, cela vous arrive-t-il de le consulter ?) pas vraiment. Mais je pense que je devrais plus. (Alors comment pouvons-nous vous proposer les services de musique, ebooks et presse en ligne). Comme je n'ai pas vraiment l'occasion de venir, peut-être avec des échanges à distance avec vous ? (Comme un guichet en ligne ou un système de FAQ) Oui par exemple, et pourquoi pas sur téléphone (via Whatsapp) Oui par exemple, ou via le site internet. (Mais si vous voulez converser avec un bibliothécaire par le moyen d'un CHAT, et que vous n'avez pas le temps de le faire la journée, vous auriez peut-être plus besoins de communiquer en dehors des heures de bureau ?) Oui en effet, le week-end ou les soirs.

Questionnaire : Le public loisir : Femme de 63 ans retraitée

Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Je viens à la Médiathèque une fois tous les 15 jours environ. Je n'habite pas à Sion.
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	Entre une heure et une heure et demi.
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	<ul style="list-style-type: none"> - Je commence par regarder les revues - je regarde le contenu des nouveautés ; comme je lis beaucoup, cela m'aide à m'y retrouver dans les nouveautés - je prends un de ces livres et j'utilise un fauteuil et je profite de l'atmosphère studieuse des lieux. - Si le livre me plaît, je le prends, - Je quitte les lieux avec l'intention d'y revenir.
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	Je n'y passe plutôt rarement. Les personnes à l'accueil sont plutôt disponibles et ont un contact agréable.
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensables ?	J'aime beaucoup le bâtiment, ce mélange entre le neuf et le vieux contribue à l'ambiance conviviale. J'aime les contenu en libre accès comme les romans et la musique. Je trouve aussi agréable de pouvoir soit s'isoler soit trouver un endroit pour discuter.
Comment évaluez-vous ces services ?	Excellents
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	Je n'ai pas d'avis sur le sujet
De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?	J'aimerais plus de clarté entre les différentes zones de la bibliothèque (par exemple). Des zones explicites plus calmes, plus de paravents par exemple.
Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?	Comme je ne suis pas souvent à Sion, je n'en sais pas grand-chose. De plus je ne fais pas beaucoup appel au personnel. J'utilise essentiellement les bornes automatiques. Je regarde de temps en temps les flyers ou les affiches mais je ne suis jamais très disponible pour assister aux événements. Si j'habitais plus près, peut-être que je viendrais plus souvent aux concerts ou aux conférences.
De quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?	J'aime me renseigner seule dans les domaines qui m'intéressent.
Quelle est la meilleure manière de vous informer en ce qui concerne une offre de service ou d'événement ?	C'est une question difficile. Je dois avoir la curiosité du lieu et du contenu pour m'y intéresser. Mais il est vrai que j'aurais besoin de quelqu'un pour me coacher pour utiliser vos offres numériques, que l'on m'explique comment faire ceci ou cela. Surtout en ce qui concerne les aspects numériques de vos offres et j'aurais besoin de beaucoup de temps.

<p>Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre de manière idéale ?</p>	<p>Je verrais volontiers un temps privilégié pour une discussion avec une personne spécialiste dans son domaine. Par exemple, passer du temps avec une personne spécialiste en littérature ou en musique par exemple. Avoir la possibilité de passer du temps avec une personne avec un niveau de connaissance pointue dans son domaine. (Comme un cours privé) Peut-être, mais avec une personne d'un domaine en particulier.</p>
---	--

Questionnaire : le public en formation : Homme de 23 ans étudiant à Lausanne

Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Chaque fois que j'ai du temps libre et l'occasion d'étudier. C'est-à-dire le samedi et les périodes de vacances qui précèdent les examens.
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	De manière générale j'y reste toute la journée avec une pause sur le temps de midi. De l'ouverture jusqu'à la fermeture.
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	<ul style="list-style-type: none"> - J'arrive le matin entre 8h30 et 9h30. - Je cherche une place assise, de préférence au deuxième étage, pour avoir plus de calme et avec une prise pour brancher mon ordinateur. Cela s'avère parfois un peu frustrant car lors des périodes d'examens, il n'y a pas assez de places disponibles. C'est pour cela que je préfère venir le plus tôt possible le matin - Je travaille sur mes cours et examens jusqu'à la fermeture ou jusqu'au moment de saturation. - Je peux de temps en temps réserver une salle de groupe si nécessaire, c'est en général l'idéal quand on travaille à plusieurs. - Je vais de temps en temps boire un café au restaurant du hall.
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	L'accueil est plutôt bon. On est toujours content de s'entendre dire « bonjour » avant de commencer une journée d'étude qui peut être astreignant. Après j'ai que très peu recourt aux personnes à l'accueil. Pour les documents, j'ai l'habitude de me rendre à Lausanne dans la bibliothèque universitaire qui possède les documents qui m'intéressent.
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensable ?	Pour ma part, je pense que les tables avec des chaises confortables et une prise électrique sont indispensables. Je pense que du calme pour travailler est aussi une ambiance indispensable. Ce qui n'est pas toujours le cas. Travailler à la mezzanine ou dans le hall d'entrée peut être particulièrement pénible. Surtout si on a le malheur d'avoir oublié ses écouteurs. (saviez-vous que des écouteurs sont disponibles pour le prêt au bureau d'accueil ?) Vous faites bien de me le dire.

	Je voulais aussi préciser que la possibilité d'avoir une salle de groupe à disposition est appréciable.
Comment évaluez-vous ces services ?	Pour les tables et les chaises, il n'est pas toujours possible d'avoir la chance de disposer d'une place convenable. Je me retrouve souvent avec soit une place trop bruyante, soit sans prise électrique. Je comprends bien que la MV Sion n'est pas une bibliothèque d'université mais à certaines périodes nous sommes nombreux à ne pas bénéficier d'une place convenable.
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	Elle n'est pas bonne à mon sens. L'autre jour vous avez fait un concert dont on ne savait rien. Mais durant tout l'après-midi des musiciens ont répété. C'était difficile de se concentrer. La seule information que nous avons eue, c'était un papier sur les tables le jour même.
De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?	Plus de tables au calme munies de prises. Sinon ce serait bien de pouvoir les réserver à l'avance pour avoir la tranquillité d'esprit en venant. Ce serait vraiment bien aussi d'ouvrir le dimanche et le soir, au moins pour les périodes d'examens. Ici à Sion, il n'y a que la médiathèque qui peut remplir ce rôle.
Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?	Pas grand-chose. Je reviens en Valais les week-ends pour voir les amis et étudier le samedi. Je viens vraiment ici pour étudier. Je ne me renseigne pas beaucoup sur ce que vous organisez ici. (Par manque de temps ?) Oui principalement j'imagine.
De quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?	Je suis un utilisateur régulier des réseaux sociaux, ça pourrait être une bonne d'information pour moi.
Quelle est la meilleure manière de vous informer en ce qui concerne une offre de service ou d'événement ?	Je pense qu'il serait bien de disposer d'un système plus efficace pour nous prévenir d'événements spéciaux que vous organisez. Découvrir le jour même que l'organisation de la journée sera différente n'est pas suffisant. Peut-être nous envoyer un message quelques jours en avance. (Mais si la des événements ou des offres pourrait vous intéresser comment vous en parler ?) Par exemple, disposer d'une liste sur toutes les tables de vos différents événements de la semaine, comme un menu dans un restaurant.
Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre ?	Pour moi, je ne suis pas sensible à l'offre en raison du manque de temps et le train de vie. La meilleure manière de m'informer serait de trouver un système afin de me garantir une place calme pour la journée afin d'être à l'aise pour étudier.

Questionnaire : Enfants / Famille Femme de 32 ans travaille dans une banque

Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Je viens assez régulièrement. Deux à trois fois par semaine. Essentiellement le mercredi et le samedi. Je viens pour les enfants
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	J'y passe en moyenne une à deux heures
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	<ul style="list-style-type: none"> - Je rentre dans la bibliothèque, et je rends les livres directement à la borne et, si besoin, je les rends au guichet d'accueil. - Je me rends à l'espace enfant avec mes enfants et je passe un certain temps à choisir des nouveaux livres avec eux. - Il m'arrive de demander conseil à la personne présente dans cet espace. - Il m'arrive également d'aller boire un café au restaurant si je viens avec mon mari qui peut surveiller mes enfants. J'en profite pour lire le journal ou quelques revues qui m'intéressent. - Je vais également me tenir au courant des dernières nouveautés en littérature. J'en emprunte volontiers si j'en ai envie. - J'emprunte les ouvrages que je souhaite et je me dirige vers la sortie.
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	L'accueil est bon. Le personnel est plutôt agréable. Mais c'est toujours délicat de vous parler plus de quelques minutes. Vous avez l'air tellement occupés derrière le bureau. (Que leur diriez-vous s'ils en avaient le temps ?) Je leur demanderais leurs avis sur les livres que j'emprunte ou une discussion sur la littérature en général.
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensables ?	Le fait d'être autonome dans le prêt et le retour des livres est très bien. J'apprécie également beaucoup l'espace enfant avec les différents fauteuils et poufs. On peut y passer du temps privilégié avec nos enfants c'est appréciable. Je pense aussi que plus les enfants peuvent fréquenter des lieux de lecture et de savoir, plus cela sera facile pour eux lors de leur cursus scolaire.
Comment évaluez-vous ces services ?	Dans l'ensemble je suis satisfaite de ce que vous proposez en livres et les autres choses.
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	Il y a beaucoup d'affiches et de flyers. Tellement que j'avoue ne pas les regarder. Je ne suis donc pas forcément très bien au

	<p>courant des services dont je peux profiter. Par exemple, à Noël, c'est une personne de l'accueil qui m'a prévenue de la tenue d'un concert avait lieu le jour même. C'est dommage, je n'ai pas eu le temps de m'organiser pour y assister alors que l'idée aurait été bonne. (Vous auriez pu y venir si quelqu'un vous avait prévenue plus tôt) Oui sans doute.</p>
<p>De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?</p>	<p>Ce qui serait idéal, c'est un système de garderie. Comme ça je peux me rendre dans les autres espaces et profiter du reste de vos livres et revues.</p>
<p>Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?</p>	<p>Je crois savoir que vous organisez pas mal d'événements et je vois que vous en proposez beaucoup. Mais je n'ai pas une vision très claire de ce que vous organisez. Je crois savoir que vous avez des moments dédiés à la lecture de contes. Ce qui me semble être une bonne idée.</p>
<p>De quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?</p>	<p>Je devrais me rendre plus souvent sur le site internet et consulter les affiches que vous mettez. Mais je ne le fais pas régulièrement.</p>
<p>Quelle est la meilleure manière de vous informer en ce qui concerne une offre de service ou d'événement ?</p>	<p>Je pense que ce qui marche le mieux avec moi est le contact réel avec une personne. Je crois que le bouche à oreille est ce qui fonctionnerait le mieux.</p>
<p>Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre?</p>	<p>Oui. Il suffirait de me dire oralement ce qui serait susceptible de m'intéresser. Plus facile à dire qu'à faire...</p>

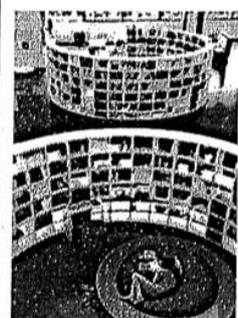
Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Je viens à la médiathèque une fois tous les 10 jours à peu de choses près.
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	J'y reste en moyenne 30 minutes voire un peu plus si je dois faire des recherches sur des documents qui sont exclus du prêt. En revanche, je viens aussi à quelques occasions prendre le repas sur le temps de midi.
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	<ul style="list-style-type: none"> - Je viens chercher à l'accueil les livres que j'ai réservé ou commandés par le catalogue. - Je paye les frais de prêt entre bibliothèques. J'en profite pour prolonger les ouvrages déjà en ma possession si besoin est. - Je vais éventuellement boire un café au restaurant si je dois attendre des livres du dépôt. - J'en profite pour consulter les revues ou les journaux. - Je monte également aux archives si j'ai besoin d'un document concernant le Valais.
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	L'accueil est plutôt bon. Certaines personnes sont plus à l'aise que d'autres avec les services que je sollicite. Mais dans l'ensemble c'est satisfaisant.
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensables ?	Le fait de pouvoir consulter des documents aussi spécialisés sur le Valais est crucial. Le prêt entre bibliothèques est aussi important, vu que je peux faire venir des collections de bibliothèques universitaires de toute la Suisse. J'apprécie aussi votre collection sur l'histoire de l'art et sur l'histoire en général.
Comment évaluez-vous ces services ?	Cela fonctionne plutôt bien pour moi, je n'ai pas grand-chose à redire à part le temps un peu long pour faire monter un document des dépôts (c'est-à-dire ?). Souvent, il faut presque 90 minutes et je trouve cela un peu long. C'est la raison pour laquelle je fais mes recherches en amont, chez moi, quelque temps avant.
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	Je me rends régulièrement sur le site, pour me renseigner sur les éventuelles fermetures exceptionnelles pour éviter les mauvaises surprises. Je consulte parfois les événements de « l'agenda » de la Médiathèque. Le plus souvent j'entends parler de vos activités de bouche à oreille. Comme par exemple une amie qui me prévient d'une conférence qui serait

	susceptible de m'intéresser. Quand je suis sur place, je regarde les affiches que vous mettez dans vos locaux ou les flyers à l'accueil mais seulement s'ils m'attirent l'œil.
De quoi auriez-vous besoin en plus de ce que vous utilisez maintenant ?	J'aurais besoin d'une plus grande rapidité lors des échanges de livres d'autres bibliothèques
Selon-vous, de quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?	Je pense qu'une partie de votre offre peut m'être intéressante mais de loin pas tout. Le bouche à oreille dans mon domaine fonctionne assez bien.
Quelle est la meilleure manière de vous informer en ce qui concerne une offre de service ou d'événement ?	Il faudrait quelque chose qui filtre les contenus selon mes intérêts.
Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre ?	Oui ! qu'on m'annonce personnellement quels sont les offres de services qui peuvent m'intéresser dès que je m'adresse à un membre du personnel de la bibliothèque.

Questionnaire : séjourneur Femme de 29 ans en recherche d'emploi

Questions	Réponses
A quelle fréquence venez-vous à la médiathèque ?	Trois à quatre fois par semaines
Combien de temps y restez-vous lors d'une visite moyenne ?	En moyenne une demi-journée voire un peu plus selon le temps et les autres activités que j'ai prévues.
Qu'y faites-vous ? Pouvez-vous me décrire votre parcours au sein du bâtiment ?	<ul style="list-style-type: none"> - Je commence souvent par un café ou une boisson au restaurant. - Je passe un temps considérable sur internet avec mon ordinateur pour faire des recherches et écrire des lettres, ou traîner sur internet. - J'utilise volontiers les ordinateurs à disposition pour imprimer des documents. - J'utilise aussi la photocopieuse si besoin. - Je regarde aussi beaucoup les revues et les journaux que je lis sur le canapé.
Que pensez-vous de l'accueil de la MV Sion ?	L'accueil est toujours très agréable. On voit que les personnes à l'accueil sont souvent occupées, et les discussions sont toujours tournées vers l'essentiel.
Quels services proposés par la MV Sion sont, selon-vous, indispensables ?	C'est à peu près tout ce que je viens de citer plus haut. Mais si je devais n'en citer qu'un ce serait l'accès au wifi.
Comment évaluez-vous ces services ?	Cela fonctionne plutôt bien pour moi. Je n'ai pas à me plaindre.
Que pensez-vous de la communication de la MV Sion ?	C'est très monotone. Un lot d'affiche et d'annonce qui se succèdent un peu maladroitement.
Que savez-vous de l'offre actuelle en matière de services et d'événements ?	Ce que j'ai besoin de savoir. Si je veux en savoir plus, je pose la question à l'accueil.
Selon-vous, de quelle manière préféreriez-vous être tenu informé ?	Sur les pages internet ou sur les réseaux sociaux.
Quelle est la meilleure manière de vous informer en ce qui concerne une offre de service ou d'événement ?	Je pense que le mieux est par le contact humain. Aucune technologie ou affichage ne remplace le contact humain. Surtout que vous êtes tout le temps-là, donc c'est toujours possible de vous aborder si le besoin s'en fait sentir.
Pourriez-vous imaginer la manière idéale que la MV Sion pourrait mettre en place pour vous communiquer son offre ?	Je verrais bien un système dans lequel vous êtes plus disponibles et vous avez le temps de discuter avec les gens qui viennent vous voir. Casser cette habitude de gros bureau et naviguer entre les gens dans les espaces et se mettre à leur disposition. Là, vous pourriez faire la démonstration et la promotion de ce que vous proposez.

Annexe 7 : : Extrait de la formation continue donnée pour l'accueil à la MVS



Fiche 2

« Notre meilleure collection, c'est les gens. »
Slogan de la bibliothèque de Delft *

Sources

- Ray Oldenburg, *The Great Good Place : Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Marlowe & Co, 1989 (3e édition : 1999).
- Robert Putnam, Lewis Feldstein, Donald Cohen, *Better together. Restoring the American Community*. Simon & Schuster, 2003, p. 50.
- *Servet, Mathilde. *Les bibliothèques troisième lieu*. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2010 [consulté le 12 février 2016]. Disponible sur le Web : <<http://bbf.enssib.fr/consultation/bbf-2010-04-0057-001>>. ISSN 1292-8399.

Formation-atelier « L'accueil à la Médiathèque » Médiathèque Valais, 10 et 15 mars 2016

© Marie-Agnès Galnon-Court, 2016, info@galnon-court.net

3. Un troisième lieu

Volet complémentaire du premier lieu, la sphère du foyer, et du deuxième lieu, le domaine du travail, le troisième lieu est dédié à la vie sociale de la communauté.

- C'est un espace où les individus peuvent se rencontrer, se réunir et échanger de façon informelle : un espace de vie par excellence proposant des cheminements variés vers une culture aux formes diverses (y compris les formes populaires de la culture).
- En rupture avec l'image austère, élitiste et traditionnelle de la bibliothèque, ce lieu cherche à attirer des publics habituellement peu réceptifs, en misant sur l'architecture et l'agencement et l'aménagement intérieur (usage de couleurs, confort, design, larges surfaces vitrées, escaliers roulants, écrans...).
- Il s'agit de créer une ambiance stimulante, parfois ludique, favorisant l'expérimentation, la découverte, l'exploration, mais aussi de prendre en compte la diversité des usages (alternance de niches/zones silencieuses ou intimes et de plateaux plus vastes, de salles de réunion ou cafés).

En bref, la bibliothèque 3^{ème} lieu a une **vocation sociale**.

Elle s'inscrit aussi dans une **vision participative** et se présente comme un **lieu d'expérimentation** (test d'offres novatrices, colocation d'équipements culturels et/ou de services...).

C'est un centre de culture à part entière.

4. Les publics: « nos clients »

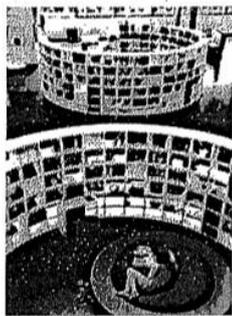
L'approche est centrée sur les usagers afin de **cibler leurs besoins, leurs objectifs et leurs attentes**. Il s'agit de comprendre comment le « client fonctionne », et lui proposer une ambiance, des équipements, des contenus et des produits adaptés.

Elles s'appuient parfois sur des « stratégies marketing » empruntées à celle de l'univers marchand : afin de séduire par l'environnement matériel du lieu, optent pour une appellation inédite, lancent des campagnes de promotion et proposent des « expériences intenses ». En bref, elles utilisent des outils précis et efficace permettant d'élaborer de façon fine les projets qu'elles portent.

Cependant à la différence du monde purement consumériste, elles ne poursuivent pas un objectif de profit financier, mais plutôt un **profit en termes d'image et d'efficacité pour manifester leur utilité sociale et culturelle**. Le profit culturel engendré par leur fonctionnement se traduit par un « profit » culturel indéniable répercuté sur les usagers eux-mêmes, doublé de la **promesse d'un capital plaisir renouvelé**.

L'approche client est un défi et une adaptation de tous les instants et se construit sur le long terme :

- ne pas attendre que l'utilisateur vienne mais d'aller le chercher là où il se trouve.
- donner envie à l'utilisateur de venir ou de revenir (physiquement ou virtuellement), et fidéliser. Le client satisfait sera moins enclin à s'adresser à un concurrent.
- prendre en compte la parole des usagers, et leur avis sur les produits et services offerts.
- intégrer aussi la mise en place d'une procédure de gestion des plaintes.



Fiche 2 (suite)

**« La bibliothèque
ne doit pas
demeurer le secret
le mieux gardé »**
Louis Paré

Sources :
Paré, Louis. *Le marketing dans les bibliothèques ou comment se rendre visible* spécialiste en moyens et techniques d'enseignement, Bibliothèque Cégep et Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue. <https://tribuneci.wordpress.com>, 18 novembre 2013. Consulté le 12 février 2016.
Siess, Judith A. (2003). *The visible librarian – Asserting Your Value with Marketing and Advocacy*. Chicago : American Library Association.
Charbonneau, Karine. (2013). *Marketing – La force du contenu*. Infopresse, 29(3)21-23

**(Dossier Bibliothécaires et décideurs : Bibliothécaires et décideurs : dissonances et convergences. BIBLIothèque(s) n°71-72, décembre 2013 Revue de l'Association des bibliothécaires de France <http://www.lahary.fr/pro/2013/BIBLIothèques71-dissonancesconvergence>*

Formation-atelier « L'accueil à la Médiathèque » Médiathèque Valais, 10 et 15 mars 2016

© Marie-Agnès Gainon-Court, 2016, info@gainon-court.net

5. Des contenus et des produits à promouvoir

- Offrir les bonnes ressources. Proposer une aide efficace et rapide.
- Se promouvoir de la bonne manière (des messages clairs et ciblés avec un aspect graphique soigné et testés avant diffusion, des canaux de promotion diversifiés. Ne pas s'adresser uniquement aux usagers déjà convaincus mais s'adresser aussi aux non-publics.
- Saisir le bon moment. Par exemple, promouvoir les formations documentaires dès la rentrée scolaire, mettre en valeur de nouvelles acquisitions littéraires au moment d'un salon du livre, etc.
- Rejoindre les usagers : portes ouvertes, présentations, formations, accueil des usagers, établir des relations à distance efficaces et courtoises
- Le/la bibliothécaire a une place centrale. C'est lui/elle qui connaît bien ses produits et contenus et qui est le mieux placé/ée pour en exercer la vente.
- Que faut-il mettre en avant et comment ? Quoi mettre en valeur ? Où et comment exercer cette « vente » ?
- se remettre en question de manière à offrir aux usagers plus qu'ils ne peuvent espérer et renouveler régulièrement l'offre !

6. « Rendre visible l'invisible »

- Expression empruntée à Dominique Lahary, bibliothécaire*.
- « Rendre visible l'invisible » aux yeux des usagers, des non-publics et des partenaires (enseignants, acteurs culturels et artistiques, population, élus, etc.)
- La bibliothèque, pour l'essentiel, n'est pas visible. « Elle apporte chaque jour une multitude de micro-services à toutes sortes de gens.
Pour la rendre visible :
- Recourir à l'événementiel et organiser des moments fédérateurs : vernissages, inaugurations.
- Comptabiliser les visites physiques des usagers : comptabiliser les actes de ceux-ci (leur recours aux différents services) plutôt que de se référer au nombre ou au taux d'inscrits (chiffres à l'utilisation limitée) ;
- Comptabiliser les entrées et des visites d'internautes utilisant le service invisible, virtuel, de la bibliothèque.
- Observer les nouveaux comportements des usagers et en tenir compte dans le fonctionnement de la bibliothèque ;

Mais rendre visible l'invisible, c'est aussi :

- Révéler, dévoiler, mettre au jour, favoriser la découverte et l'expérimentation, surprendre, parler aux sens, tisser des liens entre des univers différents, etc...
- Familiariser les usagers avec le système de classification et en faciliter la présentation et la compréhension.
- Communiquer non seulement les programmes mais aussi sur la politique documentaire, sur l'accueil et la prise en charge des publics, et sur les divers services offerts.
- Donner la possibilité aux usagers de manifester leur insatisfaction pour rendre visible les arguments qui la fondent et pouvoir améliorer les services (système de traitement des plaintes).