

# **Comprendre l'évolution post COVID-19 des pratiques culturelles des usagers : le cas de la BCU Lausanne – site Riponne**

**Mémoire de Master réalisé par :**

**Delphine LEBOULEUR**

Sous la direction de :

**Dr. Prof. Benoît EPRON, Professeur HES associé**

Et le mandant de la :

**Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne**

**Genève, le 12 septembre 2024**

**Information science**

**Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)**

## Déclaration

Ce travail de recherche est réalisé dans le cadre du Master en Sciences de l'information de la Haute école de gestion de Genève.

L'étudiante atteste que le travail rendu est le fruit de sa réflexion personnelle, a été rédigé de manière autonome sans avoir utilisé de sources autres que celles citées dans la bibliographie et a été vérifié par un logiciel de détection de plagiat.

Les étudiant-e-s acceptent, le cas échéant, la clause de confidentialité.

L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans ce travail, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'étudiante, ni celle du directeur de recherche.

Fait à Genève, le 15 août 2024

Delphine LEBOULEUR

# Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon Directeur de recherche, Prof. Dr. Benoît Epron, pour l'encadrement de ce travail, sa bienveillance et ses conseils méthodologiques.

J'adresse également mes remerciements à la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne, en tant qu'institution mandante, et sur le site Riponne plus particulièrement, Christophe Bezençon, Responsable du service des collections, Françoise Simonet, Responsable du service des renseignements et de la formation des usagers, ainsi que Laurent Albenque, Directeur adjoint, pour leur confiance.

Mes remerciements vont aussi à Cécile Toutou, Responsable de la cellule Prospective à la Bibliothèque de Sciences Po Paris, pour avoir accepté de mettre son expertise au service de l'évaluation de ce mémoire.

Je suis par ailleurs reconnaissante envers les usagers et usagères du site Riponne qui ont accepté de tester mon questionnaire d'enquête le 30 avril 2024, ainsi qu'envers l'ensemble des personnes ayant collectivement dédié près de 350 heures à y répondre. Cet engagement m'oblige.

Enfin d'un point de vue plus personnel, je remercie :

Mon mari, Cédric, avec lequel je me réjouis de retrouver du temps pour profiter à nouveau de toutes les sorties culturelles mentionnées dans ce travail,

Mes filles, Louise et Albane, qui débutent leurs études au moment où finissent les miennes, et à qui je souhaite le meilleur,

Ma famille et mes proches, pour leurs encouragements et leur soutien,

La promotion 2022-2024 du Master IS, pour sa cohésion et son émulation,

L'équipe de la Bibliothèque villageoise de Montricher, BiblioVaud, ainsi que tous les contacts professionnels et associatifs qui ont jalonné mon parcours et orienté mes choix.

*« Il faut cultiver notre jardin. »*

Voltaire, *Candide* (1759).



# Résumé

Ce travail de Master a été réalisé sous mandat de la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL).

L'objectif consistait à fournir des éléments de compréhension sur l'évolution des pratiques culturelles de ses usagers-ères depuis 2019, période marquée par l'épidémie mondiale de COVID-19 et une accélération de la transition numérique.

A l'issue d'un constat préliminaire, basé sur une courte revue de littérature et l'étude des données induites de l'institution, nous avons mené une enquête auprès d'usagers-ères des prestations in situ et numériques de son site Riponne (questionnaire en ligne autoadministré,  $n = 1'900$ ).

Nous avons ainsi investigué sur les usages de la bibliothèque, l'utilisation des différentes offres et supports numériques, mais aussi sur la fréquentation des lieux et événements culturels et le rapport des répondants à l'information, aux loisirs et aux médias.


Bien que nos résultats ne soient représentatifs ni de l'ensemble des usagers-ères du site Riponne, ni de la population vaudoise, et de ce fait non généralisables, les données collectées sont riches et corroborent la littérature consultée. Nous avons par ailleurs privilégié les analyses par classe d'âge, en raison d'une surreprésentation des personnes les plus âgées.

Il en résulte un vaste panorama témoignant d'un fort attachement des répondants au lieu physique, bien que certains publics ne s'y rendent pas ou plus, d'une offre numérique insuffisamment connue mais attractive, d'une appropriation accélérée des formats dématérialisés, d'une population de répondants amatrice de sorties culturelles, et de phénomènes très générationnels concernant l'information, les loisirs et les médias.

La réalisation d'une analyse factorielle (ACM) et d'une classification (CAH) a en outre permis de définir une nouvelle typologie des publics parmi les répondants.

L'étude se conclut par un ensemble de recommandations visant à développer l'attractivité de la bibliothèque en tant que tiers-lieu, diffuser plus largement les offres numériques pour desservir le territoire, initier des partenariats avec d'autres acteurs-trices culturel-le-s, contribuer à la cohésion sociale par la médiation et mener des actions pour encourager l'engagement citoyen.

**Mots-clefs :** usagers – pratiques culturelles – post COVID-19 – méthodes d'enquête – bibliothèques.

 DOI : 10.5281/zenodo.13749363



2024 by Delphine Leboulleur, licensed under CC BY 4.0

# Table des matières

<b>Déclaration.....</b>	<b>i</b>
<b>Remerciements .....</b>	<b>ii</b>
<b>Résumé .....</b>	<b>iv</b>
<b>Liste des acronymes.....</b>	<b>ix</b>
<b>Liste des tableaux .....</b>	<b>x</b>
<b>Liste des figures.....</b>	<b>xi</b>
<b>1. Introduction.....</b>	<b>1</b>
1.1 Contexte.....	1
1.2 Cadre de la recherche.....	1
1.3 Questions de recherche .....	2
1.4 Méthodologie.....	3
1.4.1 Généralités	3
1.4.2 Ordonnancement des étapes	5
1.5 Périmètre initial de la recherche .....	6
1.5.1 Les pratiques culturelles	6
1.5.2 La BCUL – site Riponne et ses publics	6
1.5.3 Le COVID-19	12
<b>2. Revue de littérature et données induites.....</b>	<b>13</b>
2.1 Etat des lieux et éléments de réflexion.....	13
2.1.1 Choc, adaptabilité et résilience	13
2.1.2 Les impacts sur les industries culturelles et créatives	14
2.1.3 Les impacts sur la population	16
2.2 Statistiques d’usage de la BCUL et hypothèses .....	17
2.2.1 Usagers-ères actifs-ves	17
2.2.2 Fréquentation	17
2.2.3 Prêts physiques	20
2.2.4 eLectures	21
2.2.5 Autres offres numériques	23
2.2.6 Services, visites et formation	25
<b>3. Conception de l’enquête.....</b>	<b>28</b>
3.1 Contraintes .....	28
3.1.1 Cadre légal	28
3.1.2 Cadre normatif	28
3.1.3 Contexte de l’institution	29
3.1.4 Contexte du Master IS	29
3.2 Choix de la méthode de collecte .....	30
3.3 Population cible et population accessible .....	30
3.4 Identification des biais.....	33

<b>3.5</b>	<b>Construction du plan de sondage.....</b>	<b>34</b>
<b>3.6</b>	<b>Prototypage du questionnaire.....</b>	<b>35</b>
3.6.1	Structuration du questionnaire	35
3.6.2	Formulation des questions	36
3.6.3	Paramétrage sur Qualtrics	38
3.6.4	Bonnes pratiques et points de vigilance	38
3.6.5	Tests	38
<b>3.7</b>	<b>Phase de terrain et collecte des données .....</b>	<b>39</b>
<b>4.</b>	<b>Traitement et méthodes d'analyse .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1</b>	<b>Validation et traitement des données .....</b>	<b>40</b>
4.1.1	Taux d'engagement	40
4.1.2	Réponses exploitables	40
4.1.3	Taux de réponse	41
4.1.4	Durée du questionnaire	42
4.1.5	Nettoyage des données	42
4.1.6	Regroupement par catégories	43
4.1.7	Codage des données textuelles	43
<b>4.2</b>	<b>Représentativité des répondants .....</b>	<b>43</b>
4.2.1	Distribution par âge	43
4.2.2	Distribution par genre	45
4.2.3	Distribution géographique	45
4.2.4	Pondération or not pondération	45
<b>4.3</b>	<b>Méthodes d'analyse .....</b>	<b>46</b>
4.3.1	Analyses univariées	46
4.3.2	Analyses bivariées	46
4.3.3	Analyses multivariées	48
<b>5.</b>	<b>Résultats et interprétation .....</b>	<b>51</b>
<b>5.1</b>	<b>Une population de formation tertiaire.....</b>	<b>51</b>
<b>5.2</b>	<b>Un fort rapport au lieu physique, pas toujours indispensable.....</b>	<b>53</b>
5.2.1	Fréquentation	53
5.2.2	Fréquence et durée des visites	60
5.2.3	Buts et activités	63
5.2.4	Fréquentation d'autres bibliothèques	69
5.2.5	Satisfaction	72
<b>5.3</b>	<b>Une offre numérique insuffisamment connue mais attractive .....</b>	<b>81</b>
5.3.1	Inscription à la BCUL	81
5.3.2	Connaissance et usage des ressources numériques	81
5.3.3	Raisons de non-usage	88
5.3.4	Satisfaction	90
5.3.5	Impact sur les prêts physiques	93
<b>5.4</b>	<b>Une appropriation accélérée des formats dématérialisés .....</b>	<b>98</b>

5.4.1	Le matériel	98
5.4.2	Les livres	100
5.4.3	La musique	105
5.4.4	Les films	108
<b>5.5</b>	<b>Un public amateur de sorties culturelles variées.....</b>	<b>112</b>
5.5.1	Types de pratiques	112
5.5.2	Variété	115
5.5.3	Assiduité	120
5.5.4	Evolution de la fréquence des sorties culturelles depuis 2019	122
<b>5.6</b>	<b>Informations, loisirs, médias : des phénomènes générationnels.....</b>	<b>133</b>
5.6.1	Les sources d'information	134
5.6.2	Les loisirs	137
5.6.3	Les médias	141
<b>5.7</b>	<b>Typologie des publics résultante.....</b>	<b>145</b>
5.7.1	Retour sur les données sociodémographiques	145
5.7.2	Classification des publics	153
<b>6.</b>	<b>Recommandations .....</b>	<b>165</b>
6.1	Les suites de l'enquête.....	165
6.2	La bibliothèque en tant que tiers-lieu attractif .....	166
6.3	Les offres numériques pour desservir le territoire.....	169
6.4	Des partenariats pour soutenir le secteur culturel .....	171
6.5	De la médiation pour contribuer à la cohésion sociale .....	172
6.6	Des actions pour encourager l'engagement citoyen .....	174
<b>7.</b>	<b>Discussion méthodologique.....</b>	<b>176</b>
<b>8.</b>	<b>Conclusion .....</b>	<b>178</b>
	<b>Bibliographie .....</b>	<b>180</b>
<b>Annexe 1 :</b>	<b>Plan et horaires du Palais de Rumine .....</b>	<b>189</b>
<b>Annexe 2 :</b>	<b>Plan de la BCUL – site Riponne .....</b>	<b>190</b>
<b>Annexe 3 :</b>	<b>Études BCUL antérieures .....</b>	<b>191</b>
<b>Annexe 4 :</b>	<b>Population accessible et datasets BCUL .....</b>	<b>192</b>
<b>Annexe 5 :</b>	<b>Plan de sondage.....</b>	<b>195</b>
<b>Annexe 6 :</b>	<b>Diagramme de processus du questionnaire .....</b>	<b>197</b>
<b>Annexe 7 :</b>	<b>Fiches descriptives des questions .....</b>	<b>198</b>
<b>Annexe 8 :</b>	<b>Questionnaire .....</b>	<b>199</b>
<b>Annexe 9 :</b>	<b>Courriel d'invitation .....</b>	<b>211</b>
<b>Annexe 10 :</b>	<b>Flyers distribués sur le site Riponne .....</b>	<b>212</b>
<b>Annexe 11 :</b>	<b>Newsletter de la BCUL.....</b>	<b>213</b>
<b>Annexe 12 :</b>	<b>Informations sur le site Internet .....</b>	<b>214</b>

<b>Annexe 13 :</b>	<b>Publications sur les réseaux sociaux .....</b>	<b>215</b>
<b>Annexe 14 :</b>	<b>Modalités spécifiques de chaque classe de répondants</b>	<b>217</b>
<b>Annexe 15 :</b>	<b>Commentaires libres portant sur l'enquête .....</b>	<b>222</b>

## Liste des acronymes

ACM	Analyse des Composantes Multiples
ACP	Analyse en Composantes Principales
BCUL	Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne
BGE	Bibliothèque de Genève
BM	Bibliothèque municipale
BU	Bibliothèque universitaire
BVL	Bibliothèques de la Ville de Lausanne
CAH	Classification ascendante hiérarchique
CAWI	Computer-Assisted Web Interview
CIIP	Conférence intercantonale de l'instruction publique et de la culture de la Suisse romande et du Tessin
CNL	Centre National du Livre
CRILQ	Centre de Recherche interuniversitaire sur la littérature et la culture
DABC	Dépôt et Abri des Biens Culturels
DCIRH	Département de la Culture, des Infrastructures et des Ressources Humaines
DFA	Département des finances et de l'agriculture
DGC	Direction Générale de la Culture
DGEP	Direction générale de l'enseignement postobligatoire
DRM	Digital Rights Management
ETHZ	École polytechnique fédérale de Zürich
EPFL	École polytechnique fédérale de Lausanne
FALC	Facile À Lire et à Comprendre
GLAM	Galleries, Libraries, Archives and Museums
HEP	Haute Ecole Pédagogique
HEG	Haute Ecole de Gestion
HEMU	Haute Ecole de Musique
LPD	Loi fédérale sur la Protection des Données
LPMI	Loi sur le patrimoine mobilier et immatériel du Canton de Vaud
LPrD	Loi cantonale sur la Protection des Données Personnelles
LVCA	Loi sur la vie culturelle et la création artistique
MCAH	Musée cantonal d'Archéologie et d'Histoire
MCBA	Musée cantonal des Beaux-Arts
MUDAC	Musée cantonal de Design et d'Arts appliqués contemporains
NPS	Net Promoter Score
OFS	Office Fédéral de la Statistique
PEB	Prêt entre bibliothèques
RTS	Radio Télévision Suisse
SERAC	Service des Affaires Culturelles du canton de Vaud
SIBIL	Système Intégré des Bibliothèques de Lausanne
SLSP	Swiss Library Service Platform
SNEP	Syndicat National de l'Édition Phonographique
UNIL	Université de Lausanne
URL	Uniform Resource Locator
VoD	Video on Demand
SSO	Single Sign-On
SVoD	Subscription Video on Demand
WCAG	Web content accessibility guidelines

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Questions de recherche et méthodologie adoptée.....	3
Tableau 2 : Typologie des publics cibles de la BCUL – site Riponne, définie en 2009 et simplifiée en 2012. ....	11
Tableau 3 : Exemples d'initiatives menées par les bibliothèques lors de la pandémie de COVID-19 .....	13
Tableau 4 : Base de sondage, données brutes avant dédoublement .....	33
Tableau 5 : Planning extrait du plan de sondage [Annexe 5].....	35
Tableau 6 : Décompte des réponses collectées exploitables .....	41
Tableau 7 : Exemple de tableau de contingence entre deux variables Q1 x Q2. ....	47
Tableau 8 : Fréquence moyenne de fréquentation x Durée moyenne des visites sur le site Riponne ( $n = 1\,322$ ) (Q1.3 x Q1.6) .....	62
Tableau 9 : Répartition des raisons de visites par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,330$ ) (Q1.5) .....	68
Tableau 10 : Comparaison des niveaux moyens de satisfaction des usagers-ères du site Riponne, interrogé-e-s en 2008 (Wullyamoz 2008, p. 38), en 2018 (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 32) et en 2024 (Q1.7 + Q1.8), évalués ou rapportés sur 7, par prestation.....	74
Tableau 11 : Lieux ou événements culturels fréquentés par les répondants, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,900$ ) (Q3.9).....	113
Tableau 12 : Fréquentation des lieux ou événements culturels des répondants vs celles de la population en 2019 ( $n = 1\,896$ ) (Q3.13).....	114
Tableau 13 : Répartition et moyenne d'âge des répondants BCUL en 2024 et de la population Lausanne+Fonds en 2018, par nombre de domaines culturels fréquentés.....	116
Tableau 14 : Profils sociodémographiques en fonction du nombre moyen de domaines culturels fréquentés.....	117
Tableau 15 : Tests d'indépendance entre les profils sociodémographiques et le nombre de domaines culturels fréquentés.....	118
Tableau 16 : Proportion de public le plus assidu parmi les personnes fréquentant les lieux ou événements culturels .....	121
Tableau 17 : Causes de la réduction de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 400$ ) (Q3.7) .....	125
Tableau 18 : Causes de l'augmentation de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 241$ ) (Q3.8) .....	129
Tableau 19 : Sources d'information des répondants pour compléter leurs connaissances, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,898$ ) (Q3.12) .....	135
Tableau 20 : Activités de loisirs pratiquées par les répondants au cours des 12 derniers mois, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,896$ ) (Q3.13) .....	138
Tableau 21 : Activités de loisirs des répondants vs Vaud 2019 ( $n = 1\,896$ ) (Q3.13).....	139
Tableau 22 : Médias utilisés pour les loisirs par les répondants au cours des 12 derniers mois, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,895$ ) (Q3.14) .....	142

## Liste des figures

Figure 1 : Cadre conceptuel de la recherche .....	2
Figure 2 : Le Palais de Rumine, gravure figurant sur la page de couverture des rapports annuels de la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne, de 1926 à 1955 © BCUL (BCUL 1927) .....	7
Figure 3 : Usagers-ères actifs-ves BCUL et inscriptions sur le site Riponne, 2017-2023 (Données internes BCUL) .....	17
Figure 4 : Fréquentation du site Riponne en nombre de visiteurs, 2019-2023 (Données internes BCUL, pour l'OFS) .....	18
Figure 5 : Nombre total d'entrées, par mois, en 2022 et 2023 sur le site Riponne (Données d'Affluence, source interne BCUL) .....	18
Figure 6 : Nombre total de visiteurs présents, par mois, en 2022 et 2023 sur le site Riponne (Données d'Affluence, source interne BCUL) .....	19
Figure 7 : Nombres d'entrées et de visiteurs présents, par heure, en moyenne en 2023 sur le site Riponne (Données d'Affluence, source interne BCUL) .....	19
Figure 8 : Prêts physiques au guichet du site Riponne et prêts eLectures, 2008-2023 (BCUL 2024c, p. 13) .....	20
Figure 9 : Répartition des documents de la Riponne prêtés en 2023, par collection (BCUL 2024c, p. 15) .....	21
Figure 10 : Nombre de prêts par an, tous supports, par collection (Données internes BCUL) .....	21
Figure 11 : Statistiques d'usage eLectures, 2017-2023 (Données internes BCUL) .....	22
Figure 12 : eLecteurs-trices actifs-ves, par genre ( $n = 4\,020$ ) (Données internes BCUL au 01/03/2024) .....	22
Figure 13 : eLecteurs-trices actifs-ves, par tranche d'âge ( $n = 4\,044$ ) (Données internes BCUL au 01/03/2024) .....	23
Figure 14 : eLecteurs-trices actifs-ves, par domicile ( $n = 4\,066$ ) (Données internes BCUL au 01/03/2024) .....	23
Figure 15 : Statistiques d'usage de Pressreader, BCUL 2017-2023 (Données internes BCUL) .....	24
Figure 16 : Statistiques d'usage d'Europresse (record views), BCUL 2017-2023 (Données internes BCUL) .....	24
Figure 17 : Statistiques d'usage de Medici.tv, Assimil, Artfilm et Qwest.tv, BCUL 2017-2023 (Données internes BCUL) .....	25
Figure 18 : Nombre de personnes renseignées par le site Riponne, 2010-2023 (Données internes BCUL) .....	25
Figure 19 : Nombre d'accès à internet depuis les postes publics (sauf Internef), 2010-2023 (Données internes BCUL) .....	26
Figure 20 : Nombre de participants aux visites et formations du site Riponne, 2010-2023 (Données internes BCUL) .....	26
Figure 21 : Population cible, utilisatrice des services BCUL et/ou des prestations du site Riponne .....	31
Figure 22 : Population accessible par mail (en rose foncé) et sur site (en orange) .....	32
Figure 23 : Structure du questionnaire .....	37
Figure 24 : Répartition du nombre de clics sur le lien de l'enquête, par canal de diffusion ( $n = 3\,062$ ) .....	40
Figure 25 : Nombre de réponses valides enregistrées sur la période ( $n = 1\,900$ ) .....	41
Figure 26 : Pourcentage de réponses valides enregistrées, en cumul sur la période ( $n = 1\,900$ ) .....	42
Figure 27 : Distribution des durées de réponse au questionnaire, en minutes ( $n = 1\,900$ ) .....	42
Figure 28 : Distribution des répondants et de la population du mailing, par tranche d'âge .....	44
Figure 29 : Répartition des répondants, de la population du mailing et de la population vaudoise, par tranche d'âge .....	44
Figure 30 : Répartition des répondants et de la population du mailing, par genre .....	45
Figure 31 : Répartition des répondants et de la population du mailing, par lieu de domicile .....	45
Figure 32 : Principe de construction d'un tableau disjonctif complet (Husson 2014) .....	48
Figure 33 : Critères sociodémographiques des répondants ( $n = 1\,900$ ) .....	51
Figure 34 : Critères sociodémographiques des répondants, par tranche d'âge ( $n = 1\,900$ ) .....	52
Figure 35 : Fréquentation du site Riponne par l'échantillon ( $n = 1\,900$ ) (Q1.1) .....	53
Figure 36 : Fréquentation du site Riponne, par tranche d'âge ( $n = 1\,900$ ) (Q1.1) .....	53
Figure 37 : Raisons de non-fréquentation du site Riponne ( $n = 569$ ) (Q1.2) .....	54



Figure 38 : Raisons de non-fréquentation des répondants qui sont déjà venus, ou jamais, sur le site Riponne ( $n = 569$ ) (Q1.2).....	55
Figure 39 : Raisons de non-fréquentation du site Riponne, par tranche d'âge ( $n = 569$ ) (Q1.2) .....	55
Figure 40 : Profils sociodémographiques des usagers-ères exclusifs-ives des ressources numériques de la BCUL - site Riponne ( $n = 241$ ) (Q1.1 x Q1.2 x Q4).....	59
Figure 41 : Fréquence moyenne des visites du site Riponne par les répondants ( $n = 1\ 324$ ) (Q1.3) .....	60
Figure 42 : Fréquence moyenne des visites du site Riponne, par tranche d'âge ( $n = 1\ 324$ ) (Q1.3) .....	61
Figure 43 : Durée moyenne des visites sur le site Riponne ( $n = 1\ 329$ ) (Q1.6) .....	61
Figure 44 : Durée moyenne des visites sur le site Riponne, par tranche d'âge ( $n = 1\ 329$ ) (Q1.6) .....	62
Figure 45 : Buts de visite des répondants ( $n = 1\ 304$ ) (Q1.4) .....	63
Figure 46 : Buts de visite des répondants, par tranche d'âge ( $n = 1\ 304$ ) (Q1.4) .....	63
Figure 47 : Motifs de visite sur le site Riponne ( $n = 1\ 330$ ) (Q1.5) .....	66
Figure 48 : Fréquentation d'autres bibliothèques ( $n = 1\ 892$ ) (Q1.9).....	70
Figure 49 : Fréquentation d'autres bibliothèques, par tranche d'âge ( $n = 1\ 892$ ) (Q1.9).....	70
Figure 50 : Proportion de détracteurs, passifs et promoteurs du site Riponne parmi les répondants, données brutes non pondérées ( $n = 1\ 331$ ) (Q1.7).....	73
Figure 51 : NPS du site Riponne, données brutes non pondérées ( $n = 1\ 331$ ) (Q1.7).....	73
Figure 52 : Potentiel de recommandation du Site Riponne par les répondants, sur une échelle de 0 à 10, par statut professionnel ( $n = 1\ 331$ ) (Q1.7).....	74
Figure 53 : Niveaux de satisfaction des usagers-ères du site Riponne interrogé-e-s, par type de prestation et par note attribuée, de 1 (pas du tout satisfait) à 7 (tout à fait satisfait) (Q1.8).....	75
Figure 54 : Radar des niveaux moyens de satisfaction des usagers-ères du site Riponne interrogé-e-s, par type de prestation et par statut professionnel (Q1.8) .....	76
Figure 55 : Nuage de mots réalisé par Quatrics sur la base des commentaires libres ( $n = 571$ ) (Q5.1) .....	77
Figure 56 : Répartition des commentaires libres par thème ( $n = 571$ ) (Q5.1).....	78
Figure 57 : Répartition des commentaires libres par objectif ( $n = 571$ ) (Q5.1) .....	79
Figure 58 : Répartition des commentaires libres par sentiment ( $n = 571$ ) (Q5.1) .....	79
Figure 59 : Taux d'inscription à la BCUL ( $n = 1\ 900$ ) (Q2.1) .....	81
Figure 60 : Connaissance de l'offre numérique, par plateforme ( $n = 1\ 900$ ) (Q2.2).....	82
Figure 61 : Connaissance de l'offre numérique, par plateforme et en fonction de la fréquentation du site Riponne ( $n = 1\ 900$ ) (Q2.2 x Q1.1) .....	83
Figure 62 : Connaissance de l'offre numérique, par plateforme et par tranche d'âge ( $n = 1\ 900$ ) (Q2.2) .....	84
Figure 63 : Utilisation des offres en ligne, par plateforme ( $n = 1\ 900$ ) (Q2.2 x Q2.3).....	85
Figure 64 : Fréquence d'usage des utilisateurs-trices de chaque offre numérique (Q2.5).....	87
Figure 65 : Raisons de non-usage des offres numériques, bien qu'elles soient connues ( $n = 256$ ) (Q2.4) .....	88
Figure 66 : Raisons de non-usage des offres numériques, bien qu'elles soient connues, par tranche d'âge ( $n = 256$ ) (Q2.4) .....	89
Figure 67 : Proportion de détracteurs, passifs et promoteurs des offres numériques parmi leurs utilisateurs-trices, données brutes non pondérées ( $n = 1\ 118$ ) (Q2.6) .....	90
Figure 68 : NPS des offres numériques, données brutes non pondérées ( $n = 1\ 118$ ) (Q2.6) .....	91
Figure 69 : Impact de l'utilisation des offres numériques sur les prêts physiques ( $n = 1\ 113$ ) (Q2.7) .....	93
Figure 70 : Impact de l'utilisation des offres numériques sur les prêts physiques, par tranche d'âge ( $n = 1\ 113$ ) (Q2.7).....	94
Figure 71 : Diagramme de Sankey de l'usage global des offres numériques par les répondants ( $n = 1\ 900$ ) (Q2 x Q1.1). Les fréquences d'utilisation sont des moyennes, toutes plateformes confondues. ....	96
Figure 72 : Matériel possédé par les répondants ( $n = 1\ 898$ ) (Q3.1).....	98
Figure 73 : Matériel possédé par les répondants, par tranche d'âge ( $n = 1\ 898$ ) (Q3.1).....	99
Figure 74 : Supports des livres utilisés pour le travail ou les études (Q3.2) .....	100
Figure 75 : Supports des livres utilisés pour le travail ou les études, par tranche d'âge (Q3.2).....	101
Figure 76 : Supports des livres utilisés pour les loisirs (Q3.3) .....	102
Figure 77 : Supports des livres utilisés pour les loisirs, par tranche d'âge (Q3.3) .....	103
Figure 78 : Supports des livres utilisés par les répondants : données comparatives (Q3.2 x Q3.3) .....	104

Figure 79 : Supports de la musique écoutés par les répondants (Q3.4) .....	105
Figure 80 : Supports de la musique écoutés par les répondants, par tranche d'âge (Q3.4) ....	106
Figure 81 : Supports de la musique écoutés par les répondants : données comparatives (Q3.4) .....	107
Figure 82 : Supports des films regardés en privé (Q3.5) .....	108
Figure 83 : Supports des films regardés en privé, par tranche d'âge (Q3.5) .....	109
Figure 84 : Supports des films regardés en privé : données comparatives (Q3.5) .....	110
Figure 85 : Lieux ou événements culturels fréquentés par les répondants (n = 1 900) (Q3.9).	112
Figure 86 : Fréquence des sorties culturelles des répondants (n = 1 900) (Q3.9 x Q3.10 + Q3.11) .....	120
Figure 87 : Evolution de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019 (n = 1 900) (Q3.6) .....	122
Figure 88 : Evolution de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019, par tranche d'âge (n = 1 900) (Q3.6) .....	123
Figure 89 : Causes de la réduction de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019 (n = 400) (Q3.7) .....	124
Figure 90 : Causes de l'augmentation de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019 (n = 241) (Q3.8) .....	128
Figure 91 : Sources d'information des répondants pour compléter leurs connaissances (n = 1 898) (Q3.12) .....	134
Figure 92 : Activités de loisirs pratiquées par les répondants au cours des 12 derniers mois (n = 1 896) (Q3.13) .....	137
Figure 93 : Médias utilisés pour les loisirs par les répondants au cours des 12 derniers mois (n = 1 895) (Q3.14) .....	141
Figure 94 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par genre (n = 1 900) .....	146
Figure 95 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par classe d'âge (n = 1 895) .....	146
Figure 96 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par niveau de formation (n = 1 900) .....	148
Figure 97 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par statut professionnel (n = 1 895) .....	149
Figure 98 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par composition du ménage (n = 1 895) .....	150
Figure 99 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par district vaudois (n = 1 625) .....	151
Figure 100 : Répartition géographique de la fréquence de visite du site Riponne, de connexions aux ressources numériques et de sorties culturelles des répondants .....	152
Figure 101 : Résultats de l'ACM - Nuage des individus (Dim. 1-2) (n = 1 849) .....	154
Figure 102 : Résultats de l'ACM - Graphe des variables quantitatives (Dim. 1-2) .....	154
Figure 103 : Résultats de l'ACM - Graphe des modalités des variables actives (Dim. 1-2) .....	155
Figure 104 : Résultats de l'ACM – Visualisation des individus selon leur âge (Dim. 1-2) (n = 1 849) .....	156
Figure 105 : Résultats de la CAH - Arbre hiérarchique des individus (n = 1 849) .....	157
Figure 106 : Résultats de la CAH - Visualisation des 5 classes sur le plan factoriel 1-2 (n = 1 849) .....	157
Figure 107 : Typologie des publics et répartition des répondants (n = 1 849) .....	158

# 1. Introduction

## 1.1 Contexte

« A qui s'adresse-t-on ? » « Quels sont leurs besoins ? »

La connaissance des publics est au cœur des préoccupations des institutions culturelles.

La Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL) effectue régulièrement des études auprès de ses usagers-ères et non-usagers-ères.

La dernière date de 2018 et le Plan Directeur 2021-2025 en prévoit une nouvelle sur la période (BCUL 2021). Ce sera pour 2024.

Cette nouvelle enquête revêt des enjeux supplémentaires. En effet, elle est la première à permettre une prise de recul sur les évolutions des pratiques culturelles de ses usagers-ères depuis l'épisode pandémique mondial lié au COVID-19.

Et les questions sont nombreuses ; car si la BCUL a bien identifié des changements d'usages de la part de ses publics, concernant autant les ressources physiques que numériques, il est encore difficile d'en comprendre les causes et d'en projeter une évolution. Du côté de la littérature scientifique, même si les études sont nombreuses, il est encore tôt pour tirer certaines conclusions.

Les questions préliminaires soumises par notre mandant ont donc été les suivantes :

- « Quelles sont les causes des changements d'habitudes des usagers-ères après la pandémie ? Qu'a-t-elle changé concrètement pour eux ? »
- Y a-t-il une mue vers les collections numériques ? Plus largement, quelles sont les nouvelles habitudes de nos usagers-ères et des consommateurs-trices de la culture depuis la pandémie ?
- Observe-t-on une différence entre les types d'institutions culturelles (bibliothèques, musées, cinémas, concerts, théâtre, etc.) ? »

## 1.2 Cadre de la recherche

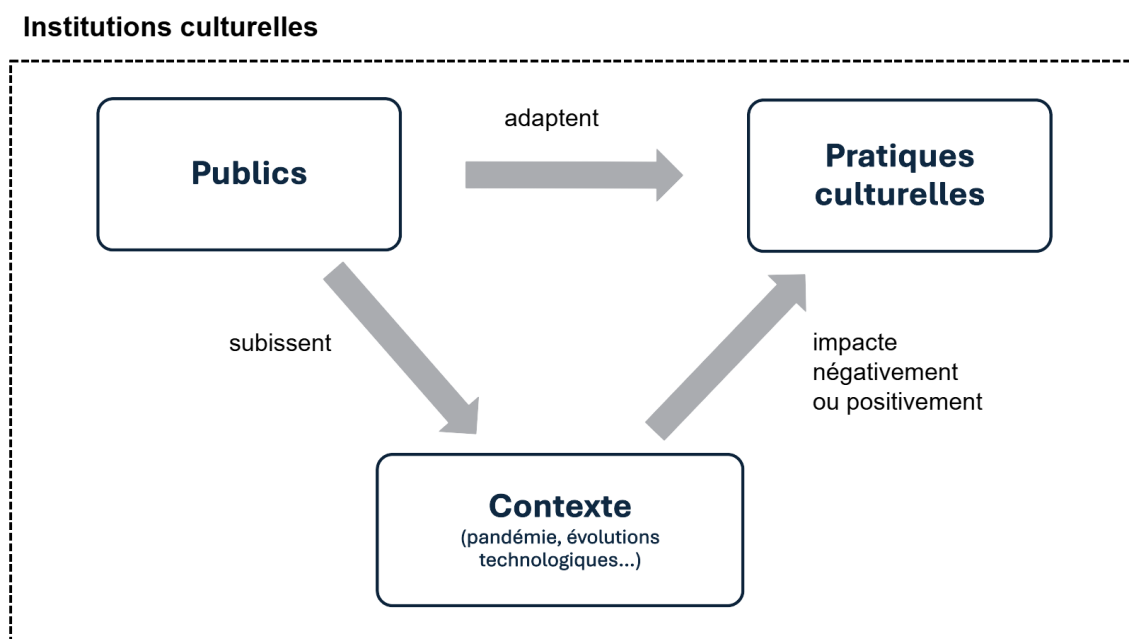
Notre travail s'intègre dans le cadre des études menées sur les pratiques culturelles et sur les enquêtes de publics en particulier.

Les facteurs d'influence considérés ici concernent avant tout l'impact social de la pandémie de COVID-19, qui s'est étendue de 2020 à 2023, ainsi que le degré d'appropriation des nouvelles technologies et des offres culturelles numériques par la population. Nous sommes néanmoins restée vigilante quant à l'identification et la prise en compte de toute autre variable d'intérêt.

Cette recherche vise ainsi à comprendre comment les publics des institutions culturelles suisses et étrangères ont adapté leurs pratiques culturelles depuis 2019, dans un contexte de fortes évolutions technologiques et à l'issue d'un épisode pandémique mondial [Figure 1].

Elle s'appuie sur une étude de cas réalisée auprès de la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL), notre mandant.

Figure 1 : Cadre conceptuel de la recherche



### 1.3 Questions de recherche

L'objectif de cette recherche est de comprendre les grandes évolutions tendanciennes post COVID-19 des pratiques culturelles, en Suisse et à l'étranger, et par l'étude du cas de la BCUL, contribuer à une meilleure connaissance des usagers-ères des services, physiques et numériques, proposés par son site Riponne. Les conclusions doivent permettre à la BCUL d'identifier des leviers d'actions et d'adapter sa stratégie.

Pour ce faire, notre travail s'articule autour de trois questions :

1. Quelles sont les évolutions des pratiques culturelles post COVID-19, en Suisse et à l'étranger, et les causes de ces changements ?
2. Dans quelles mesures l'évolution des pratiques culturelles des usagers-ères des services de la BCUL – site Riponne suit-elle ces tendances générales ?
3. Dans ce contexte, quelles sont les actions à mener par la BCUL pour adapter sa stratégie ?

Pour répondre à ces questions, une méthodologie en trois étapes a été planifiée, selon le tableau suivant [Tableau 1].

Tableau 1 : Questions de recherche et méthodologie adoptée

Questions	Objectifs	Méthodologies	Instruments de collecte et d'analyse	Résultats
<b>1.</b> Quelles sont les évolutions des pratiques culturelles post-COVID-19, en Suisse et à l'étranger, et les causes de ces changements ?	<b>1.</b> Identifier des éléments de compréhension sur l'évolution des pratiques culturelles et formuler des hypothèses	<b>1.1</b> Revue de littérature	<b>1.1</b> Zotero	<b>1.1</b> Éléments de réflexion sur l'évolution des pratiques culturelles
		<b>1.2</b> Exploration et analyse des statistiques de la BCUL	<b>1.2</b> Excel, R	<b>1.2</b> Constat d'évolution BCUL + hypothèses
<b>2.</b> Dans quelles mesures l'évolution des pratiques culturelles des usagers-ères de la BCUL – Site Riponne suit-elle ces tendances générales ?	<b>2.</b> Identifier les moyens et processus de collecte les plus pertinents pour compléter l'enquête longitudinale et en apporter des éléments de compréhension supplémentaires ; puis mener l'enquête	<b>2.1</b> Revue de littérature	<b>2.1</b> Zotero	<b>2.1</b> Recommandations méthodologiques
		<b>2.2</b> Prototypage	<b>2.2</b> Qualtrics	<b>2.2</b> Outils d'enquête
		<b>2.3</b> Production de données	<b>2.3</b> Qualtrics	<b>2.3</b> Dataset
<b>3.</b> Dans ce contexte, quelles sont les actions à mener par la BCUL – Site Riponne pour adapter sa stratégie ?	<b>3.</b> Synthétiser les résultats de l'enquête menée et proposer un plan d'actions pour la BCUL	<b>3.1</b> Analyse	<b>3.1</b> Qualtrics, Excel, R	<b>3.1</b> Synthèse des résultats
		<b>3.2</b> Interprétation des résultats	<b>3.2</b> Traitement de texte	<b>3.2</b> Recommandations stratégiques

Par la suite, nous espérons que la méthodologie d'enquête formalisée dans ce travail pourra servir à d'autres enquêtes au sein de la BCUL, afin d'en simplifier la mise en œuvre et assurer la continuité des mesures dans le temps.

## 1.4 Méthodologie

### 1.4.1 Généralités

Ce travail de Master relève de la recherche appliquée en Sciences de l'information.

La démarche adoptée est avant tout exploratoire et descriptive, dans la mesure où l'année 2023 constitue la première année post pandémie pleine, dont les statistiques sont désormais disponibles ; et vise également à formuler des hypothèses de causalité, voire avancer de premiers éléments explicatifs aux phénomènes observés.

Notre étude de cas s'est effectuée sous mandat de la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL), en Suisse, et concerne plus particulièrement son site de la Riponne, situé au cœur de la ville. Notre périmètre s'est limité à l'évolution des usages de ses collections patrimoniales et grand public, tant physiques que numériques, ainsi que ceux de ses locaux et services. La population cible correspond donc aux usagers-ères qui fréquentent physiquement le site de la BCUL – site Riponne, en étant inscrit-e-s ou non à la BCUL, pour les places de travail, de repos, la consultation

d'ouvrages, la lecture de revues, les postes informatiques, les actions de médiation culturelle et de formations, les services de renseignements et d'impression, et bien sûr les prêts pour les personnes inscrites ; auxquels s'ajoutent les utilisateurs-trices des offres numériques gratuites gérées par la BCUL – site Riponne : eLectures (livres numériques et audios), Presseader (presse francophone et internationale), Artfilm.ch (films et documentaires suisses en streaming), Qwest.tv et Medici.tv (vidéos de musique jazz ou classique), Assimil (autoapprentissage des langues) et Scriptorium (archives de la presse romande). Il est à noter que l'évaluation de l'usage des ressources académiques, via les données COUNTER des éditeurs scientifiques, ne fait pas partie de cette étude, car cet usage concerne plus spécifiquement le public captif des étudiants et est analysé par le site BCUL de l'Unithèque. D'un point de vue quantitatif, en 2022, sur l'ensemble de la BCUL, le nombre d'utilisateurs-ères actifs-ves (emprunts physiques) s'élevait à 15'908 personnes (BCUL 2023, p. 7), non dissociables entre les six différents sites, et la fréquentation sur le site Riponne représentait 267'253 visites sur l'année (BCUL 2023, p. 20).

Notre étude s'inscrit dans la continuité de plusieurs enquêtes de publics précédemment menées par la BCUL et doit garantir autant que possible l'analyse longitudinale des données produites afin d'en dégager des tendances. Enfin, ce travail doit aboutir à un ensemble de recommandations stratégiques pour l'institution ; et permettre à de futures recherches explicatives d'approfondir la compréhension des phénomènes observés et l'établissement de liens de causalités.

Notre recherche cumule donc des approches qualitative (études de documents 1.1 et 2.1 et collectes de données qualitatives 2.3) et quantitative (analyse des statistiques d'usage 1.2 et collectes de données quantitatives 2.3).

Dans un premier temps (1.), nous avons débuté notre recherche par une étude documentaire, dans le but de caractériser l'évolution des pratiques culturelles de la population, consécutive à l'épisode pandémique mondial qui a eu lieu de 2020 à 2022 (1.1). Cette étape a été complétée par l'analyse des statistiques d'usage de la BCUL – site Riponne (1.2), pour en établir un premier constat d'évolution.

La deuxième étape (2.) consiste à mener une enquête auprès des usagers-ères des services de la BCUL – Site Riponne. Cette enquête avait pour but de produire à la fois de nouvelles données permettant d'assurer une analyse longitudinale avec les précédentes enquêtes, et d'en dégager des tendances, mais aussi de fournir des données pour mieux comprendre les phénomènes observés. Pour cela, nous avons tout d'abord déterminé une méthodologie adaptée (2.1), en faisant appel à une sélection d'ouvrages de référence, d'articles scientifiques, ainsi qu'aux cadres normatifs et légaux. Les outils d'enquête ont ensuite été prototypés, testés et validés en collaboration avec le mandant (2.2). La phase de collecte, organisée selon un plan de sondage précis et partagé, a clôturé cette étape du travail (2.3). Le service de communication de la BCUL a été sollicité pour communiquer auprès des usagers-ères. Afin de maximiser la population accessible, les périodes de vacances scolaires (Pâques et été) et d'examens académiques (mi-juin – fin juin) ont été soigneusement évitées pour réaliser l'enquête.

La dernière étape de notre travail (3.) consiste en l'exploitation, l'analyse et l'interprétation des données collectées (3.1), dans le but de formuler des recommandations d'actions pour la BCUL lui permettant de s'adapter à l'évolution du

contexte (3.2). En fonction de leur typologie, les données ont été traitées directement dans Qualtrics, ou reprises sur Excel ou RStudio en programmation R.

Afin de garantir une recherche responsable, intégrée et transparente, nous avons été très attentive à la protection des données personnelles collectées et avons documenté les biais inhérents à la méthodologie d'enquête choisie. Enfin, nous avons veillé à l'indépendance et à la véracité de nos résultats en nous appuyant sur une documentation détaillée et des sources multiples. Ainsi, à des fins de triangulation, nous avons analysé la cohérence de nos résultats à la lumière des informations collectées lors de notre revue de littérature (1.1 et 2.1) et produites par la BCUL lors de ses études antérieures (1.2). Néanmoins, la méthodologie d'enquête choisie a restreint la représentativité de nos résultats et ne permet pas d'en assurer la généralisabilité.

#### **1.4.2 Ordonnancement des étapes**

Le travail s'est étendu sur une période de 6 mois, du 22 février au 15 août 2024. La planification a été construite en trois grandes phases, conformes à la méthodologie générique des études de publics énoncée par Christophe Evans (2017, p. 9) :

A- une phase exploratoire,

où ont été menées parallèlement les étapes de revue de littérature, tant sur l'évolution des pratiques culturelles (1.1) que sur les méthodologies d'enquête des publics (2.1), ainsi que l'exploration des données fournies par la BCUL (données induites et études antérieures) (1.2), pour aboutir à la formulation d'hypothèses et à une recommandation de méthodologie à adopter (fin mars).

B- une phase terrain,

où les outils d'enquête ont tout d'abord été construits, par prototypage, tests et validation (2.2). La collecte des données (2.3) s'est étendue sur une fenêtre allant du 30/04/24 au 09/06/24, située idéalement en dehors des périodes de vacances scolaires et d'examens académiques, afin d'optimiser les taux de participation et de limiter les défauts de couverture. Cette fenêtre a constitué notre chemin critique. En parallèle, les sources de triangulation ont été complétées et différentes méthodes d'analyse ont commencé à être investiguées.

C- une phase d'exploitation des données,

où les données ont été analysées (3.1) et l'interprétation des résultats a permis de dégager une série de recommandations utiles à la BCUL (3.2).

Le suivi de l'avancement s'est articulé autour de quatre comités de pilotage avec le mandant, pour préciser le cadre de l'étude, coordonner l'enquête et présenter les livrables intermédiaires, et des échanges avec le Directeur de recherche, pour valider la démarche méthodologique.

## 1.5 Périmètre initial de la recherche

### 1.5.1 Les pratiques culturelles

Afin de bien cerner ce qu'intègre la notion de « pratiques culturelles », nous nous sommes référée à la définition de P. Coulangeon dans son court ouvrage sur la sociologie des pratiques culturelles, que nous reportons ici :

*« Par pratiques culturelles, on entend généralement l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui [...] participent à la définition des styles de vie : lecture, fréquentation des équipements culturels (théâtres, musées, salles de cinéma, salles de concerts, etc.), usages des médias audiovisuels, mais aussi pratiques culturelles amateurs. » (Coulangeon 2010, p. 3-4)*

Cette première définition s'avère insuffisante pour couvrir l'entier du périmètre que nous souhaitons étudier. C'est pourquoi nous avons suivi la proposition de l'auteur d'étendre le champ des activités considérées :

*« [...] [O]n adoptera ici une définition ouverte en y incluant notamment certaines activités de semi-loisirs (jardinage, bricolage) [...], ainsi que des pratiques liées à l'informatique et aux nouvelles technologies. [...] Le domaine des pratiques sportives, en revanche, est exclu [...] » (Coulangeon 2010, p. 4)*

Ce choix s'est vu confirmé lors de l'étude des enquêtes sur les pratiques culturelles menées en Suisse notamment, qui abordent ces domaines et auxquelles nous souhaitons correspondre en partie (Office fédéral de la statistique (OFS) 2020a; État de Vaud 2021).

### 1.5.2 La BCUL – site Riponne et ses publics

#### 1.5.2.1 La BCUL

La Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL) est une institution publique suisse « à vocation patrimoniale, culturelle, académique et formatrice » (BCUL 2021, p. 20) au service de la communauté académique de l'université de Lausanne (UNIL) et de la population vaudoise.

Selon son plan directeur 2021-2025, ses missions consistent à (BCUL 2021, p. 20) :

- Former ses usagers-ères aux compétences informationnelles
- Fournir un accès gratuit et facilité aux savoirs, quel qu'en soit le support
- Développer et gérer ses ressources documentaires
- Proposer des actions de médiation culturelle, sur place et en ligne
- Conserver et valoriser le patrimoine vaudois
- Coordonner les bibliothèques scolaires du canton
- Piloter le Réseau Renouvaud
- Orienter les pratiques bibliothéconomiques vaudoises
- Coopérer au sein des réseaux professionnels nationaux et internationaux.

Son niveau d'activité en fait une des plus importantes bibliothèques de Suisse. Ainsi en 2022, la BCUL déclarait (OFS, 2023) :

- 8'611'727 unités physiques dans son fonds (2<sup>e</sup> rang suisse derrière l'ETHZ)



- 1'355'778 entrées physiques (4<sup>e</sup> rang)
- 2'529'819 consultations de journaux et périodiques électroniques (5<sup>e</sup> rang)
- 222 personnes salarié-e-s (5<sup>e</sup> rang)
- Plus de 25 millions CHF de dépenses courantes.

La BCUL est placée sous l'autorité de l'État de Vaud et dépend directement de la Direction Générale de la Culture (DGC), qui vient de remplacer le Service des Affaires Culturelles (SERAC), rattaché depuis 2022 au Département de la Culture, des Infrastructures et des Ressources Humaines (DCIRH) (État de Vaud 2024).

Le cadre légal qui régit les activités de la DGC relève principalement de la loi sur la vie culturelle et la création artistique (LVCA), pour son domaine *Encouragement à la Culture*, et de la loi sur le patrimoine mobilier et immatériel (LPMI), pour son domaine *Institutions et Patrimoine*. Les articles 30 et 32 de la LPMI s'appliquent spécifiquement à la BCUL (État de Vaud 2014).

L'institution s'étend sur 6 sites, implantés dans l'agglomération lausannoise : la BCUL – site Riponne en centre-ville, l'Unithèque et l'Internef sur le site universitaire de Dorigny, ainsi que les bibliothèques de la Haute Ecole Pédagogique (HEP Vaud), des Gymnases de Renens et de Provence.

### 1.5.2.2 Le Palais de Rumine

Le site Riponne de la BCUL est situé au deuxième niveau du Palais de Rumine, vaste monument inauguré en 1902, dominant la place de la Riponne (Canton de Vaud 2020a).

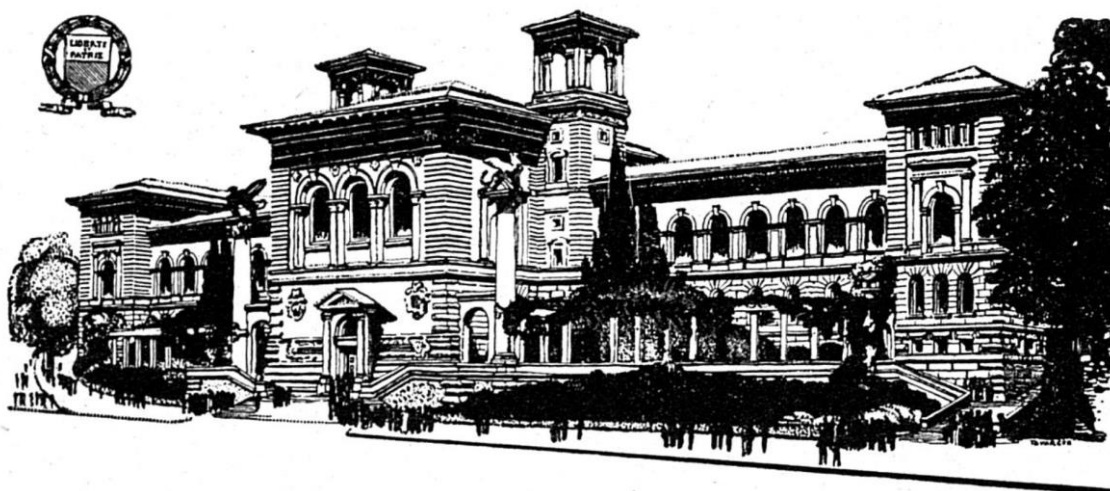


Figure 2 : Le Palais de Rumine, gravure figurant sur la page de couverture des rapports annuels de la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne, de 1926 à 1955 © BCUL (BCUL 1927)

Deux musées cantonaux occupent également ce bâtiment [Annexe 1] (Canton de Vaud 2020b) :

- Le Musée cantonal d'Archéologie et d'Histoire (MCAH), dont ses collections monnaies et médailles
- Les départements de Géologie et de Zoologie de Naturéum, Muséum cantonal des Sciences naturelles.

Depuis 2019, le Musée cantonal des Beaux-Arts (MCBA) a quitté le Palais de Rumine pour intégrer le nouveau pôle muséal de PLATEFORME 10 (Plateforme 10 2022).

De son côté, la rénovation et l'avenir du Palais de Rumine constitue un projet complexe toujours d'actualité, qui devrait aboutir à la création d'un futur « Palais des Savoirs », initialement prévu à horizon 2028 (RTS 2021).

### 1.5.2.3 Collections

Les quelques 2,4 millions de documents physiques et l'ensemble des ressources numériques du site Riponne sont affectés aux collections de la façon suivante (BCUL 2024a) :

- Collection grand public

Collection tout public composée d'ouvrages et de documents multimédias, tant fictions que documentaires, destinés à l'étude et aux loisirs. Elle se caractérise par un fonds important de DVD ; des documents en allemand, anglais, italien, espagnol et portugais ; des méthodes de langue, dont le français, dictionnaires et lectures faciles ; de la littérature africaine francophone ; des livres audios ; des livres imprimés en gros caractères ; un rayon bandes dessinées, mangas, romans graphiques ; une sélection d'ouvrages « jeunes adultes » et de documents pour enfants. Cette collection se distingue des fonds universitaires et se veut complémentaire à l'offre des bibliothèques municipales.

L'espace presse de l'entrée propose également un grand choix de journaux issus de la presse régionale, suisse et internationale, ainsi que des magazines d'actualité.

- Pôle patrimonial

- Documentation vaudoise :

Collection exhaustive relative au canton de Vaud, comprenant des livres, guides, cartes, publications et plaquettes locales, revues, articles, DVD, enregistrements vidéo et audio. De nombreuses bases de données complètent cette offre, dont Scriptorium pour la presse vaudoise numérisée.

- Dépôt légal, selon la LPMI art. 32 (État de Vaud 2014) :

Conservation de l'ensemble des publications éditées ou imprimées dans le canton depuis 1938, et numériques depuis 2015.

- Pôle musical

- Musique :

Collection multi-support (CD, vinyles, DVD, livres, partitions, revues, bases de données) principalement consacrée à la musique classique, mais aussi au jazz, aux musiques actuelles, à la chanson française à texte, aux musiques du monde et à la musique de film. Elle s'adresse aux amateurs-trices de musique de tout âge, intéressé-e-s par son étude, sa pratique ou son écoute. Un piano numérique est en outre à disposition des usagers-ères.

- Archives musicales :

Partitions de compositeurs-trices romand-e-s et nombreux fonds documentaires sur la création musicale en Suisse romande.

- Patrimoine sonore :

CD et vinyles de musiciens, groupes et labels vaudois.

Seuls 15% des documents physiques sont en libre accès. Les autres, stockés dans les magasins en sous-sol voire au dépôt de Lucens (DABC), sont accessibles sur demande. Les usagers-ères sont donc fortement encouragé-e-s à consulter les outils de recherche pour accéder à l'entier des collections et à celles des autres sites. La recherche documentaire s'effectue principalement via l'outil de découverte Renouvaud, catalogue

du réseau vaudois de bibliothèques, et l'interface de recherche Patrinum, pour les fonds patrimoniaux numérisés.

#### **1.5.2.4 Offre numérique**

De façon complémentaire aux autres sites BCUL, le site Riponne gère une offre de ressources numériques non académiques, destinée à un large public, disponibles à distance et gratuites :

- eLectures, pour les livres numériques et audios (depuis 2015)
- PressReader, pour la presse francophone et internationale (depuis 2015)
- Artfilm.ch, pour des films et documentaires suisses en streaming
- Korto, plateforme lausannoise du court-métrage (depuis mai 2024)
- Qwest.tv et Medici.tv, pour des vidéos de musique jazz ou classique
- Assimil, plateforme d'apprentissage des langues
- Fringale, podcast de la BCUL diffusant des créations sonores et des interviews.

Nous relevons en outre le positionnement pionnier et visionnaire de la BCUL envers les nouvelles technologies numériques : en 2007, elle est la première bibliothèque francophone à s'associer à Google pour la numérisation de sa collection ; en 2010, elle met à disposition les premiers iPads alors qu'ils n'étaient encore disponibles qu'aux États-Unis ; et prête des liseuses dès 2015 (Canton de Vaud 2017).

#### **1.5.2.5 Services**

En dehors de la période estivale, la bibliothèque est ouverte en libre-accès de 8h à 22h du lundi au vendredi et de 8h à 17h le samedi. Elle est fermée le dimanche, sauf à quelques dates en période d'examens. Du personnel est disponible aux guichets de prêts et d'information de 10h à 18h les lundis, mardis, mercredis, vendredis, de 14h à 20h les jeudis et de 10h à 13h les samedis. Une borne de prêt et une armoire de retour complètent ce service.

Les espaces, fortement contraints par les spécificités du bâtiment [Annexe 2], s'étendent sur deux niveaux pour un total de 4'610 m<sup>2</sup> (Frey et al. 2010, p. 60) et offrent 225 places de travail ainsi qu'une petite salle réservable pour 2 à 6 personnes, dont les taux d'occupation peuvent être suivis en temps réel grâce à l'application Affluences.

Sur place, les usagers-ères du Site Riponne bénéficient de postes informatiques, du wifi gratuit et d'un accès libre aux ressources électroniques, d'imprimantes multifonctions, de scanners pour microfilms et d'une borne de chargement. Il est également possible d'emprunter des objets allant de la rallonge multiprise au lecteur DVD, de la liseuse au jeu d'échec ou de la platine vinyle au robot Thymio.

L'inscription est gratuite. Elle est possible dès 14 ans, pour toute personne résidant en Suisse, travaillant dans le canton de Vaud ou appartenant à la communauté académique lausannoise (UNIL, EPFL, HEP Vaud, Gymnases de Provence et Renens), ainsi que pour les Suisses et les Suissesses de l'étranger (BCUL 2024b).

La BCUL pratique le prêt entre bibliothèques (PEB), l'envoi par poste et la livraison à domicile sous conditions. Les documents rares ou précieux sont consultables sur place.

Des sessions de formation ont lieu régulièrement. Elles s'adressent à un large public et concernent l'utilisation de eLectures et la recherche documentaire sur Scriptorium ou Renouvaud. Le site Riponne organise également des visites de classe pour les gymnasien-ne-s et les apprenti-e-s, ainsi que des visites de groupe, des magasins notamment, sur demande ou lors d'évènements tels que de la Nuit des Musées ou le BiblioWeekend. L'accompagnement des usagers-ères est soutenu par des tutoriels vidéo d'autoformation sur l'usage de la BCUL et de ses ressources, et par un service de Questions/Réponses, en asynchrone et en chat, inauguré en 2022, au franc succès.

Les actions de médiation sont quant à elles orchestrées par un service centralisé commun à tous les sites de la BCUL. Elles se traduisent sur le site Riponne par des apéros-philo ou des rencontres, destinés à un public plutôt érudit, et des expositions temporaires de valorisation des collections dans le hall d'entrée.

De la même façon, la communication est gérée et harmonisée en central. La BCUL dispose ainsi d'un site Internet, d'une chaîne YouTube et d'un Blog. Elle diffuse une newsletter et publie sur les réseaux sociaux via ses comptes LinkedIn, Facebook et Instagram.

#### **1.5.2.6 Publics**

*« Le salon de lecture a été fréquenté d'une manière assidue par Messieurs les étudiants ; il a aussi continué à être fréquenté par Messieurs les professeurs et par le public. » (BCUL 1882, p. 142)*

L'histoire de la bibliothèque remonte à 1537 au cœur de la Cité. A cette époque, elle est uniquement réservée aux professeurs (BCUL 2024b). En 1881, le rapport annuel de la bibliothèque distinguait les prêts effectués par « les étudiants et les abonnés » de ceux réalisés par « les professeurs et les personnes autorisées » (BCUL 1882, p. 142).

En 1898, la bibliothèque devenue « cantonale et universitaire » applique la loi proclamant la gratuité à toute personne domiciliée dans le canton, moyennant une caution. Le nombre de lecteurs double et l'auteur du rapport informe que les lieux ne sont plus de ces « bibliothèques calmes comme des dortoirs de couvent, à peine hantées par 4 ou 5 lecteurs » (citation de Charles Monselet dans BCUL 1898, p. 36). En 1900, la BCUL affirme toucher « toutes les classes de la population » (BCUL 1901, p. 37) et 241 personnes par jour en moyenne fréquentaient la bibliothèque en 1910 (BCUL 1911, p. 24). Outre la récurrence des remarques sur l'étroitesse de la salle de lecture, l'auteur du rapport annuel de 1930 déclare des difficultés à maintenir le calme nécessaire aux « travailleurs » (BCUL 1931, p. 5).

L'activité change après-guerre : l'utilisation des collections doublent en 20 ans (BCUL 1951, p. 1) et en 1960, la salle de travail, qui ouvre 13 heures par jour, est « le refuge de nombreux étudiants et chercheurs » auxquels se joignent des gymnasien-ne-s (BCUL 1961, pp. 3-4). Les collections universitaires sont transférées sur le campus de Dorigny en 1968, et en 1971, la BCUL lance SIBIL (Système Intégré des Bibliothèques de Lausanne), premier catalogue informatisé de Suisse (BCUL 2024b). A cette époque, la BCUL compte 7'022 usagers-ères actifs-ves (prêts ou consultations) (BCUL 1971, p. 16). S'ensuivent 20 années de profondes réorganisations liées à la décentralisation de la BCUL sur plusieurs sites. En 1990, elle a quasiment doublé ses lecteurs-trices actifs-ves et déclare s'adresser « aussi bien à l'Université qu'à un vaste public cultivé ». Les prêts décollent suite à la mise à disposition progressive des collections en libre-

accès, mais aussi à l'élargissement de l'accès au catalogue et à l'introduction du prêt électronique, pour le prêt entre bibliothèques (BCUL 1991, pp. 5-7).

Le rapport annuel de l'an 2000 fait état d'une mutation du site Riponne d'une « bibliothèque traditionnelle en une médiathèque », confrontée aux problématiques liées à une forte diversification des supports documentaires (DVD, CD, cassettes VHS et audio) (BCUL 2001, p. 9). La bibliothèque est orientée vers « un public cultivé et les élèves des gymnases », notamment pour leur travail de maturité, et reste active dans le domaine musical (BCUL 2001, p. 5). Le nombre de lecteur-trices actifs-ves s'élève alors à 20'788 pour plus de 400'000 prêts physiques et 430'000 requêtes sur les serveurs de la BCUL (BCUL 2001, p. 14-16).

2008 marque un tournant dans la gestion de l'institution avec l'arrivée de Jeannette Frey à sa direction, dans un contexte de crise interne et d'évolution rapide des nouvelles technologies (BCUL 2011, pp. 3-7). Un gros travail de réflexion sur les publics de la BCUL et de prospective sur leurs besoins à horizon 2035 est alors mené. C'est dans ce cadre qu'une typologie des publics-cibles est élaborée en 2009 (Frey et al. 2010, pp. 22-24), puis simplifiée en 2012 (Albenque 2013) [Tableau 2].

Tableau 2 : Typologie des publics cibles de la BCUL – site Riponne, définie en 2009 et simplifiée en 2012.

Typologie des 12 publics-cibles en 2009 (Frey et al. 2010, pp. 22-24)	Typologie des 6 publics-cibles en 2012 (Albenque 2013)	
Adolescent-e-s de 14 à 18 ans (gymnastien-ne-s et autres)	Apprenant-e-s, dès 14 ans	Cœur de cible
Public étudiant en ville		
Public vaudois de Lausanne et d'ailleurs	Grand public cultivé, y compris les alumni	Cœur de cible
Public des musées du Palais de Rumine		
Auteur-trice-s, éditeur-trice-s, traducteur-trice-s		
Communes et agglomérations vaudoises		
Communautés étrangères	Public multiculturel	Public de niche
Nouveaux-elles arrivant-e-s (Suisse et hors Suisse)		
Personnes en quête d'emploi		
Public en situation d'illettrisme	Jeunes adultes, côté loisirs	Public de niche
Musicien-ne-s (élèves, professeur-e-s, professionnel-le-s, amateur-trice-s)		
Population de + de 64 ans	Seniors ou de plus de 64 ans	Public supplémentaire

Confrontée à la dématérialisation de ses collections et aux rapides changements des pratiques culturelles, la BCUL mesure en outre l'intérêt de procéder à des enquêtes de satisfaction régulières auprès de ses usagers et usagères (BCUL 2011, p. 6).

Une grande enquête généraliste est menée en 2008, complétées les années suivantes par des enquêtes plus spécifiques sur les manifestations culturelles en 2010, les non-

publics en 2011 et les ressources numériques destinées au grand public en 2012. La dernière grande enquête date de 2018. Elle s'inscrivait dans le cadre du Plan directeur 2015-2020 de la BCUL, qui prévoyait de « Conduire des enquêtes pour actualiser les connaissances sur les besoins de ses divers publics » (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 5).

Si l'enquête 2008 décrivait l'utilisateur type du site Riponne comme une personne âgée de 21 à 30 ans et en lien avec le domaine de la formation, elle remarquait que plus d'1/3 des usagers-ères n'étaient pas des étudiant-e-s (Wullyamoz 2008, p. 39).

L'enquête 2018 a quant à elle révélé un public assidu dans sa fréquentation du site Riponne, moins cloisonné qu'attendu entre les pratiques des « apprenants » et des « non-apprenants » et enfin conservateur dans sa conception du rôle des bibliothèques (Simonet, Bezençon 2019).

Depuis, le nouveau plan directeur 2021-2025 prévoit une révision de la cartographie des usagers-ères de la BCUL, dans le but de recentrer ses prestations sur leurs besoins actuels (BCUL 2021, p. 21).

### **1.5.3 Le COVID-19**

La maladie à coronavirus (COVID-19) est une maladie infectieuse causée par un virus respiratoire. L'épidémie de COVID-19 a constitué une urgence de santé publique de portée internationale du 30 janvier 2020 au 5 mai 2023 (Organisation mondiale de la Santé (OMS) 2020; 2023).

A l'issue de cette période, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) comptabilisait 765 millions de cas confirmés et 6,9 millions de décès déclarés (Nations Unies 2023).

Pour limiter la propagation du virus et en fonction des taux d'infection de la population, de nombreuses mesures de restriction sanitaires ont été mises en place par les États, telles que le confinement total ou partiel, le télétravail, la limitation des déplacements, les restrictions de voyages, la fermeture des frontières, la fermeture des commerces non essentiels, le couvre-feu, les interdictions ou limitations des regroupements de personnes, les jauges d'accueil, les tests antigéniques, le pass sanitaire ou vaccinal, la distanciation physique et le port du masque, en parallèle d'une vaste campagne mondiale de vaccination (Cheng et al. 2020; Département fédéral de l'intérieur (DFI) 2022; U.S. Department of Defense 2024).

En mai 2023, le Directeur général de l'OMS, Dr Tedros, relevait l'impact profond de cet épisode pandémique sur la société, laissant de « profondes cicatrices sur notre monde », en soulignant notamment la confiance érodée de la population envers leurs institutions, alimentée par un « torrent [...] de désinformation » (Nations Unies 2023).

Dans ce contexte, la BCUL a organisé son activité de la façon suivante, conformément aux réglementations et protocoles sanitaires émis par la confédération et le Canton de Vaud :

- du 14 mars au 10 mai 2020 : fermeture complète de la bibliothèque
- du 11 mai au 28 juin 2020 : permanence téléphonique sans guichet ni ordinateur
- de janvier à février 2021 : espaces fermés
- du 13 septembre 2021 au 17 février 2022 : pass COVID

## 2. Revue de littérature et données induites

Nous avons tout d'abord recherché des mesures de l'impact du COVID-19 sur les pratiques culturelles ainsi que sur les industries culturelles et créatives dans la littérature scientifique. Nous avons également cherché des éléments de réflexion sur leur évolution et d'éventuels changements de paradigme.

### 2.1 Etat des lieux et éléments de réflexion

#### 2.1.1 Choc, adaptabilité et résilience

« Restez chez vous ! »

En mars 2020, l'annonce abrupte du confinement d'une partie de la population mondiale a constitué un véritable choc.

Écoles, commerces, lieux publics et institutions culturelles se sont retrouvés fermés. Dans ce contexte, comment continuer à apprendre, à travailler, à s'approvisionner, à interagir et à se divertir ?

Au Québec, une vaste campagne d'archivage et d'analyse des initiatives culturelles et scientifiques menées depuis le début de la pandémie a été coordonnée par le Centre de Recherche interuniversitaire sur la littérature et la culture au Québec (CRILQ). Ce dernier a caractérisé 4 périodes chronologiques consécutives au premier confinement de sa population, résumées par les termes « réaction, adaptation, normalisation, résistance et hybridation » (Guay, Leroux, Bouliane 2024, p. 12).

La phase de réaction correspond à un ensemble d'initiatives spontanées pour trouver des services alternatifs et maintenir les liens sociaux, en ayant la plupart du temps recours aux technologies numériques (Guay, Leroux, Bouliane 2024, pp. 12-14). Du point de vue des bibliothèques, cela s'est principalement traduit par (Baker, Ellis 2021, p. 5) :

- La promotion des ressources numériques (livres et revues électroniques)
- Une animation plus soutenue des communautés sur les réseaux sociaux
- Le recours à la numérisation
- La réservation en ligne de documents
- Le développement des offres en ligne (plateformes d'apprentissage par ex.)
- Le soutien aux compétences informationnelles
- La diffusion d'informations sur le COVID-19 et l'identification de *fake news*

McMenemy, Robinson, Ruthven recensent également plusieurs types d'actions menées à travers le monde (2022) [Tableau 3] :

Tableau 3 : Exemples d'initiatives menées par les bibliothèques lors de la pandémie de COVID-19

Services alternatifs	Click and collect
	Livraison à domicile
	Services mobiles
Maintien des liens	Couverture Wifi étendue
	Prêt de matériel (ordinateurs)
	Soutien technique

	Aide à l'apprentissage en ligne
	Services d'ordre social
	Groupes de lecture en ligne
	Animation des réseaux sociaux
	Serveurs de jeux, chat
Recours au numérique	Offres numériques en ligne
	Histoires pour enfants, heure du conte, lectures
	Soutien aux compétences informationnelles
	Evènements virtuels (visioconférences, webinaires)
	Mise à disposition de contenus libres d'accès
	Collaborations avec institutions GLAM et entreprises
	Développement de l'offre de livres électroniques

Du côté de la population confinée, les temps d'écran et le recours aux réseaux sociaux ont augmenté (Jonchery, Garcia 2023).

La phase d'adaptation coïncide avec le premier déconfinement et la reprise des activités culturelles en présentiel sous conditions : distanciation, jauges, protocoles sanitaires. En parallèle certaines institutions ont professionnalisé leur production de contenus numériques (Guay, Leroux, Bouliane 2024, pp. 14-17).

La phase de normalisation est celle d'une « nouvelle normalité » : celle des visioconférences, du télétravail, des pratiques culturelles en ligne, aboutissant à une forme de fatigue numérique. En parallèle, cette période instaure de nouvelles habitudes dans la population, trouvant une certaine praticité, un confort ou une sécurité dans les formats numériques, pouvant engendrer un repli sur soi (Guay, Leroux, Bouliane 2024, pp. 17-19).

Enfin la phase de résistance et d'hybridation voit une partie de la population et des acteurs culturels souhaiter revenir au présentiel et recourir à des formats de médiation mixtes, physique et numérique. Cette flexibilité semble désormais attendue dans de nombreux domaines (Guay, Leroux, Bouliane 2024, pp. 19-21).

### 2.1.2 Les impacts sur les industries culturelles et créatives

Dans ce chapitre, nous nous référons au rapport de la World Intellectual Property Organization (WIPO) de 2022 traitant de l'impact de la pandémie sur les industries créatives et culturelles (Vecco et al. 2022). Ce document fait une synthèse de très nombreux rapports et études scientifiques parus entre 2020 et 2022 à l'échelle mondiale. Nous nous attachons ici à en extraire des éléments relatifs aux comportements des consommateurs-trices de produits culturels.

Parmi les effets mesurés sur l'édition, le rapport de la WIPO mentionne une augmentation de l'usage de livres électronique en bibliothèque, ainsi qu'une augmentation de la lecture dans près de 60% des pays interrogés, associée à une meilleure appropriation des supports numériques sur la période pandémique. Il est même fait mention d'un « passage exponentiel au numérique » et d'une croissance continue des ventes en ligne, ne compensant toutefois pas les pertes de revenus (Vecco et al. 2022, p. 17). Certains éditeurs ont par ailleurs ouvert un accès facilité voire gratuit à leurs ressources, tandis que le piratage numérique triplait en Espagne et que de nombreux pays fermaient bibliothèques et librairies (Vecco et al. 2022, pp. 16-23).



Concernant plus spécifiquement les bibliothèques, une étude allemande relate que les prêts électroniques ont augmenté 6 fois plus vite que les ventes de livres numériques en 2020. De manière générale, la crise du COVID-19 a accéléré la transformation numérique des institutions, bien que souvent confrontées à des restrictions budgétaires et à de réelles difficultés de mise en œuvre de solutions opérationnelles liées respect du droit d'auteur et des licences contractées (Vecco et al. 2022, pp. 33-39).

Dans le secteur de l'audiovisuel, ce sont les grandes plateformes en ligne déjà leader du marché qui se sont renforcées et qui imposent désormais leur modèle économique. Le cinéma a quant à lui été le plus impacté ; la fermeture des salles associée à la diffusion des nouveautés en VoD ont engendré une baisse des recettes de moitié. Le rapport relève un intérêt marqué en Europe pour la SVOD au détriment de la télévision payante, tendance qui semble s'ancrer comme nouvelle pratique culturelle depuis la pandémie. (Vecco et al. 2022, pp. 7-12).

Le secteur de la musique a subi les annulations de concerts, tournées et festivals de plein fouet, suivies par les restrictions de voyage. Là aussi, les artistes et acteurs culturels ont proposé des spectacles en ligne via des plateformes numériques, modèle de diffusion qui semblait à l'époque ne pas devoir perdurer. Du côté de la musique enregistrée, après une baisse générale en 2020, 2021 a atteint des niveaux de revenus records, poursuivant sa transition vers le streaming pour les formats numériques. Étonnamment, les écoutes en streaming ont généralement baissé dans les pays en confinement, révélant un usage initial de ces services sur les temps de transport ou de pratique sportive par exemple. Le rapport souligne l'émergence de l'utilisation d'applications pour écouter de la musique sur téléviseurs, ordinateurs, tablettes ou smartphones, citant notamment de nouvelles fonctionnalités sur Spotify et l'attractivité des publications sur les réseaux sociaux tels que TikTok (Vecco et al. 2022, pp. 12-16).

Le domaine des arts visuels a été très affecté par la pandémie, engendrant de nombreux licenciements et la fermeture de lieux culturels. En parallèle, cette industrie a su innover en proposant des expositions virtuelles et des ventes en ligne ou via les réseaux sociaux (Vecco et al. 2022, pp. 23-27).

Les musées ont tout d'abord subi des fermetures massives puis les conséquences directes de la réduction du tourisme mondial. Dans ce contexte, ils ont investi les technologies numériques, souvent avec succès pour les établissements qui disposaient des compétences nécessaires. Afin de rester en contact avec leurs publics, ils ont ainsi proposé des visites virtuelles ou en réalité augmentée, des collections et des expositions en ligne, des contenus de podcast et sur les réseaux sociaux, des programmes éducatifs, des jeux vidéo voire de la médiation par gamification. Ces innovations semblent pérennes et constituer autant de ressources complémentaires aux visites traditionnelles. Plusieurs études ont d'ailleurs démontré un développement et une diversification des publics grâce à ces nouvelles orientations stratégiques, améliorant par la même occasion l'accessibilité et l'inclusivité des institutions. En parallèle, la numérisation d'œuvres pour une publication en ligne a pu se heurter à des contraintes légales dans certains pays et s'est adressée majoritairement à la communauté académique. Le rapport relève de nombreuses collaborations avec Google Art & Culture. (Vecco et al. 2022, pp. 27-33).

Dans ce contexte, des mesures de soutien au secteur culturel ont été largement mises en œuvre par les autorités politiques à travers le monde (Vecco et al. 2022).

### 2.1.3 Les impacts sur la population

Les impacts sociaux sont multiples.

Tout d'abord, le recours aux formats numériques a tout de même eu certaines limites à l'échelle mondiale, l'ensemble de la population ne disposant pas d'un accès à l'électricité ou à internet, d'appareils mobiles ou de moyens de paiement dématérialisés, parfois conjugués à un manque de confiance dans le commerce électronique ou de compétences numériques limitées (Vecco et al. 2022, p. 25 et p.33). Ces mutations dans les pratiques culturelles ne se sont donc pas propagées uniformément auprès de tous les publics. La « fracture numérique » a là encore accentué les inégalités.

Le confinement a aussi entraîné des effets délétères sur la santé mentale de la population. Une étude américaine, publiée en tout début de confinement, prévoyait déjà un risque accru de maladies psychiatriques (Pfefferbaum, North 2020). Un phénomène de détresse psychologique a aussi été constaté chez de nombreuses personnes ayant augmenté leurs consultations des réseaux sociaux à la recherche d'information sur le COVID-19. L'anxiété résultante incitait à une utilisation compulsive de ces médias, auto-entretenant ainsi le trouble (Guo et al. 2021).

Ce contexte a en outre constitué le terreau idéal à la circulation de fausses informations et de rumeurs au sein de la population (Guo et al. 2021). Les théories conspirationnistes promues par des médias alternatifs sont devenues virales sur les réseaux sociaux et ont altéré la cohésion sociale et la confiance des citoyens dans les institutions (Giry 2022).

Enfin, la 4<sup>e</sup> édition du rapport sur les sorties en temps de COVID-19, portant sur la population suisse à l'automne 2022, a retenu toute notre attention (Morf et al. 2022). Cette enquête dresse en effet le constat qu'une partie importante de la population s'est détournée des lieux culturels et préfère rester chez elle. Ce repli semble amplifié par plusieurs facteurs additionnels à la pandémie, dont le contexte social, économique, environnemental et géopolitique actuel anxiogène, et le télétravail (Morf et al. 2022, p. 47). Les personnes les plus impactées sont les femmes, les personnes de plus de 65 ans et les zones rurales. Elles ont réduit à la fois leurs sorties culturelles et leur pratiques artistiques, pourtant facteurs de sociabilisation (Morf et al. 2022, p. 48).

Dans ce contexte incertain, comment envisager l'évolution des pratiques culturelles ?

Les offres numériques vont-elles se substituer aux offres culturelles traditionnelles ?

Comment maintenir ou relancer le niveau de fréquentation des lieux culturels ?

## 2.2 Statistiques d'usage de la BCUL et hypothèses

Selon les recommandations de la norme ISO 16439, il convient, avant toute démarche de collecte de données d'enquête, d'étudier les données induites déjà disponibles au sein de l'institution ( ISO 2014, p. 21; Delcarmine et al. 2016, p. 12). Il s'agit de données non sollicitées, résultantes de l'activité des usagers-ères, enregistrées par le SIGB par exemple - ici Alma, et déjà suivies par la BCUL.

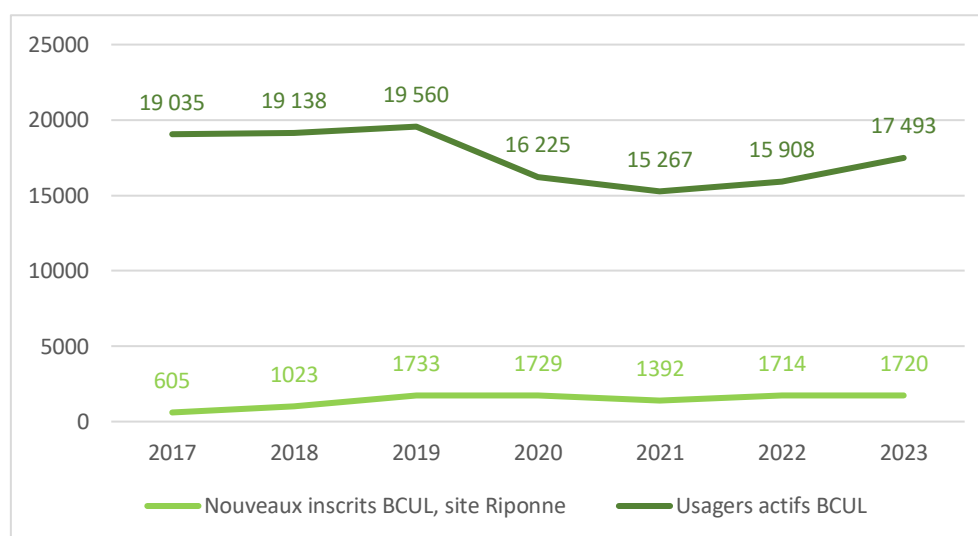
### 2.2.1 Usagers-ères actifs-ves

Le nombre d'utilisateurs-trices actifs-ves est défini par l'Office Fédéral de la Statistique (OFS) comme le nombre de personnes ayant, au moins une fois dans l'année, emprunté un document physique ou effectué une action enregistrée sur leur compte lecteur (Office fédéral de la statistique (OFS) 2023a, p. 5).

Dans les faits, les usagers-ères actifs-ves de la BCUL correspondent aux personnes ayant emprunté au moins un document physique, issu de l'un des 6 sites, sur l'année écoulée. Il n'y a pas de distinction par site.

Pour les nouveaux inscrits, en revanche, il est possible d'identifier si un site BCUL leur a été attribué comme bibliothèque d'attache au moment de l'inscription.

Figure 3 : Usagers-ères actifs-ves BCUL et inscriptions sur le site Riponne, 2017-2023 (Données internes BCUL)



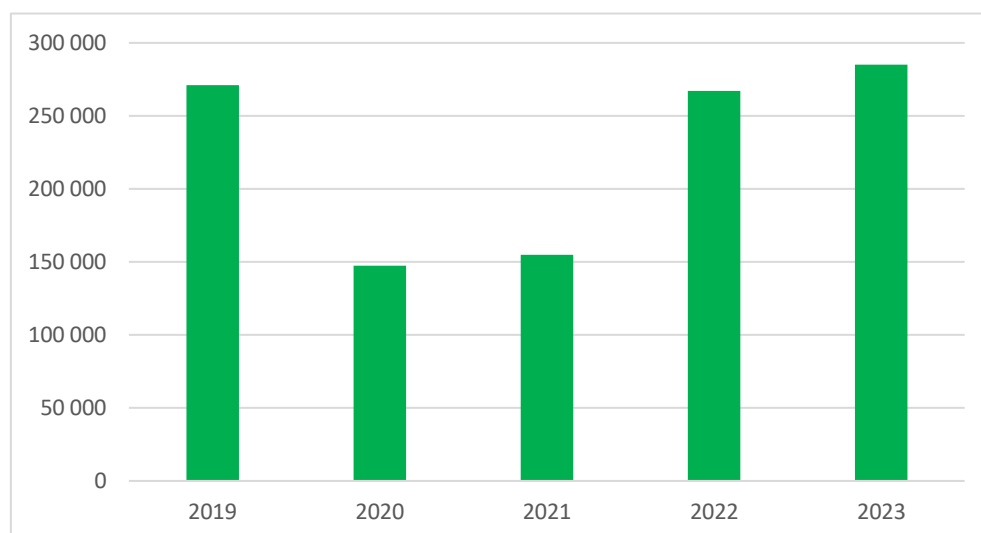
Nous observons une chute du nombre d'usagers-ères actifs-ves en 2020 (-17%) et 2021 (-6%), attribuable à la pandémie, suivie d'une remontée sur 2022 (+4%) et 2023 (+10%), qui ne permet toutefois pas de revenir aux niveaux d'avant 2020.

Hormis une diminution en 2021, le nombre de nouveaux inscrits enregistrés par le site Riponne est stable depuis 2019.

### 2.2.2 Fréquentation

La fréquentation du site Riponne est évaluée par le comptage des entrées à la bibliothèque, à l'aide de portiques.

Figure 4 : Fréquentation du site Riponne en nombre de visites, 2019-2023 (Données internes BCUL, pour l'OFS)



Du fait des fermetures et autres restrictions d'accès aux lieux culturels pendant la pandémie, la fréquentation a drastiquement chuté en 2020 et 2021. Elle est néanmoins revenue à un niveau équivalent à 2019, voire supérieur sur l'année 2023.

Les données d'Affluence, disponibles depuis 2022, permettent également de visualiser la saisonnalité de l'usage de la bibliothèque, en nombres d'entrées et de visiteurs présents au total par mois.

Figure 5 : Nombre total d'entrées, par mois, en 2022 et 2023 sur le site Riponne (Données d'Affluence, source interne BCUL)

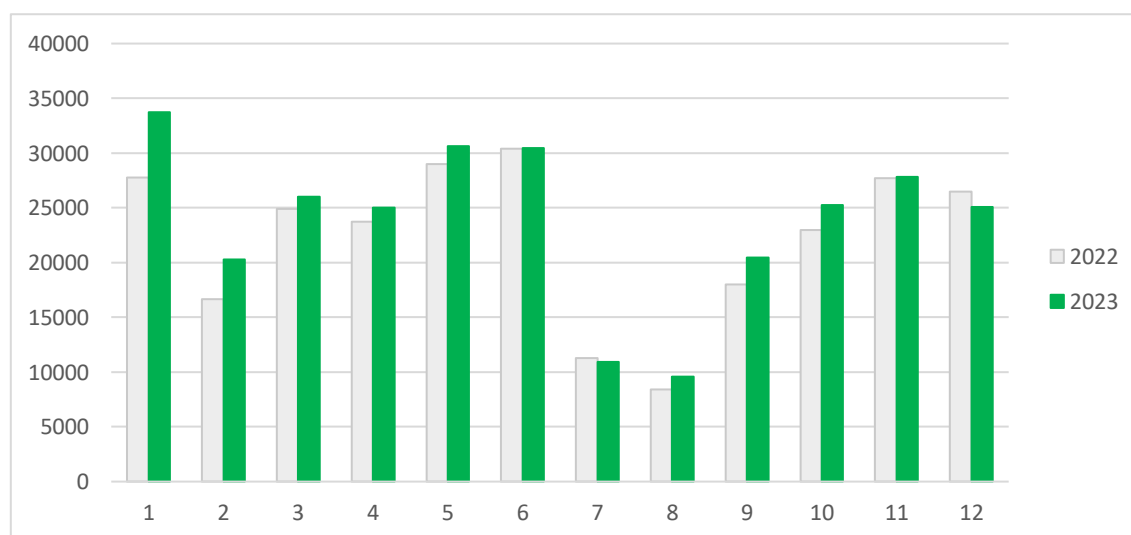
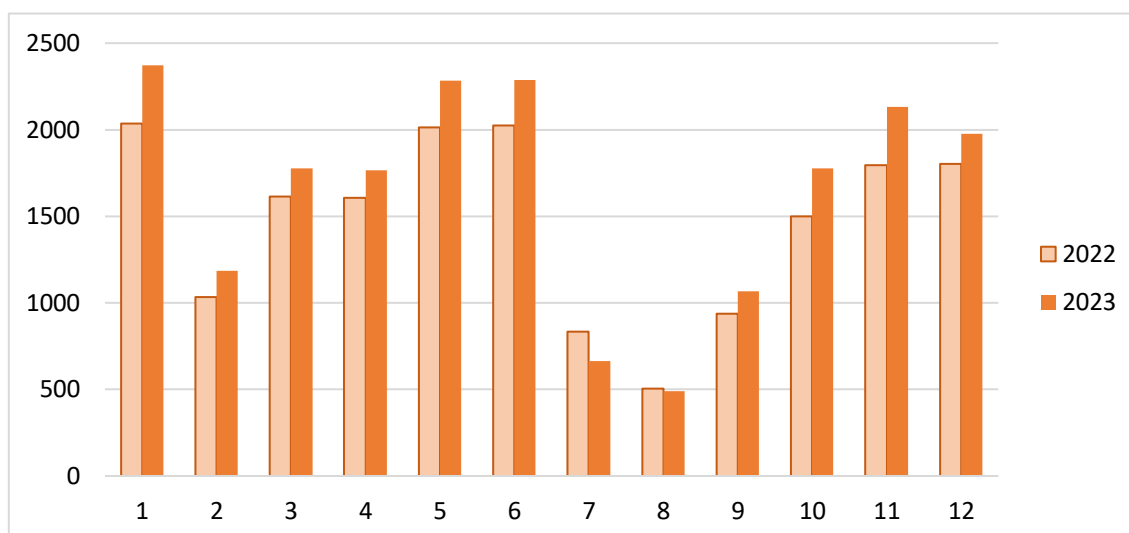


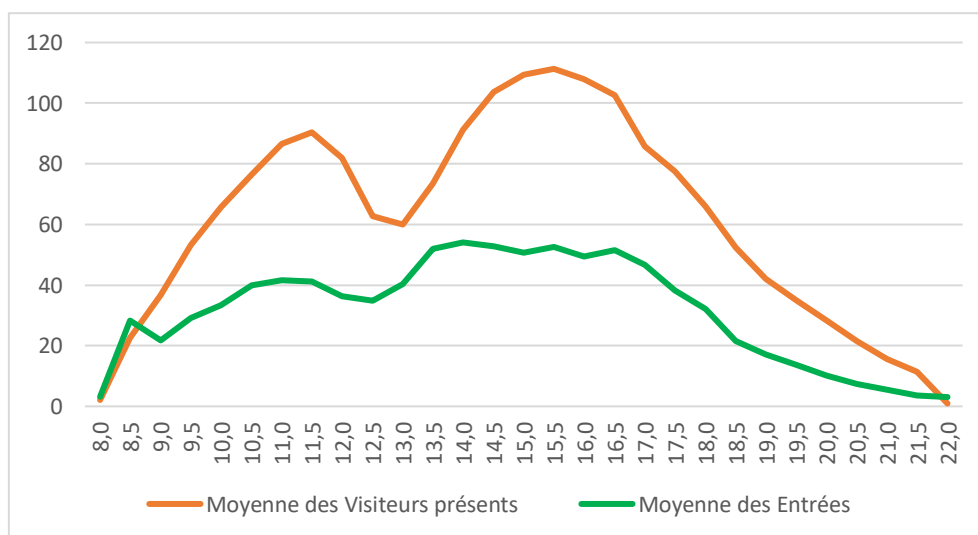
Figure 6 : Nombre total de visiteurs présents, par mois, en 2022 et 2023 sur le site Riponne (Données d'Affluence, source interne BCUL)



Notons que les mois de janvier et février 2022 étaient encore impactés par la pandémie. Tant le nombre total d'entrées que le nombre total de visiteurs présents ont augmenté en 2023 vs 2022, de respectivement +7% et +12%. Nous observons une forte saisonnalité sur l'année, marquée par les deux semestres du calendrier académique, augmentant régulièrement vers les pics que constituent les périodes d'examen de janvier et juin. La période estivale est particulièrement calme sur juillet-août (horaires restreints et périodes d'inventaire).

L'analyse des données quotidiennes met en évidence le taux d'occupation des locaux, atteignant 49% l'après-midi, soit 111 personnes présentes, en moyenne sur l'année.

Figure 7 : Nombres d'entrées et de visiteurs présents, par heure, en moyenne en 2023 sur le site Riponne (Données d'Affluence, source interne BCUL)



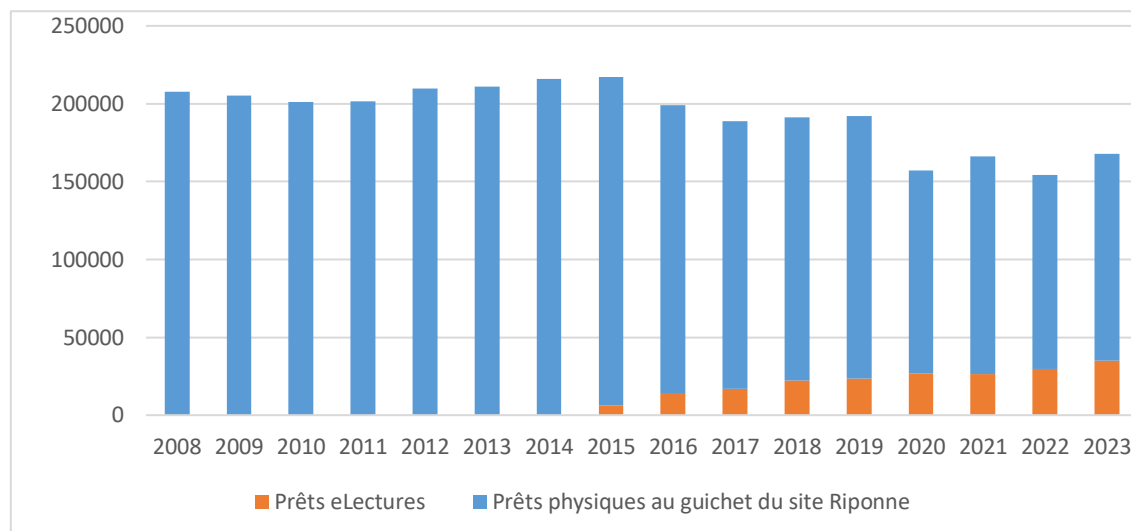
Nous relevons un pic d'entrées à l'ouverture, qui corrobore l'observation de personnes attendant l'ouverture automatique du Palais de Rumine pour entrer dès 8h. Les entrées sont plus soutenues l'après-midi à partir de 13h30 et décroissent après 16h30. Les visiteurs-euses sont moins présent-e-s le midi de 12h à 13h30, ce qui ne se traduit pas forcément par plus de places disponibles dans les faits : les personnes s'absentent

parfois juste le temps d'aller manger en laissant quelques affaires sur place. La bibliothèque se vide ensuite progressivement à partir de 17h.

### 2.2.3 Prêts physiques

Notre mandant nous a fourni un suivi des prêts physiques effectués au guichet du site Riponne depuis 2008, complétés par les prêts numériques réalisés sur eLectures depuis son lancement en 2015 [Figure 8] ((BCUL 2024c, p. 13).

Figure 8 : Prêts physiques au guichet du site Riponne et prêts eLectures, 2008-2023 (BCUL 2024c, p. 13)

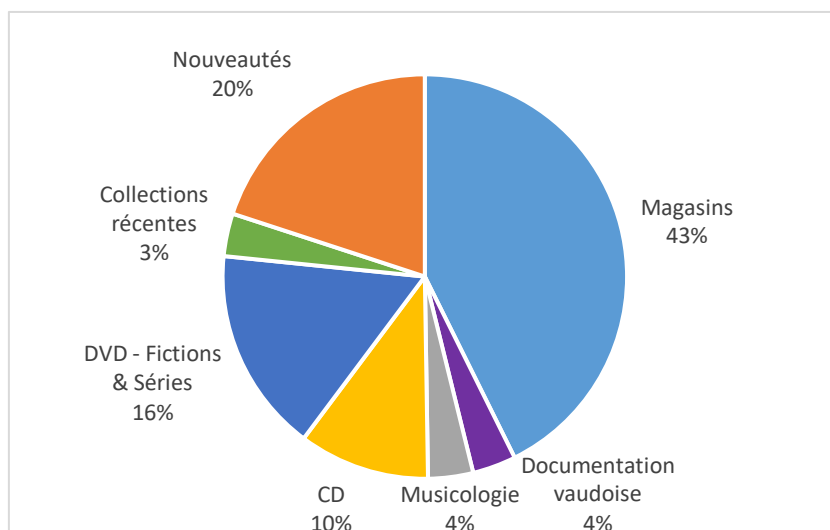


Nous constatons une diminution des prêts en 2016 (-12%) et 2017 (-7%), correspondant au démarrage de eLectures mais dont nous ne pouvons confirmer le lien causal, se stabilisant sur 2018 et 2019, puis une forte baisse en 2020 (-23%), cette fois-ci imputable au Covid-19, qui de la même manière semble se stabiliser sur un nouveau plateau bas.

En parallèle, les prêts eLectures affichent une bonne croissance, assez régulière (+19% en 2023 vs 2022). Nous n'observons cependant pas de report proportionnel des prêts physiques vers l'usage de la plateforme, ni de bond flagrant des prêts numériques lors de la période pandémique.

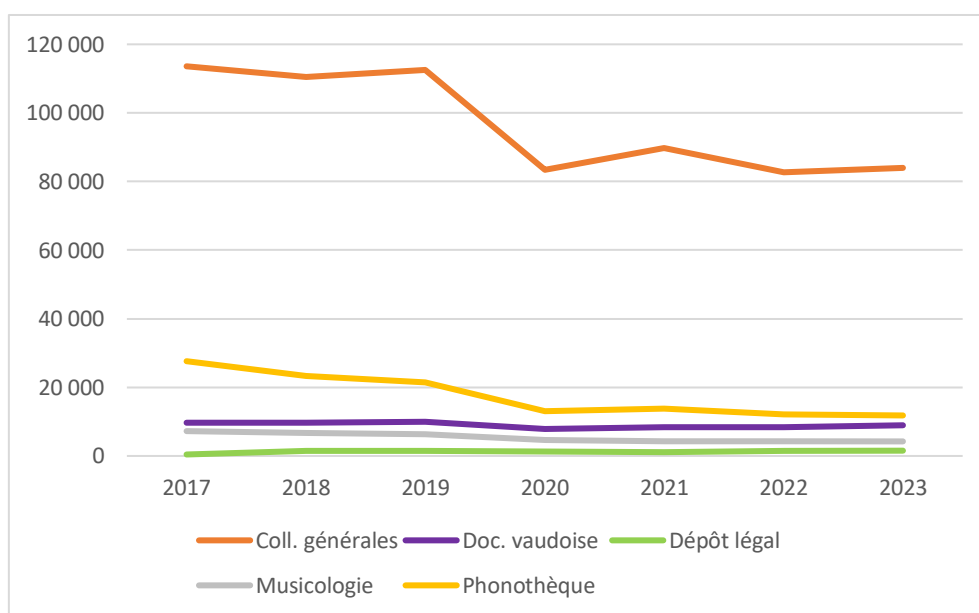
La répartition des prêts physiques par collection nous informe par ailleurs des centres d'intérêt des usagers-ères [Figure 9].

Figure 9 : Répartition des documents de la Riponne prêtés en 2023, par collection (BCUL 2024c, p. 15)



Ainsi, au sein du libre accès, nous relevons un intérêt marqué pour les nouveautés (20%), mais aussi pour les DVD (16%) et les CD (10%) proposés, tandis que la musicologie et la documentation vaudoise semblent plutôt disposer de publics de niche. Enfin 43% des documents prêtés proviennent des magasins et nécessitent une demande d'acheminement auprès du personnel.

Figure 10 : Nombre de prêts par an, tous supports, par collection (Données internes BCUL)

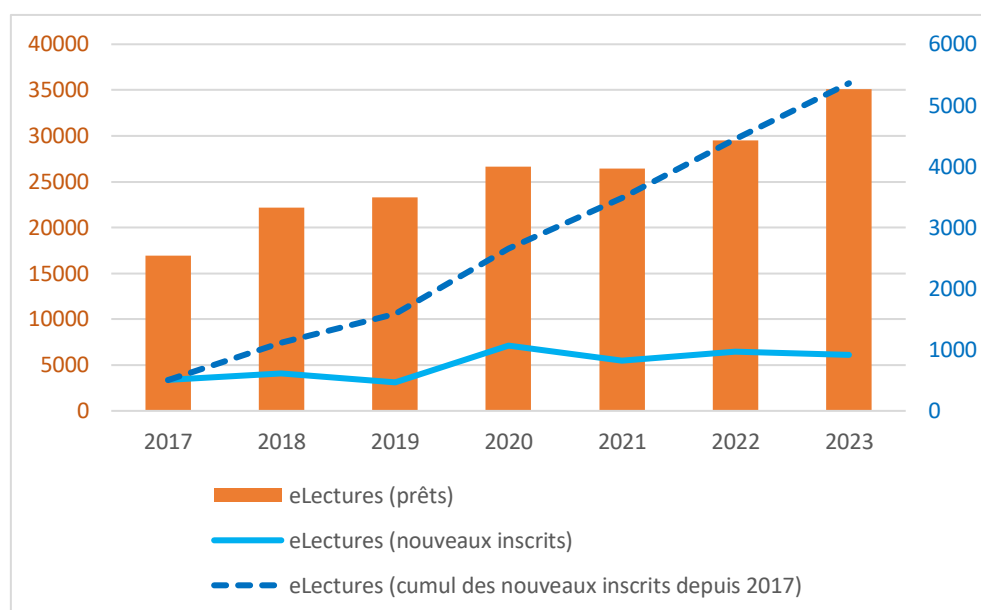


Hormis la documentation vaudoise et le dépôt légal, la diminution des prêts impacte toutes les collections [Figure 10].

## 2.2.4 eLectures

De son côté, la plateforme eLectures génère un nombre croissant de nouveaux inscrits chaque année, passant de 504 en 2017 à 918 en 2023, avec un pic très notable à 1'068 en 2020, en début de pandémie [Figure 11].

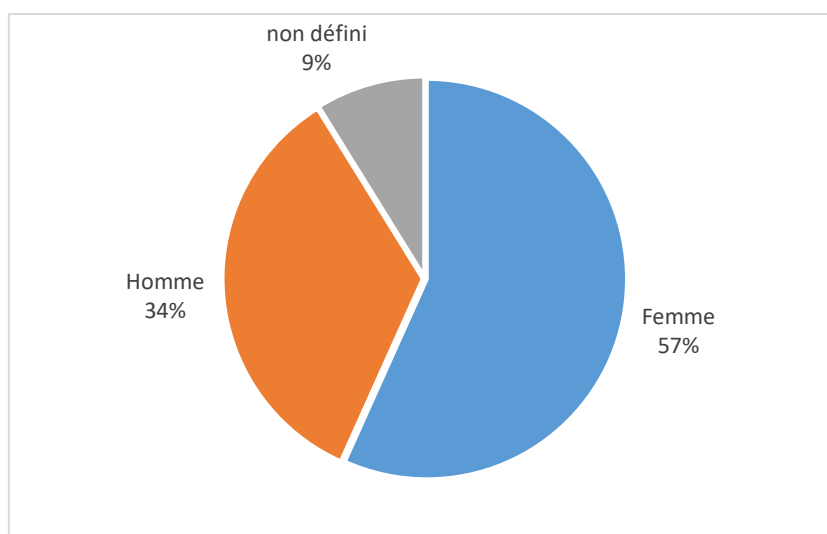
Figure 11 : Statistiques d'usage eLectures, 2017-2023 (Données internes BCUL)



Bien qu'un peu fictif, le cumul des nouveaux inscrits depuis 2017 met en évidence que, malgré son augmentation régulière, le nombre de prêts numériques sur la plateforme ne suit pas la même progression que le nombre d'inscrit-e-s.

Enfin la consultation des usagers-ères actifs-ves sur eLectures nous fournit quelques informations démographiques complémentaires.

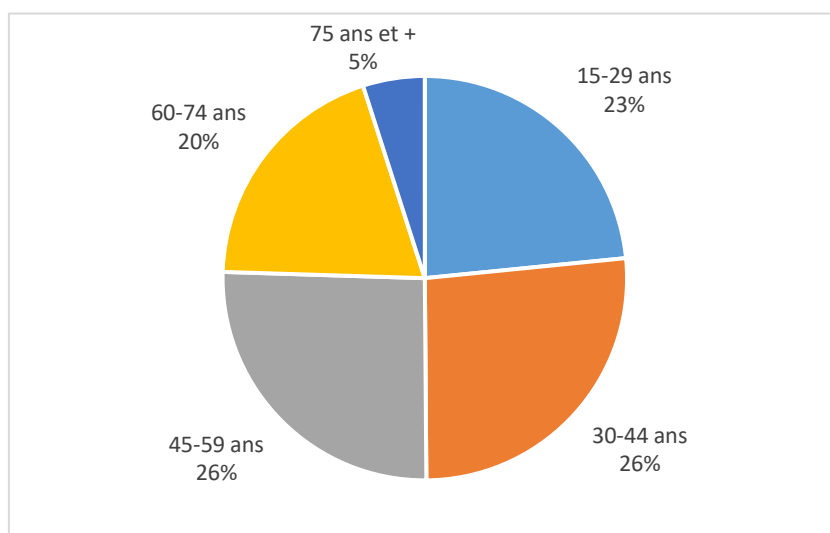
Figure 12 : eLecteurs-trices actifs-ves, par genre ( $n = 4\,020$ ) (Données internes BCUL au 01/03/2024)



Ce lectorat est composé majoritairement de femmes, à hauteur de minimum 57% [Figure 12].

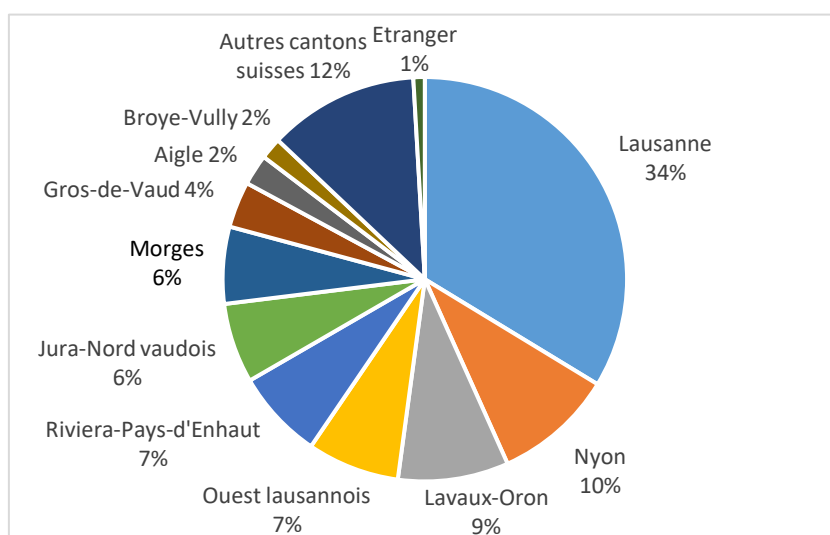


Figure 13 : eLecteurs-trices actifs-ves, par tranche d'âge ( $n = 4\,044$ ) (Données internes BCUL au 01/03/2024)



La plateforme suscite l'intérêt de toutes les tranches d'âge. En effet, les eLecteurs-trices actifs-ves sont composés d'1/4 de 15-29 ans, d'1/4 de 30-44 ans, d'1/4 de 45-59 ans et d'1/4 de plus de 60 ans [Figure 13].

Figure 14 : eLecteurs-trices actifs-ves, par domicile ( $n = 4\,066$ ) (Données internes BCUL au 01/03/2024)

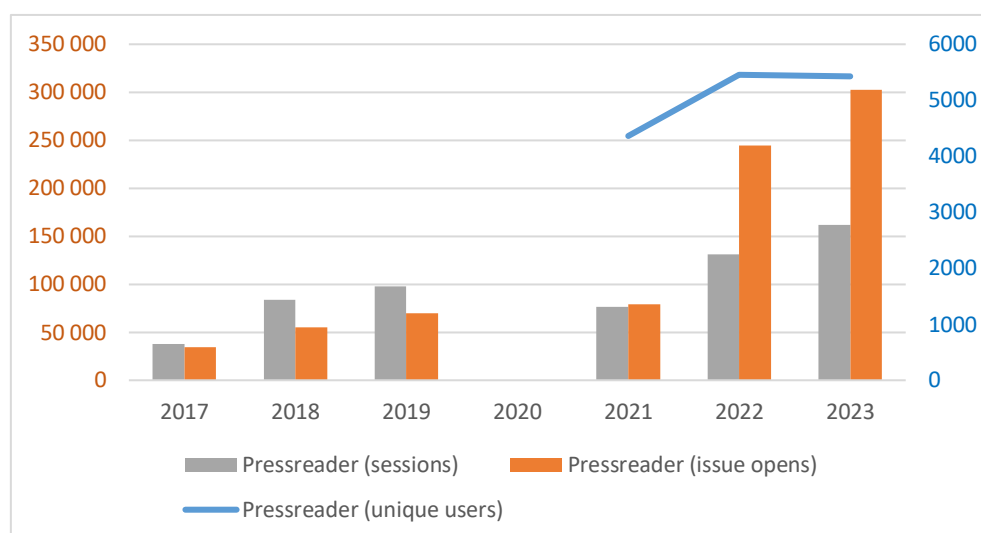


Enfin, seuls 1/3 des utilisateurs-trices d'eLectures sont domicilié-e-s à Lausanne ; 53% le sont sur Vaud, tandis que 13% sont issus d'autres cantons voire de l'étranger.

## 2.2.5 Autres offres numériques

Nous disposons de moins de données concernant les autres offres numériques, prestées, dont les fournisseurs ne communiquent pas de statistiques normalisées et systématiques de type COUNTER (COUNTER 2024), ni ne proposent d'interface de reporting.

Figure 15 : Statistiques d'usage de Pressreader, BCUL 2017-2023 (Données internes BCUL)



Concernant Pressreader, les données d'usage montrent deux évolutions majeures dans l'utilisation de la plateforme :

- Avant 2020, les ouvertures de sessions sont supérieures au nombre d'ouverture de documents ; ce qui signifie qu'au moins une partie des utilisateurs-trices s'y connectait sans accéder aux journaux, peut-être pour activer leur compte, tester la plateforme ou lire uniquement les uns des journaux...

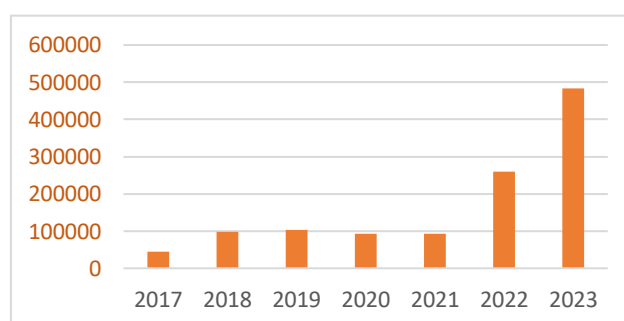
A contrario, depuis 2021 et de façon très marquée en 2022 et 2023, les consultations sont bien supérieures au nombre de sessions.

A nombre d'utilisateurs-ères constant, nous constatons donc un usage beaucoup plus intense de la plateforme depuis 2021, témoignant d'une réelle appropriation de l'outil.

- En parallèle, le nombre d'utilisateurs-ères a augmenté en 2021, traduisant une augmentation de son public.

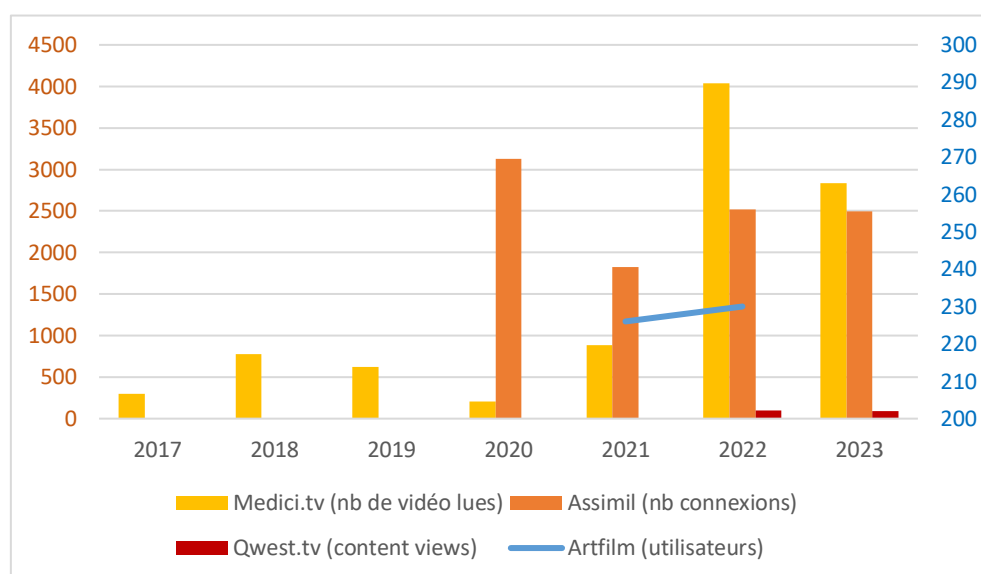
Europresse ne fait pas partie du périmètre de notre enquête, néanmoins, ses données d'usage traduisent la même très forte accélération de son utilisation depuis 2022.

Figure 16 : Statistiques d'usage d'Europresse (record views), BCUL 2017-2023 (Données internes BCUL)



Enfin, les statistiques disponibles pour les autres offres numériques proposées par le site Riponne mettent en évidence : un niveau d'usage global nettement plus élevé pour Medici.tv depuis 2021, présentant un pic en 2022 ; un pic de connexions en 2020 pour Assimil ; des valeurs constantes d'utilisateurs-trices entre 2021 et 2022 pour Artfilm et de vues entre 2022 et 2023 sur Qwest.tv.

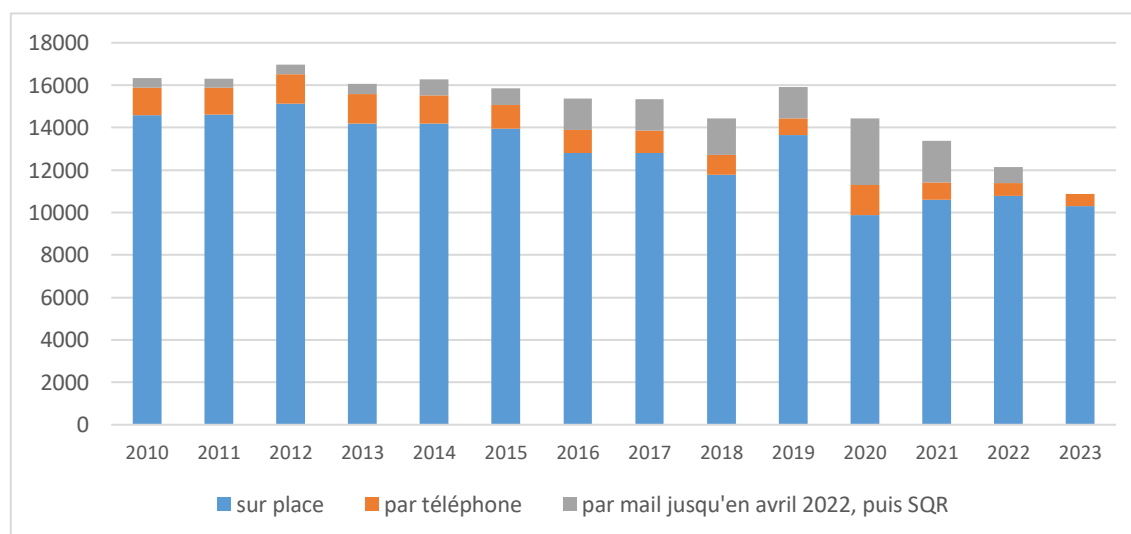
Figure 17 : Statistiques d'usage de Medici.tv, Assimil, Artfilm et Qwest.tv, BCUL 2017-2023 (Données internes BCUL)



## 2.2.6 Services, visites et formation

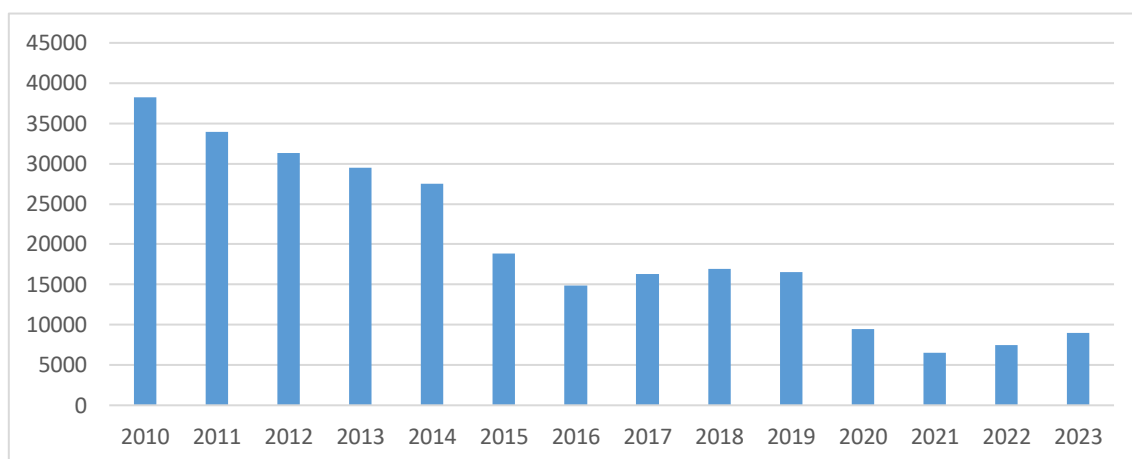
Un suivi sur 20 ans effectué par le service d'accueil et de renseignements du site Riponne permet en outre de mesurer l'évolution de l'usage de certains services.

Figure 18 : Nombre de personnes renseignées par le site Riponne, 2010-2023 (Données internes BCUL)



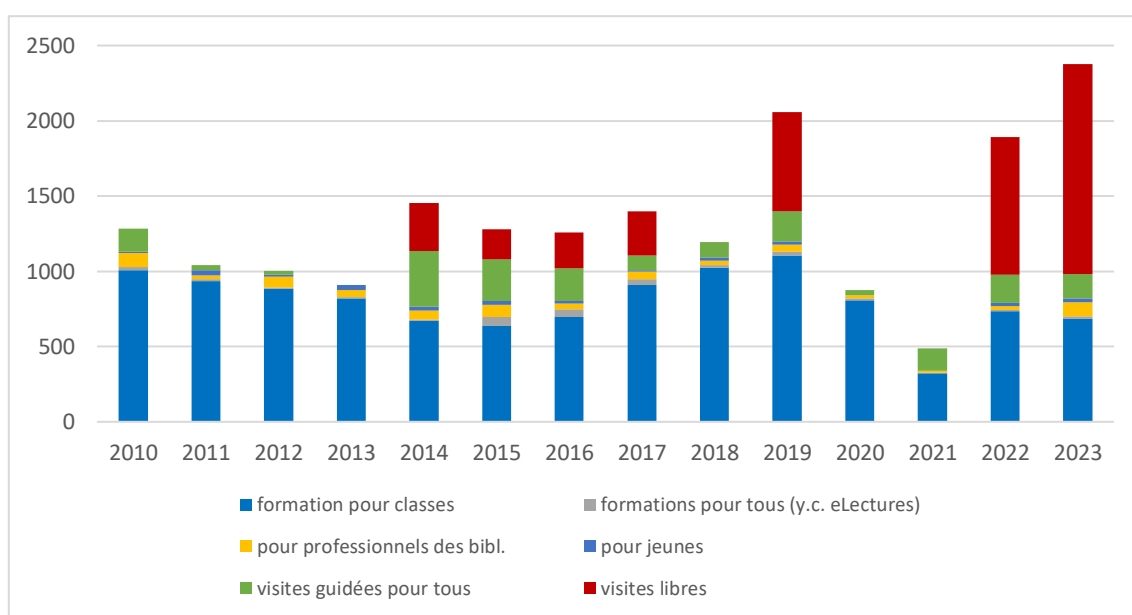
Ainsi, si les collaborateurs-trices du site Riponne ont renseigné plus de 10'000 personnes sur place en 2023, il n'en demeure pas moins que ce chiffre est en baisse régulière depuis 2010, se stabilisant après avoir décroché en 2020. Les personnes ont également moins recours au téléphone, tandis que les requêtes par mail son désormais gérées par un Service Questions/Réponses alliant FAQ, chat et ticketing depuis mai 2022, et rencontrant un réel succès (4'807 tickets en 2023).

Figure 19 : Nombre d'accès à internet depuis les postes publics (sauf Internef), 2010-2023 (Données internes BCUL)



Sans surprise, le nombre d'accès à internet depuis les postes publics a drastiquement chuté depuis 2010. Si de nombreux-ses usagers-ères disposent désormais de leurs propres abonnements, ce service n'en reste pas moins indispensable et attendu.

Figure 20 : Nombre de participants aux visites et formations du site Riponne, 2010-2023 (Données internes BCUL)



Enfin, la médiation a forcément beaucoup pâti de la pandémie, en 2020 et 2021. Elle a repris en 2022 et 2023, avec un succès toujours croissant pour les visites libres des magasins en sous-sol, preuve d'un réel intérêt pour l'institution et ses entrailles souterraines.

### En conclusion :

Les données induites traduisent plusieurs phénomènes depuis 2019 :

- Une diminution du nombre d'usagers-ères actifs-ves qui tend à remonter
- Une belle reprise de la fréquentation, la confirmation du retour des « séjournateurs », ainsi qu'une certaine curiosité envers l'institution
- Un ralentissement du nombre de prêts physiques, du recours au personnel pour les renseignements et de l'usage des ordinateurs publics
- Une consommation accrue de ressources numériques traduisant une meilleure appropriation de la presse numérique chez certains depuis 2019 par exemple, mais un usage d'eLectures qui semble plus faible que ne laisserait supposer la croissance de son nombre d'inscrit-e-s, et qui ne comble pas le déficit de prêts physiques.
- Des eLecteurs-trices actifs-ves plutôt de genre féminin (> 57%) et domicilié-e-s hors Lausanne (2/3), équitablement réparti-e-s sur toutes les tranches d'âge, à l'exception des plus de 75 ans
- Des offres numériques, telles que Assimil et Medici.tv, qui ont suscité plus d'intérêt, bien que fluctuant, de la part des usagers-ères, en comparaison de Qwest.tv et Artfilm.

Des questions émergent :

Y a-t-il une dissociation entre la fréquentation des lieux physiques de la bibliothèque et l'usage de ses collections et services ?

Pourquoi la diminution des prêts physiques n'engendre-t-elle pas un report équivalent vers les prêts numériques ?

Une enquête s'impose !

### 3. Conception de l'enquête

Nous devons désormais définir les données que nous souhaitons solliciter ainsi que leur mode de collecte.

#### 3.1 Contraintes

Tout d'abord, notre enquête se doit de respecter un certain nombre de contraintes légales, normatives, ou simplement liées au contexte de sa mise en œuvre.

##### 3.1.1 Cadre légal

En Suisse, la protection des données est régie par la Loi fédérale sur la Protection des Données (LPD), dont la dernière version est entrée en vigueur en septembre 2023 (Confédération suisse 2023). Dans le canton de Vaud, la loi cantonale sur la protection des données de 2007 (LPrD) s'applique (État de Vaud 2007).

De manière générale, il est question du respect des principes de légalité, de finalité, de proportionnalité, de transparence, d'exactitude, de sécurité, de conservation, de consentement, ainsi que du devoir d'information (État de Vaud 2007, art. 5-14).

De son côté l'association faîtière des bibliothèques, Bibliosuisse, a formalisé un guide sur la protection des données à l'intention de ses membres (Bibliosuisse 2023). Nous y relevons notamment le fait que les données sur le genre ne doivent être collectées que sur « base volontaire » (Bibliosuisse 2023, p.6).

Sous le contrôle de notre mandant, nous avons veillé à respecter ces différentes obligations. Nous pouvons préciser notamment que :

- Nous avons été très attentive à la pertinence et à l'utilité des questions posées vis-à-vis de l'objectif de notre enquête.
- Nous avons disposé d'un espace de travail dédié sur Teams, interne à la BCUL.
- Nous avons informé les participant-e-s de l'objectif de l'enquête et de l'anonymisation des données collectées à son issue. Nous leur avons également communiqué l'identité et les coordonnées des responsables de l'étude (interne BCUL et étudiante HEG).
- La participation était par ailleurs sur base volontaire et la plupart des questions étaient facultatives.

##### 3.1.2 Cadre normatif

Notre travail s'appuie sur les normes ISO 2789 (ISO 2022), 11620 (ISO 2023) et 16439 (ISO 2014), spécifiques aux bibliothèques, ainsi que sur le livre blanc de l'AFNOR/CN46-8 intitulé « Qu'est-ce qui fait la valeur des bibliothèques » se référant à la norme ISO 16439 (Delcarmine et al. 2016). Nous n'avons en revanche pas retenu la méthode d'évaluation LibQUAL+ (LibQUAL+ 2024), la BCUL n'ayant encore jamais mis en œuvre ces standards de mesure et l'objet de notre étude ne portant pas non plus spécifiquement sur l'évaluation de la satisfaction des usagers-ères.

Nous avons par ailleurs eu recours à la norme ISO 20252 (ISO 2019), concernant les études de marché, sociales et d'opinion, notamment dans le cadre de la conception de l'enquête et concernant les données à fournir au mandant, en tant que prestataire.

### 3.1.3 Contexte de l'institution

Cette étude s'inscrit dans la continuité des enquêtes précédemment menées par la BCUL site Riponne.

- 2008 - Enquête généraliste sur les publics : profils, pratiques, attentes
- 2010 - Enquête sur les manifestations culturelles : profils, fréquentation, satisfaction, attentes
- 2011 - Enquête sur les non publics : notoriété, obstacles, incitations, communication, pratiques culturelles
- 2012 - Enquête sur les offres numériques : connaissance, utilisation, attentes
- 2018 - Enquête généraliste sur les publics : profils, fréquentation, usages, besoins non documentaires, satisfaction
- 2023 - Enquête sur eLectures par De Marque : satisfaction de la plateforme Cantook

L'ensemble de ces documents internes nous a été transmis et nous en avons pris connaissance dans le but d'identifier :

- Les méthodologies employées
- Les questions récurrentes à reprendre pour permettre des évaluations diachroniques
- Les données utiles pour permettre des comparaisons ultérieures
- Les points d'amélioration suggérés
- Les conclusions

Un tableau récapitulatif partiel, portant uniquement sur les méthodologies appliquées, est fourni en annexe [Annexe 3].

Notre travail s'est appuyé plus spécifiquement sur les deux plus vastes enquêtes, dites généralistes, de 2008 et 2018, dont il doit former un troisième jalon temporel, post pandémie. Sans prétendre à l'idéal que constituent les enquêtes barométriques stricto sensu, cette étude doit tout de même permettre une mise en relation des résultats obtenus avec ceux des périodes précédentes, afin de révéler des évolutions dans les pratiques des usagers-ères (Delcarmine et al. 2016, p. 14).

D'un point de vue rédactionnel, la BCUL dispose d'un guide d'élaboration de questionnaire, proposant des formulations standardisées pour certaines questions types et des nomenclatures pour les listes de choix (Perret, Simonet Chatton 2012), ainsi que d'un guide de rédaction égalitaire sur l'écriture inclusive (BCUL 2024d).

Enfin la BCUL a mis à disposition son service Communication pour la diffusion du questionnaire.

### 3.1.4 Contexte du Master IS

Ce travail a été réalisé dans le cadre d'un travail de Master en Science de l'information, réalisé à la Haute Ecole de Gestion de Genève (HEG-GE). Il s'est étendu sur le deuxième semestre de l'année académique 2023-2024, soit du 22 février au 15 août 2024. Sachant que les étudiant-e-s sont en période d'examens dès la mi-mai, la conception de l'enquête pour un lancement au plus tard début mai constituait une des principales contraintes temporelles.

Concernant les outils d'enquête, la HEG met à disposition des étudiant-e-s des licences Qualtrics gratuites.

### **3.2 Choix de la méthode de collecte**

Après réflexion et en concertation avec la BCUL, nous nous sommes orientée vers une recherche quantitative menée sur la base d'un questionnaire d'enquête autoadministré et diffusé en ligne, aussi nommé CAWI (Computer-Assisted Web Interview).

Ce choix a pour principale origine le fait que les deux précédentes grandes enquêtes de public, menées sur le site Riponne en 2008 et 2018, ont consisté à recruter des personnes directement sur site et à les interviewer en face à face sur la base d'un questionnaire.

Dans le but de prolonger cette enquête longitudinale, la conception d'un questionnaire reprenant des éléments des études antérieures à des fins de comparaison nous a semblé pertinent.

Néanmoins, dans notre cas, nous souhaitons collecter des données à la fois sur les usagers-ères du site Riponne, mais aussi sur les utilisateurs-trices des offres numériques, que nous ne savions pas localiser. Une diffusion en ligne permettait de pallier ce problème et d'atteindre ces publics non accessibles autrement.

Du point de vue de sa mise en œuvre, ce moyen d'enquête permet en outre d'obtenir des données dans un délai assez court et avec peu de moyens humains, ce qui correspondait bien au cadre de ce travail de Master.

Enfin, cette enquête pourra tout à fait être complétée par une recherche qualitative de type focus groups, constitués sur la base des informations collectées et dans le but d'approfondir certains résultats obtenus.

### **3.3 Population cible et population accessible**

La question de la population cible est bien plus subtile, cruciale et complexe qu'il n'y paraît au premier abord.

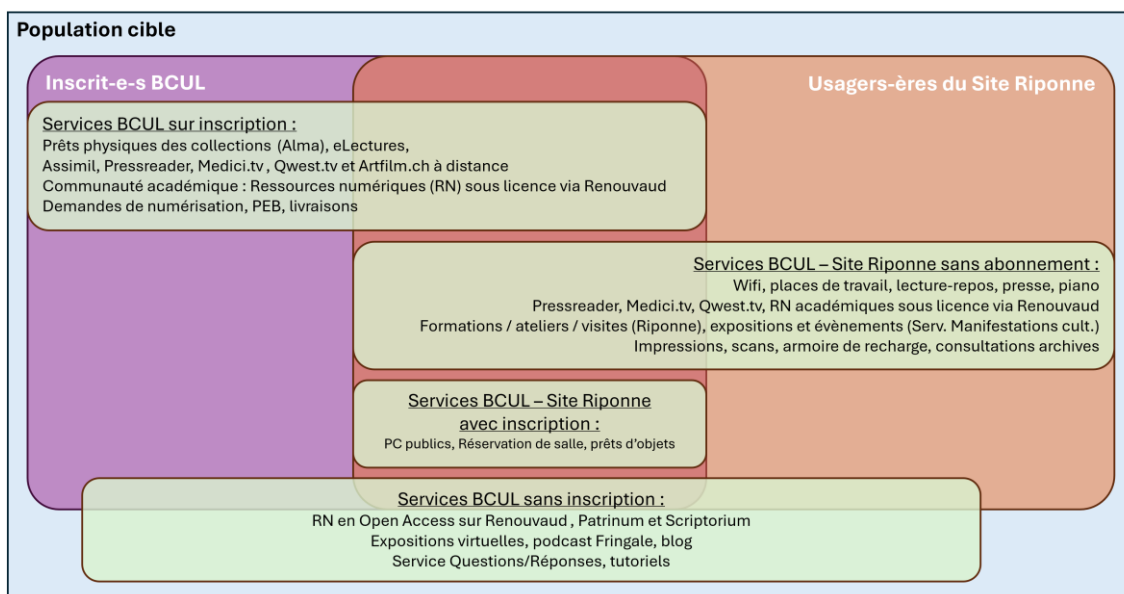
Dans le cadre de notre étude, elle se compose de plusieurs sous-groupes :

- Les personnes qui empruntent les documents physiques issus des collections du site Riponne, que ce soit depuis le site Riponne ou non
- Les personnes qui utilisent les ressources documentaires issues des offres numériques gérées par le site Riponne, sur place ou à distance
- Les visiteurs-euses du site Riponne qui fréquentent les locaux et bénéficient des prestations sur place, en étant inscrit-e-s ou non

L'inscription à la BCUL conditionne par ailleurs les prestations accessibles [Figure 21].



Figure 21 : Population cible, utilisatrice des services BCUL et/ou des prestations du site Riponne



En parallèle, nous distinguons deux types de publics inscrits :

- L'un issu des communautés académique et gymnasienne, que l'on pourrait qualifier de captif, et dont l'inscription à la BCUL est généralement automatique
- L'autre de type grand public, ouvert à l'ensemble de la population [voir conditions d'inscription au Chapitre 1.5.2.5], et dont l'inscription relève d'une démarche active.

Le périmètre d'enquête le plus large aurait pu consister à contacter par mail tous les individus inscrits à la BCUL (en rose) et de capter une partie des usagers-ères du site Riponne (en orange) pour en collecter les données.

Or ce n'est pas possible pour plusieurs raisons. Tout d'abord, chaque site gère habituellement ses enquêtes auprès de ses propres publics (fonctionnement en silos) et les usagers-ères liés aux établissements d'enseignement ne sont généralement pas impliqués dans les enquêtes du Site Riponne. Ensuite un mailing massif de cette ampleur pourrait être assimilé à du spam, dans la mesure où de nombreuses personnes sollicitées ne rentreraient de toute façon pas dans le périmètre étudié (usagers du Site Riponne et/ou des offres numériques grand public).

Nous avons donc restreint la population cible à une population « accessible », composée :

- des usagers-ères actifs-ves (au moins un prêt physique, tous sites et affiliations confondus) sur les 2 dernières années (durée de conservation des données dans Renouvaud)
- des eLecteurs-trices actifs-ves sur les 3 dernières années (1<sup>ère</sup> connexion après janvier 2021 ou toujours actifs-ves passé janvier 2021)

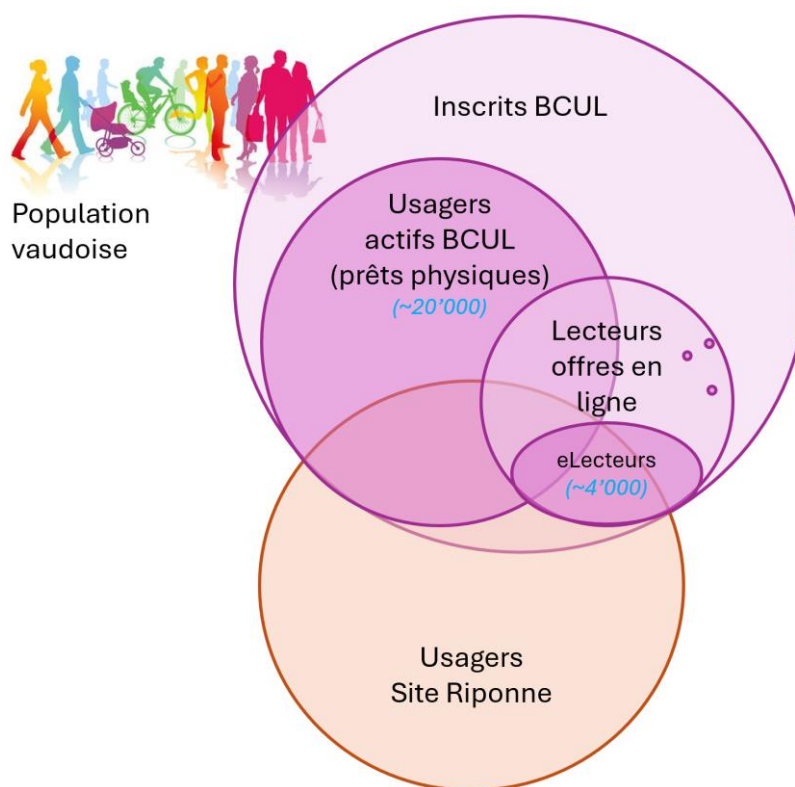
De leur côté, les fournisseurs des offres numériques ne communiquent pas les comptes actifs sur leur plateforme ; ce qui signifie que la BCUL ne connaît pas les utilisatrices de ces prestations. Seul Medici.tv nous a transmis les quelques adresses d'usagers-ères ayant créé leur propre compte sur la plateforme, action facultative ne limitant pas son usage. C'est pourquoi la liste des personnes à contacter a été complétée

par les personnes ayant sollicité le service Questions/Réponses, depuis son ouverture en mai 2022, avec l'un de ces trois thèmes comme objet :

- Une préinscription à la BCUL, faisant mention de Pressreader. Ces personnes reçoivent alors une information sur les offres numériques par retour de mail.
- Une demande concernant spécifiquement Pressreader (information)
- Une demande concernant spécifiquement Assimil (ouverture de compte, information)
- Enfin, les visiteurs-euses du site Riponne devront quant à eux-elles être contacté-e-s directement sur site.

Finalement, la figure ci-dessous permet de visualiser les différents ensembles inclus dans notre enquête : la population accessible dont nous disposons des coordonnées et qui a été contactées par mail (en rose foncé) ainsi que les usagers-ères du site Riponne qui seront sollicité-e-s directement sur place (en orange) ; l'ensemble des inscrits BCUL (en rose clair) n'étant quant à lui pas accessible [Figure 22].

Figure 22 : Population accessible par mail (en rose foncé) et sur site (en orange)



Indépendamment des taux de réponse ou de participation obtenus par la suite, nous pouvons déjà identifier un défaut de couverture avéré dans notre base de sondage, concernant les usagers-ères des offres numériques autres que eLectures, et potentiel, concernant les visiteurs-euses du site Riponne n'empruntant pas (Droesbeke, Vermandele 2019, chapitre 7.2).

Les différents fichiers constituant notre dataset sont décrits en annexe [Annexe 4].

Il en ressort un premier listing de 28'354 contacts, complétés par leurs données démographiques (âge, genre et domicile) [Tableau 4].

Tableau 4 : Base de sondage, données brutes avant dédoublement

Groupes	Nombre d'enregistrements des extractions	Représentativité
Lecteurs actifs (sur 2 ans)	23'355	Population totale
eLecteurs actifs (sur 3 ans)	4'253	Population totale
Nouveaux inscrits (via SQR)	293	Données partielles
Usagers Pressreader (via SQR)	65	Données très lacunaires
Usagers Assimil (via SQR)	382	Données partielles
Usagers Medici.tv	6	Données très lacunaires
	<b>28'354</b>	<b>Données non représentatives de l'ensemble de la population cible</b>

Après nettoyage et dédoublement, nous recensons 25'655 individus.

Les taux de réponse étant très faibles pour les questionnaires en ligne auto-administrés, inférieurs à 5% (Evans 2017, pp. 69-70), nous n'avons procédé à aucun échantillonnage. Nous avons par conséquent invité l'ensemble de ces personnes à contribuer à l'enquête, avec pour objectif de dépasser les 1'000 réponses collectées (Evans 2017, pp. 65-66).

### 3.4 Identification des biais

A ce stade, les biais sont déjà nombreux.

Tout d'abord, notre méthodologie nous classe dans les enquêtes dites « empiriques » ou « non probabilistes », dans la mesure où nous ne procédons à aucun tirage aléatoire d'échantillon au sein de notre base de sondage (Droesbeke, Vermandele 2019, chapitre 1.5). Cela rend impossible la détermination d'une marge d'erreur et le calcul d'intervalles de confiance fiables (Droesbeke, Vermandele 2019, chapitre 5.1; INSEE 2022). La collecte des réponses sur base volontaire ne permet pas non plus une extrapolation des résultats à la population initialement sollicitée (Droesbeke, Vermandele 2019, chapitre 5.5).

Outre la non-représentativité de notre base de sondage, les modalités de diffusion nous exposent également aux biais de non-réponse et de distorsion de la distribution des répondant-e-s. En effet, les formulaires en ligne auto-administrés favorisent les réponses des personnes familières avec ces outils et excluent de fait les personnes qui en sont les plus étrangères. Une enquête basée sur une participation volontaire favorise également les personnes qui ont un intérêt pour le sujet traité, ou encore une affinité avec l'institution. Nous risquons donc une surreprésentation des personnes les plus engagées vis-à-vis de la BCUL et/ou de ses services (Evans 2017, p. 70). De plus, certaines classes d'âge, par exemple, pourraient être amenées à moins répondre que d'autres, provoquant une distorsion de la distribution des répondant-e-s selon leur âge (INSEE 2022).

Pour pallier ce dernier point, nous avons la chance de disposer des données démographiques de la population invitée par mail. Nous avons donc été en mesure de comparer, a posteriori, les distributions par âge, genre et domicile de la population constituant notre base de sondage, avec celle des répondant-e-s, afin d'en mesurer les biais (Droesbeke, Vermandele 2019, chapitre 6).

Enfin, contrairement aux questionnaires administrés des enquêtes BCUL précédentes, le mode autoadministré a au moins l'avantage de réduire les biais liés à l'enquêteur-euse dans le choix des enquêté-e-s, et les biais de désirabilité sociale de la part des interviewé-e-s, les poussant potentiellement à se présenter sous leur meilleur jour ou à répondre ce qui leur semble attendu (Coron 2020, chap. 2 outil 10).

### **3.5 Construction du plan de sondage**

Le plan de sondage est un document essentiel pour définir les moyens à mettre en œuvre pour mener l'enquête, puis pour en assurer la coordination. Il résulte de discussions avec le mandant pour évaluer la faisabilité opérationnelle des différentes actions envisagées, issues d'une revue de littérature préliminaire, et permet de les planifier dans le temps. Notre plan de sondage a été validé en comité de pilotage le 23 avril 2024 (Evans 2017, p. 30). La version finale est fournie en annexe [Annexe 5].

Ainsi nous avons convenu des étapes suivantes :

- Un premier mailing d'invitation auprès de la population accessible identifiée [Chapitre 3.3], le lundi 6 mai [Annexe 9]. A noter que cet envoi a dû être réalisé manuellement par lots de 100 en raison de problèmes techniques.
- Une relance par mail n'étant pas envisageable, nous avons décidé de profiter de l'envoi de la newsletter de la BCUL pour y intégrer un message de relance. La population destinataire de cet envoi est plus large, elle inclut par défaut toutes les personnes inscrites à la BCUL, sauf celles ayant fait une demande de désinscription, ainsi que des personnes ayant fait la démarche de s'y inscrire (professionnels, autres institutions, veille...). 35'093 personnes ont ainsi reçu ce message, le mercredi 22 mai [Annexe 11].
- La publication sur le site internet d'un message en page d'accueil ainsi que dans le carrousel d'actualités, du 16 mai au 9 juin. Les fenêtres pop-up n'ont pas été autorisées [Annexe 12].
- La publication d'un message d'information avec le lien vers l'enquête sur l'ensemble des réseaux sociaux de la BCUL : Instagram (1'916 followers au 25/04/24), LinkedIn (2'000 abonnés au 25/04/24) et Facebook (2'600 followers au 25/04/24) [Annexe 13], le jeudi 16 mai.
- L'affichage sur le site Riponne du QR Code de l'enquête sur les tables de travail et la distribution de flyers aux guichets, du 8 au 27 mai, remplacés ensuite par des informations spécifiques aux périodes d'examens [Annexe 10].

Tableau 5 : Planning extrait du plan de sondage [Annexe 5]

Semaines Dates	Mai					Juin				
	19	20	21	22	23					
	06/05	13/05	20/05	27/05	03/06					
Mailing	06.mai									
Newsletter (= relance)			22.mai							
Publication site Internet		16.mai							09.juin	
Publications réseaux sociaux		16.mai								
Affichage site Riponne	08.mai				27.mai					

La phase terrain s'est déroulée du lundi 6 mai au dimanche 9 juin, soit 5 semaines au total, durée certes assez longue mais devant nous permettre de maximiser le nombre de réponses (Evans 2017, p. 70).

Une autre discussion a porté sur la possibilité offerte par Qualtrics d'envoyer des URL individuelles aux personnes invitées par mail. Cette fonctionnalité permet de suivre le taux de réponse avec précision, d'organiser des relances, mais aussi d'ajouter des données internes à la BCUL aux données d'enquêtes collectées (Qualtrics XM 2022a). Si tant est qu'il puisse apporter une réelle plus-value aux résultats de notre enquête, le processus aurait de toute façon nécessité un circuit d'approbation au sein de la BCUL, lié à la protection des données personnelles, beaucoup trop chronophage.

Nous avons néanmoins souhaité profiter de cette étude pour mesurer la portée des différents modes de diffusion mis en oeuvre. C'est pourquoi nous avons créé 5 URL et QR Codes dynamiques distincts pour accéder au questionnaire, intégrés aux différentes communications, pour ainsi suivre les accès sur chacun des 5 canaux de collecte utilisés (QR Code Generator 2024).

Complémentaire au plan de sondage et élément central de notre travail, la mise au point du questionnaire a également fait l'objet de toute notre attention.

## 3.6 Prototypage du questionnaire

### 3.6.1 Structuration du questionnaire

Suite à nos études préliminaires et en concertation avec la BCUL, nous avons convenu de collecter des données sur :

- L'usage du site Riponne
- L'usage des ressources numériques
- Les pratiques culturelles

auxquelles se sont ajoutées des données plus standardisées sur :

- Des critères sociodémographiques
- Une zone de commentaire libre
- Des informations de contact dans l'hypothèse d'une enquête qualitative ultérieure.

Afin de définir des parcours logiques en fonction des différentes typologies de répondant-e-s, nous avons tout d'abord élaboré la structure logique du questionnaire à construire [Annexe 6]. Il comprend notamment deux questions concernant la fréquentation du site

Riponne (O/N) et l'utilisation des offres numériques (O/N), orientant soit vers une évaluation de ces usages, soit vers la réception des raisons de non-fréquentation ou de non-usage.

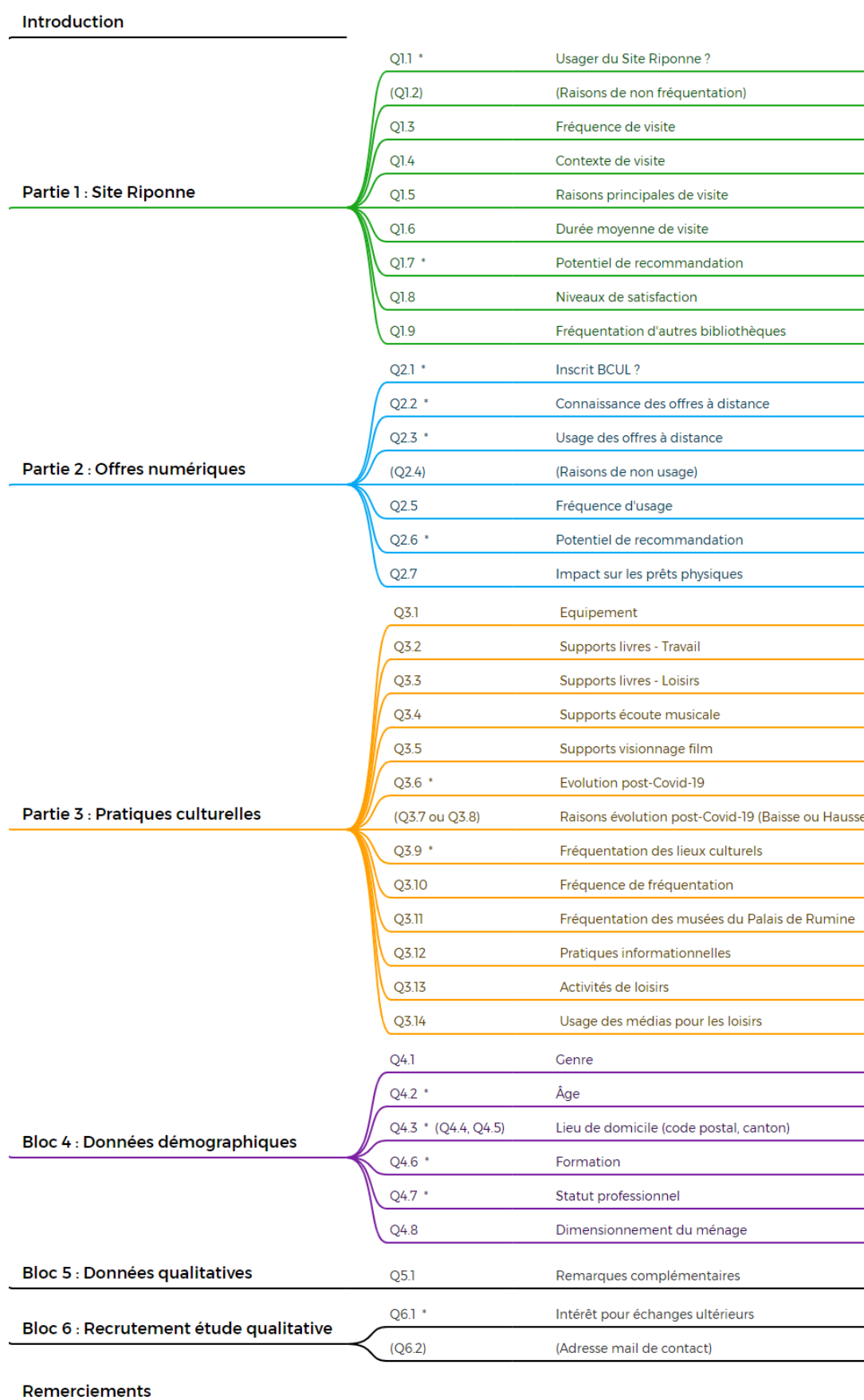
### **3.6.2 Formulation des questions**

Pour chacune des parties, nous avons ensuite identifié plusieurs documents, guides, études institutionnelles ou enquêtes publiques par exemple, qui nous ont aidé à opérationnaliser les concepts, servi de références pour élaborer nos questions, et parfois même fourni des éléments de comparaison pour nos résultats. Ainsi, nous nous sommes basée en priorité sur les études BCUL antérieures pour les parties portant sur les usages du site Riponne et des offres numériques ; tandis que la partie abordant les pratiques culturelles se rapproche des enquêtes menées par l'OFS au niveau suisse, parfois reprises et complétées à l'échelle du canton de Vaud. La vaste enquête sur les publics de la Culture à Lausanne de O. Moeschler en 2019 a également été très inspirante. Nous avons aussi pris connaissances des enquêtes sur les publics de la Culture menées régulièrement en ville de Genève, ainsi que des très nombreuses publications du Ministère français de la Culture et autres associations professionnelles.

Sur cette base, nous avons élaboré un document partagé avec la BCUL, dans le but de procéder à l'évaluation de chacune des questions proposées. Cette formalisation, sous forme de fiches descriptives, présentait l'intérêt de permettre un travail collaboratif, tout en conservant la trace de l'objectif visé, du paramétrage réalisé, des sources consultées et des réflexions menées. Des éléments ont ensuite pu être repris en phase d'analyse et pourront à terme être réutilisés pour prolonger l'étude longitudinale. Le lien vers ce document de travail, complémentaire à notre mémoire, est fourni en annexe [Annexe 7].

L'arborescence des questions [Figure 23] présente la structure finale du questionnaire à l'issue de ce processus itératif.

Figure 23 : Structure du questionnaire



### **3.6.3 Paramétrage sur Qualtrics**

Finalement, nous avons paramétré notre questionnaire sur Qualtrics, plateforme en ligne de conception, de distribution et d'analyse d'enquêtes. Un guide utilisateur performant et des modules de formations très complets ont permis une bonne prise en main. Nous avons néanmoins constaté, parfois tardivement, que nous ne disposions malheureusement pas de toutes les fonctionnalités présentées (codage textuel automatique et export du schéma de pondération notamment).

### **3.6.4 Bonnes pratiques et points de vigilance**

La question de la longueur du questionnaire a été challengée dès le début de la conception, le risque majeur étant un fort taux d'abandon et la collecte de réponses incomplètes inexploitable. Qualtrics calcule automatiquement la durée estimée du questionnaire. Nous nous étions fixée comme objectif de tendre vers 10 minutes, sans dépasser 15 minutes (Evans 2017, p. 70; Coron 2020, chap. 2 outil 10; Moeschler, 2019, pp. 17-18). De plus, nous avons rendu la navigation la plus fluide possible et ajouté des textes d'encouragement pour rythmer le questionnaire et inciter les répondant-e-s à aller au bout.

Nous avons envisagé de proposer un incitatif pour répondre à l'enquête. Cette pratique semble très courante outre-Atlantique et nous trouvions le concept sympathique. Cette proposition n'a pas été retenue par la BCUL.

Nous avons aussi veillé à la clarté des formulations pour rendre le questionnaire le plus accessible possible. Néanmoins, nous n'avons proposé ce questionnaire qu'en français, ce qui constitue un biais d'enquête. En effet, nous avons découvert trop tardivement l'existence d'un module de traduction automatique et de gestion des versions sur Qualtrics qui, bien que performant, aurait nécessité des corrections et une validation auprès de ressources BCUL dont nous ne disposions pas dans les délais impartis. Pour une prochaine enquête, nous recommandons de prévoir a minima une version en anglais et en allemand, et pourquoi pas en français simplifié.

Pour limiter les biais dans les réponses, des formulations neutres ont été adoptées (Coron 2020, chap. 2 outil 10) et les choix de réponse ont été randomisés chaque fois que cela a été possible.

Afin de garantir l'anonymat des répondant-e-s, nous avons désactivé toute possibilité de collecte de l'adresse IP, de données de géolocalisation ou d'informations de contact. Seules les personnes ayant souhaité, de leur plein grès, nous communiquer leur adresse mail en vue d'un contact ultérieur restent immédiatement identifiables, tant que ces informations ne sont pas disjointes des autres réponses collectées.

### **3.6.5 Tests**

Le questionnaire a tout d'abord été testé en interne, sur différents types d'appareils (ordinateurs et téléphones portables) et systèmes d'exploitation (Windows, Mac, Android, iPhone). Tous types de parcours et de réponses ont aussi été envisagés. Nous avons aussi testé la structure et l'exploitabilité des données issues de l'exportation depuis Qualtrics.

Nous avons ensuite passé une journée sur le site Riponne pour tester le questionnaire sur le terrain, auprès d'utilisateurs-ères volontaires, le mardi 30 avril 2024.



Au total, nous avons collecté les réponses et sollicité les réactions de 9 répondant-e-s, de tous âges. Les échanges qui ont suivi le remplissage du questionnaire ont été riches d'informations qualitatives et ont révélé un public souvent très attaché à l'institution, notamment parmi les personnes âgées interrogées.

Les remarques les plus utiles à l'enquête sont consignées dans les fiches descriptives des questions concernées, fournies en annexe [Annexe 7]. Certains biais avaient déjà été identifiés mais ne pouvaient pas être corrigés (difficultés à distinguer les usages liés aux loisirs ou au travail pour les personnes retraitées par exemple). Finalement, seule la question portant sur l'évolution du nombre de sorties culturelles après 2019 a été légèrement reprise, pour atténuer la mention du COVID-19.

Le questionnaire a été définitivement validé à l'issue de cette dernière étape. Une version PDF est consultable en annexe [Annexe 8].

### **3.7 Phase de terrain et collecte des données**

La phase de terrain s'est déroulée dans le respect du plan de sondage [Annexe 5].

Les collaborateurs-trices du site Riponne avaient été préalablement informé-e-s du projet, ainsi que le service Questions/Réponses, en cas de questions relatives à l'enquête en cours. Nos coordonnées ainsi que celles de notre mandant figuraient en outre sur l'invitation si nécessaire.

Nous avons suivi quotidiennement la bonne réception des réponses.

Le questionnaire a été clôturé le dimanche 9 juin.

## 4. Traitement et méthodes d'analyse

*« Contrairement à ce que l'on croit parfois, la phase la plus compliquée et souvent la plus longue de l'enquête n'est pas la phase terrain, mais bien la phase d'exploitation » (Evans 2017, p. 27)*

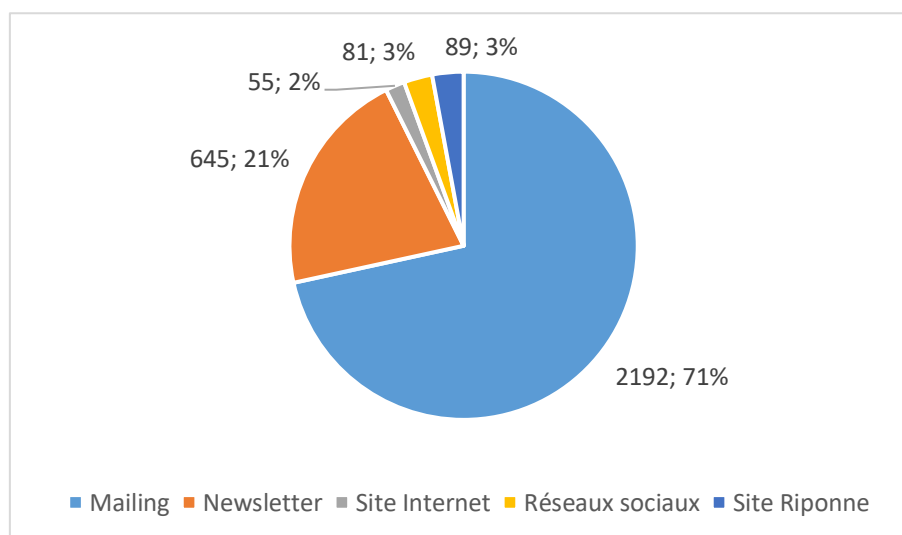
Bien qu'alertés par Christophe Evans, nous avons tout de même sous-estimé l'ampleur de ces tâches de nettoyage, validation et traitement préliminaires des données ; et ce d'autant plus que nous découvrons beaucoup des processus et des méthodes d'analyse à mettre en œuvre.

### 4.1 Validation et traitement des données

#### 4.1.1 Taux d'engagement

La première information dont nous avons disposé a été le nombre d'accès à l'enquête, que ce soit en cliquant sur l'URL ou en scannant le QR Code fournis, et ceci par canal de diffusion.

Figure 24 : Répartition du nombre de clics sur le lien de l'enquête, par canal de diffusion ( $n = 3\,062$ )



Nous constatons un taux d'engagement de 8,5% pour le mailing ( $2'192/25'655$ ), générant 71% du nombre total d'accès à l'enquête. Le taux d'engagement pour la newsletter n'est pas significatif dans la mesure où il s'agit d'une relance, sur une population en partie déjà sollicitée. De leur côté, les contributions des autres canaux de diffusion sont très faibles et représentent 8% des accès. Nous pouvons d'ores et déjà en déduire que notre enquête a capté très peu de « séjournateurs exclusifs » extérieurs à la communauté académique.

#### 4.1.2 Réponses exploitables

2'224 réponses ont été enregistrées sur Qualtrics entre le 30 avril (données collectées lors de la journée test) et le 9 juin 2024, dont 1'893 réponses complètes, i.e. les répondant-e-s ont parcouru la totalité du questionnaire (progrès = 100%), et 331 réponses incomplètes, i.e. les répondant-e-s ont commencé le questionnaire mais ont abandonné en cours de route (progrès < 100%).

L'analyse des réponses quasi-complètes en a révélé 7 exploitables : les taux de progrès supérieurs à 90% correspondaient à l'arrêt du questionnaire au niveau des informations de contact, 2 autres présentaient des valeurs manquantes concernant la composition du

ménage et 1 dernière concernant le statut professionnel qui a pu être extrapolé étant donné l'âge du répondant (« 82 ans » -> « retraité »).

Il en résulte 1'900 réponses exploitables et un taux de réponses invalides de 15%.

Tableau 6 : Décompte des réponses collectées exploitables

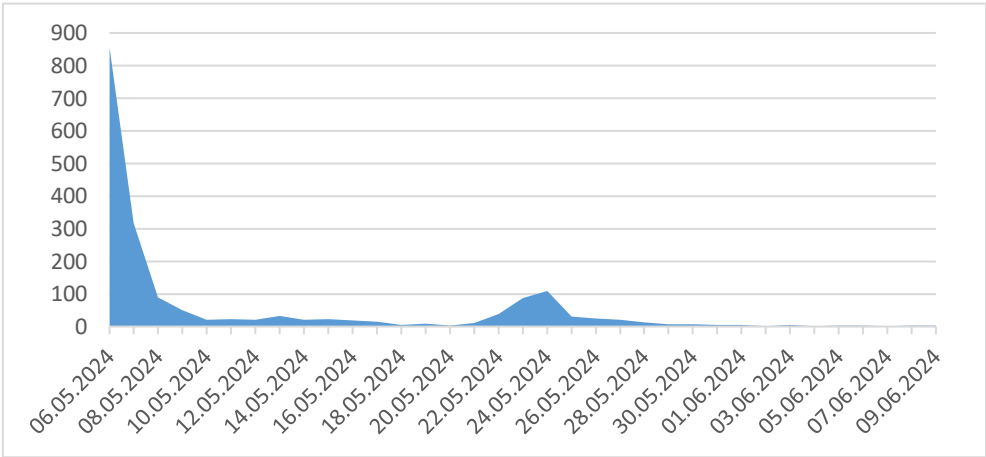
Réponses	2224	Progrès	du 30/04 au 09/06	
Complètes	1893	100%	1 893	
Incomplètes	331	≥ 88%	7	
		< 88%	324	15% rejetées
			1 900	85% exploitables

A noter que nous n'avons pas identifié de point bloquant dans notre questionnaire qui aurait déclenché des abandons en surnombre.

### 4.1.3 Taux de réponse

Sur cette base, nous avons analysé l'évolution temporelle de la collecte des réponses [Figure 25].

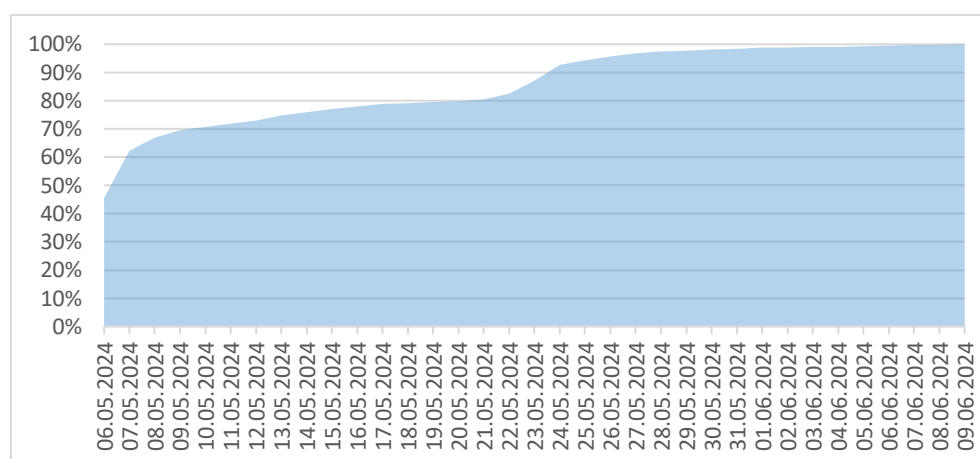
Figure 25 : Nombre de réponses valides enregistrées sur la période (n = 1 900)



Nous constatons une réaction immédiate à l'envoi de l'invitation, pourtant effectué en milieu de journée : 860 réponses valides sont enregistrées à l'issue du premier jour d'enquête, soit 45% du total collecté. La relance via la newsletter a elle aussi généré un deuxième pic de participation, bien que très inférieur.

La visualisation en pourcentage cumulé révèle une répartition parfaite selon la loi de Pareto : 80% des réponses ont été obtenues suite à l'invitation par mail, et 20% consécutivement à la relance par newsletter. Pour une prochaine enquête, nous retenons l'importance du choix du jour 1, la nécessité d'une relance et la possibilité de réduire la durée de l'enquête d'une semaine au moins.

Figure 26 : Pourcentage de réponses valides enregistrées, en cumul sur la période ( $n = 1\,900$ )

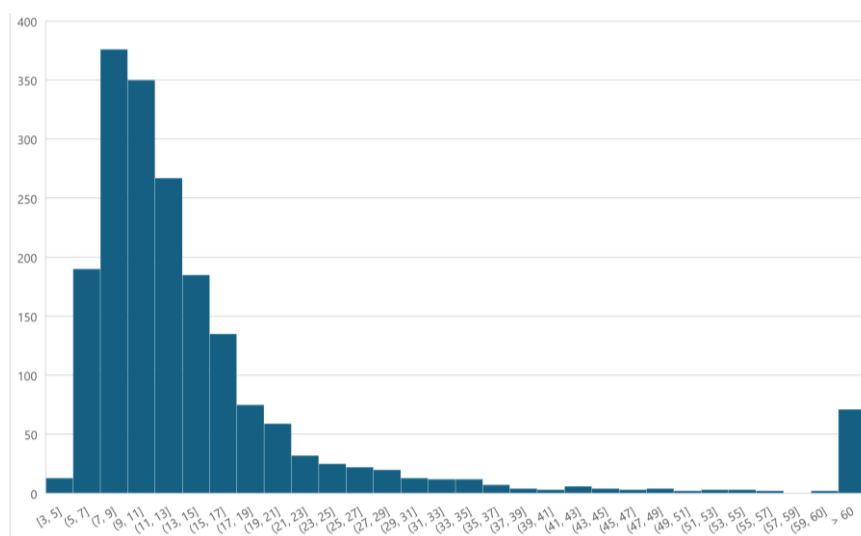


Enfin, nous pouvons calculer un taux de réponse de l'ordre de 6% à l'invitation par mailing, en comptabilisant l'ensemble des réponses collectées avant le 22 mai. Ce taux correspond à la fourchette haute de nos attentes, fixées à 5% selon la littérature consultée.

#### 4.1.4 Durée du questionnaire

Nous étions curieuse de connaître le temps réellement consacré par les répondant-e-s au remplissage du questionnaire. La durée moyenne, qui est de 85 minutes (!), n'est pas significative dans la mesure où nous avons paramétré l'enquête pour que les personnes puissent compléter leur questionnaire sur l'entier de la période, en cliquant à nouveau sur le lien. En revanche la durée médiane est de 11 minutes, ce qui correspond à une durée tout à fait acceptable pour ce type d'enquête et inférieure aux 15 minutes annoncées dans l'invitation.

Figure 27 : Distribution des durées de réponse au questionnaire, en minutes ( $n = 1\,900$ )



#### 4.1.5 Nettoyage des données

Les erreurs de saisie ont été corrigées, par exemple dans les codes postaux (« 106 » -> « 1006 ») ou les années de naissance (« 1900 » -> « vide »). Certains codes postaux n'appartenant pas au canton de Vaud ont été réaffectés à leur canton.

Nous avons par ailleurs effectué quelques tests de cohérence. Ainsi sur les 22 personnes déclarant ne fréquenter aucun domaine culturel, bibliothèques comprises (Q3.9), 7 déclarent pourtant être venues au moins une fois sur le site Riponne lors des 12 derniers mois (Q1.1) et 6 autres avoir fréquenté au moins une autre bibliothèque sur l'année (Q1.9), soit 13 réponses incohérentes de ce point de vue, correspondant à 0,7% des réponses collectées. Nous avons néanmoins conservé l'ensemble des 1'900 réponses jugées initialement valides.

#### **4.1.6 Regroupement par catégories**

Nous avons ensuite créé des regroupements des différents critères sociodémographiques, par catégories, afin d'en simplifier l'analyse. Nous avons notamment défini des tranches d'âge permettant une comparaison avec à la fois les études BCUL antérieures et les enquêtes de l'OFS, soit : 15-29 ans, 30-44 ans, 45-59 ans, 60-74 ans et 75 ans et plus. Sur le canton de Vaud, nous avons aussi regroupé les codes postaux par districts. Ces nouvelles variables ont été paramétrées directement dans Qualtrics.

#### **4.1.7 Codage des données textuelles**

Toutes les réponses libres de type « Autre » ont été codées. Ces résultats ont été intégrés aux fiches descriptives des questions associées [Annexe 7]. Les réponses « Autre » correspondant à des choix proposés dans le questionnaire n'ont en revanche pas été réaffectées, car nous n'avons pas identifié de procédure automatique pour le faire.

Les commentaires libres de fin de questionnaire ont également été codés manuellement. Ce point est abordé plus loin [Chapitre 5.2.5]. A noter que la licence fournie par la HEG n'a pas permis de profiter de certaines fonctionnalités d'analyse sémantique.

Enfin, les citations reprises dans ce travail ont été anonymisées.

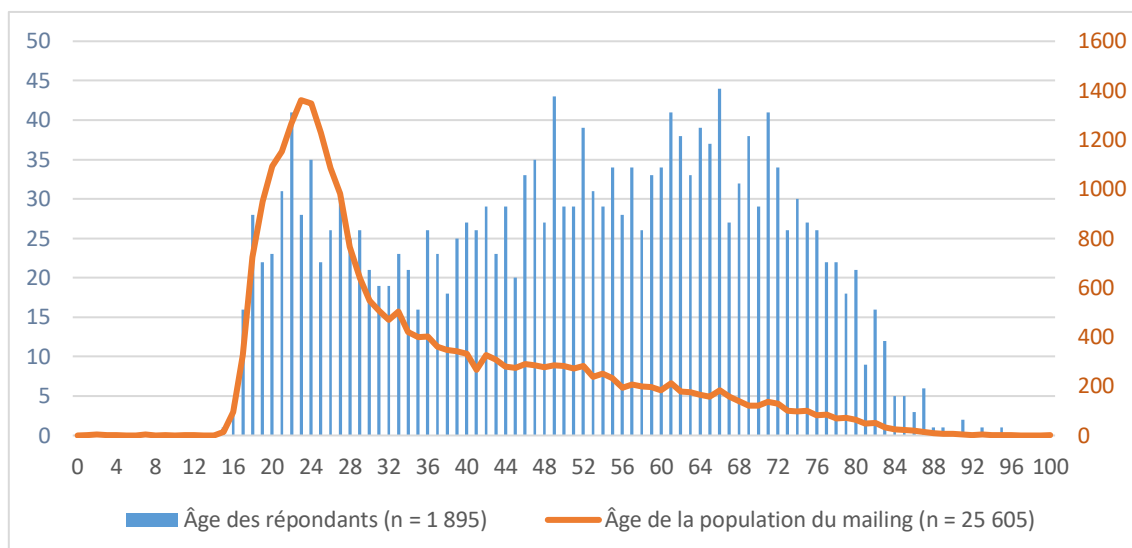
### **4.2 Représentativité des répondants**

Même si la méthodologie appliquée ne permet pas de prétendre à des résultats statistiquement représentatifs, il convient néanmoins d'évaluer les distorsions des distributions par âge, genre et lieu de domicile des répondants, par rapport à celles de la population initialement contactée par mail, afin d'en connaître les biais.

#### **4.2.1 Distribution par âge**

La distribution par âge [Figure 28] nous informe, et c'est une bonne nouvelle, que nous avons réussi à atteindre toutes les tranches d'âge, de 15 à 95 ans, avec 23 individus en moyenne pour chaque année de naissance (écart-type de 12). Cela signifie que, moyennant les biais déjà évoqués [Chapitre 3.4], il y a eu des personnes dans chaque tranche d'âge en mesure de répondre à notre questionnaire en ligne.

Figure 28 : Distribution des répondants et de la population du mailing, par tranche d'âge



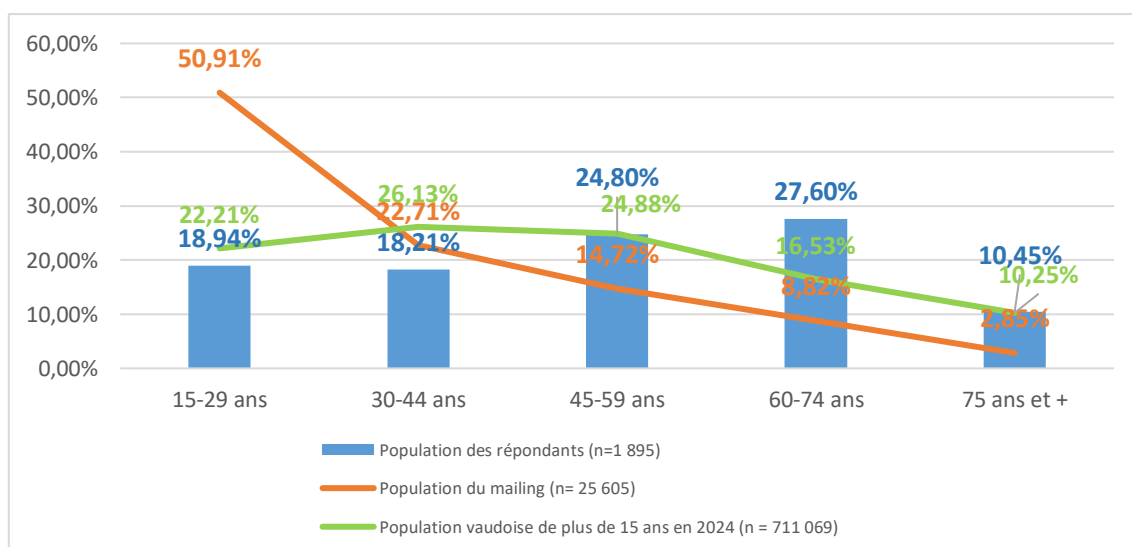
La comparaison avec la population du mailing est en revanche moins satisfaisante : cette population initiale présente en effet une forte surreprésentation des 15-29 ans, correspondant à la population étudiante. Notre distribution de répondants est de ce point de vue complètement déséquilibrée, avec un âge moyen de 51 ans (et médian de 52 ans) vs 36 ans (et médian de 29 ans) pour la population du mailing.

Premier constat : les personnes les plus âgées semblent plus susceptibles de répondre à une enquête en ligne de la BCUL – site Riponne que les plus jeunes. Les personnes plus âgées sont-elles plus attachées à l'institution ? ou disposent-elles juste de plus de temps pour répondre ? ou apportent-elles plus d'importance à ce type d'enquête ?

Il faut aussi prendre en compte qu'une partie des étudiant-e-s contacté-e-s sont des usagers-ères d'autres sites BCUL, qui peuvent ne jamais avoir fréquenté le site Riponne. Ces personnes ont pu ne pas se sentir concernées par l'enquête.

Nous sommes ici confrontée au positionnement hybride de la BCUL - site Riponne : une bibliothèque universitaire et grand public à la fois, située en centre-ville hors du campus.

Figure 29 : Répartition des répondants, de la population du mailing et de la population vaudoise, par tranche d'âge

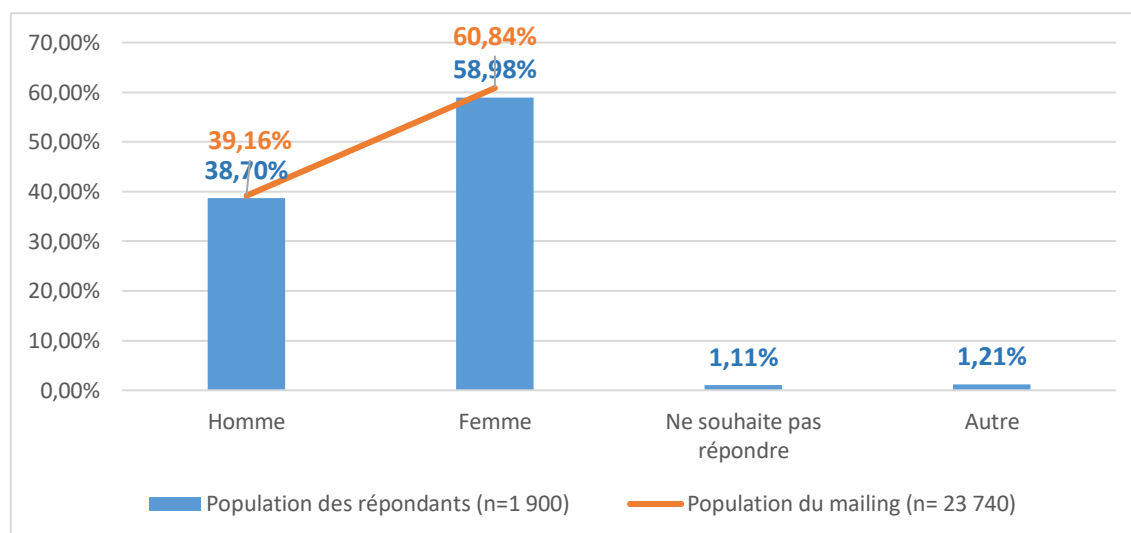


Nous constatons par ailleurs que notre distribution se rapproche de celle de la population vaudoise, avec un déficit chez les moins de 45 ans, plus marqué chez les 30-44 ans, et une surreprésentation des 60-74 ans (Canton de Vaud 2024) [Figure 29].

#### 4.2.2 Distribution par genre

La distribution par genre des répondants est quant à elle plus conforme à celle de la population du mailing.

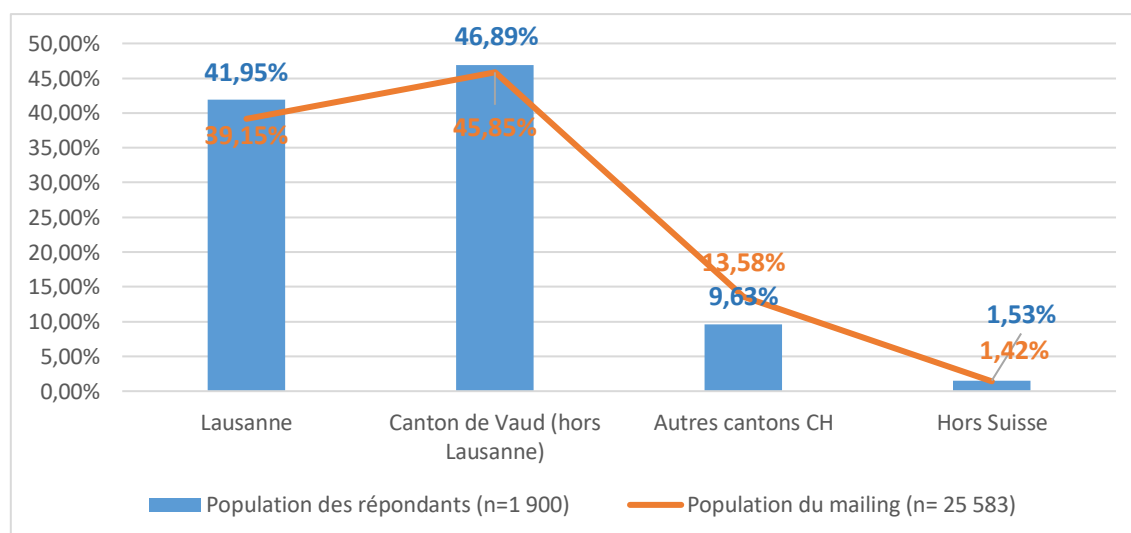
Figure 30 : Répartition des répondants et de la population du mailing, par genre



#### 4.2.3 Distribution géographique

Enfin, la distribution par lieu de domicile révèle une légère surreprésentation des Vaudois, plus marquée chez les Lausannois, et une sous-représentation des habitants des autres cantons.

Figure 31 : Répartition des répondants et de la population du mailing, par lieu de domicile



#### 4.2.4 Pondération or not pondération

Peu familiers de ce type d'enquête, nous avons eu des difficultés à passer de la théorie à la pratique à ce sujet. Nous avons bien compris l'intérêt de redresser les données collectées pour les faire correspondre à la population visée. En même temps, une pondération aurait engendré une distorsion encore plus importante avec la population

vaudoise et n'aurait peut-être pas plus représenté la réalité des usagers-ères du site Riponne, plus ouvert au grand public que les autres sites universitaires.

Nous avons néanmoins testé une pondération sur ces trois variables dans Qualtrics, pour nous rendre compte a posteriori que nous ne pouvions pas en exporter le schéma de pondération et donc exploiter nos résultats pondérés sur Excel ou sur R en parallèle.

Nous avons donc décidé de présenter nos résultats sur la base de nos données brutes, sans pondération. En parallèle, nous avons édité les rapports Qualtrics en versions brutes et pondérées pour notre mandant, afin de documenter ces écarts.

Nous avons par ailleurs privilégié les analyses par tranche d'âge et présenté préférentiellement nos résultats selon l'âge des répondants, afin de nous affranchir de la principale distorsion identifiée. Les valeurs globales, agrégeant toutes les tranches d'âge, sont en revanche à considérer avec précaution, en tenant compte de ce biais.

### **4.3 Méthodes d'analyse**

*« Le risque majeur [...] est plutôt d'ordre intellectuel :  
il s'agit avant tout de ne pas se noyer dans les données ! » (Evans 2017, p. 27)*

Nous présentons ici les différentes méthodes d'analyse utilisées.

#### **4.3.1 Analyses univariées**

##### **4.3.1.1 Tri à plat**

Une première phase a consisté à explorer les données à l'aide de l'outil de visualisation intégré à Qualtrics, qui permet d'analyser la répartition des réponses et d'identifier les catégories majoritaires, pour chaque question.

Cette première étape d'exploration des données a été partagée avec le mandant, lors d'un comité de pilotage mi-juin, afin de valider la vraisemblance des données collectées et accueillir les réactions. Nous avons conclu que les résultats semblaient cohérents avec le vécu opérationnel et que, de manière générale, ce type d'enquête avait plutôt tendance à conforter les ressentis qu'à fournir de réelles surprises ou révélations. Tout restait donc encore à faire !

##### **4.3.1.2 Comparaison**

La construction du sondage a été réalisée dans le but de favoriser les comparaisons avec les enquêtes BCUL antérieures, mais aussi avec les études sur les pratiques culturelles en Suisse et à l'étranger. Les sources d'informations ont été consignées dans les fiches descriptives de chaque question [Annexe 7].

#### **4.3.2 Analyses bivariées**

La démarche d'analyse est également corrélationnelle, par l'examen des relations entre les variables catégorielles, prises deux à deux.

##### **4.3.2.1 Tableaux de contingence**

Des tableaux de contingence ont été construits, tout d'abord sur Qualtrics, mais aussi sur Excel à partir des données brutes extraites, et sur R pour effectuer des tests statistiques.



#### 4.3.2.2 Test de Pearson (Khi-Deux)

Le Test du Khi-Deux ( $\chi^2$ ) est une méthode statistique dont le but est d'évaluer l'existence d'une relation de dépendance entre deux variables catégorielles (Q1 et Q2 par exemple).

Tableau 7 : Exemple de tableau de contingence entre deux variables Q1 x Q2.

	Q2 = 0	Q2 = 1	Total
Q1 = 1	$n_{11}$	$n_{12}$	$n_{i=1}$
Q1 = 2	$n_{21}$	$n_{22}$	$n_{i=2}$
Q1 = 3	$n_{31}$	$n_{32}$	$n_{i=3}$
Total	$n_{j=1}$	$n_{j=2}$	$n$

Deux hypothèses sont formulées :

- Hypothèse nulle ( $H_0$ ) : les variables sont indépendantes,
- Hypothèse alternative ( $H_1$ ) : les variables sont dépendantes.

Sur la base d'un tableau de contingence [Tableau 7], la démarche consiste à comparer la distribution de fréquence des données collectées, par catégorie, à celle qui aurait été obtenue par un modèle aléatoire. On mesure ensuite l'erreur entre les valeurs observées et celles attendues du modèle, correspondant au calcul de la statistique  $\chi^2$  dans le cas des variables catégorielles (Field, Miles, Field 2012, p. 815).

Il suffit ensuite de comparer la statistique  $\chi^2$  obtenue avec la valeur critique de sa distribution,  $\chi^2_{critique}$ , obtenu à l'aide d'une table (Field, Miles, Field 2012, p. 940).

Dès lors, il est possible de conclure sur la significativité de l'effet :

- si  $\chi^2 > \chi^2_{critique}$ ,  $H_0$  est rejetée : les variables ne sont pas indépendantes,
- si  $\chi^2 \leq \chi^2_{critique}$ ,  $H_0$  ne peut pas être rejetée : les variables sont indépendantes.

Nous relevons les éléments suivants concernant la mise en œuvre de ce test (Field, Miles, Field 2012, pp. 816 et suivantes) :

- Plus l'échantillon est grand, plus la distribution se rapproche d'une distribution de type  $\chi^2$  et plus le test est fiable. Pour pouvoir appliquer correctement le Test de Pearson, il convient de vérifier qu'idéalement  $\frac{n_{i \times j}}{n} \geq 5 \forall i, j$  et qu'aucune cellule du tableau de contingence ne soit inférieure à 1.
- Il est impératif que chaque individu ne contribue qu'à une seule cellule du tableau de contingence. Dans le cas des données collectées par questionnaire, les questions à choix unique répondent à ce critère. En revanche les questions à choix multiples nécessitent un traitement préliminaire (construction d'un tableau disjonctif complet, afin de dissocier chaque modalité).

Enfin le test de Pearson peut être réalisé sur R et son interprétation approfondie par l'analyse de valeurs complémentaires (Field, Miles, Field 2012, pp. 825-827) :

- Les valeurs résiduelles standardisées (*sresid*), significatives dès que  $|sresid| \geq 1,96$  et dont le signe indique la direction de l'effet.
- Le *odds ratio*, mesurant la taille de l'effet.

#### 4.3.2.3 Test de Spearman

Le coefficient de Spearman est une statistique non paramétrique qui peut s'appliquer dans le cas de variables catégorielles ordinales (catégories dont l'ordre est significatif)

dont on suppose une distribution non normale (Field, Miles, Field 2012, pp. 223-224). Le  $\rho$  de Spearman, est similaire au coefficient de Pearson dans le cas de relations affines, mais plus robuste.

Il est compris entre -1 et 1. Plus  $|\rho|$  est proche de 1, plus la corrélation est parfaite, le signe indique la direction de l'effet, il n'y a aucune corrélation si  $\rho = 0$ .

Il se calcule sur R. De la même façon, le test est dit significatif dès que  $p\text{ value} \leq 0,05$ .

### 4.3.3 Analyses multivariées

Étant donné le nombre conséquent de variables générées par le questionnaire, la recherche de relations entre variables prises deux à deux peut s'avérer très vite fastidieuse voire hasardeuse.

Les analyses multivariées répondent à ce besoin de pouvoir prendre en compte plus de deux variables lors d'une même recherche de corrélations, en analysant tout ou partie de la table de données.

Dans le cadre de cette étude, nous nous référons aux cours théoriques de F. Husson, auteur d'un ouvrage de référence sur l'analyse de données, ainsi qu'à ses nombreux exemples d'application, disponibles en ligne, des packages FactoMineR et Factoshiny sur R, dont il est le développeur (Husson 2024).

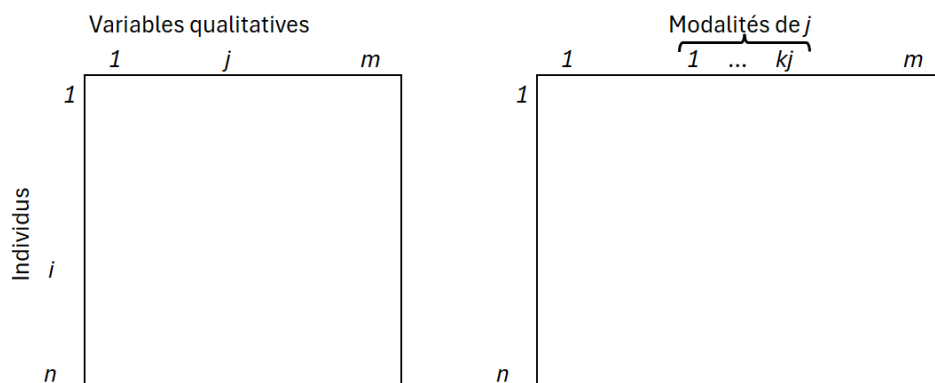
Toutes les analyses factorielles consistent à construire des nuages de points, des individus et/ou des modalités, afin d'être en mesure d'interpréter la répartition des individus à l'aide des modalités.

#### 4.3.3.1 Tableau disjonctif complet et données manquantes

Les données qualitatives issues de l'enquête nécessitent un travail préparatoire, afin de construire un tableau disjonctif complet, i.e. de dissocier l'ensemble des modalités d'une variable en autant de colonnes.

Ce travail a été rendu plus difficile par la présence de nombreuses questions à choix multiples, dont toutes les modalités sélectionnées par le répondant sont concaténées dans un même emplacement  $ij$ . Il a par conséquent nécessité le développement d'un petit programme sur R, dont le fichier sera joint à ce rapport.

Figure 32 : Principe de construction d'un tableau disjonctif complet (Husson 2014)



Concernant la gestion des données manquantes, nous n'avons pas utilisé le package R proposé (*MissMDA*), afin de mieux comprendre et maîtriser la construction de notre table de données.

Nous avons décidé d'appliquer trois différentes méthodes en fonction des questions :

- La suppression pure et simple des individus dont les réponses aux questions suivantes étaient vides (51 lignes) : Fréquentation d'autres bibliothèques (Q1.9), Equipement (Q3.1), Pratiques informationnelles (Q3.12), Activités de loisirs (Q3.13), Usage des médias pour les loisirs (Q3.14), Âge (Q4.2) et Dimensionnement du ménage (Q4.8). Ces réponses ne pouvaient pas être interpolées.
- Le remplissage des données vides par des modalités logiquement attribuables, afin d'en limiter le nombre et pour les répondants n'ayant pas eu à répondre à ces questions (non usager-ère). Ceci fut le cas des Classes du NPS pour le site Riponne et les ressources numériques (Q1.7 et Q2.6 = « *Passif* »), de l'Usage des ressources numériques (Q2.3 = « *Aucune* ») ainsi que de l'Impact sur les prêts physiques (Q2.7 = « *Aucun\_impact* »).
- La création d'une modalité à part entière (notée « *NA* ») pour certaines variables dont l'absence de réponse était liée à la structuration du questionnaire et correspondait à des questions auxquelles les personnes interrogées n'étaient pas invitées à répondre : Fréquence de visite (Q1.3) et suivantes, Fréquence d'usage des ressources numériques (Q2.5).

A l'issue de ces opérations, notre tableau disjonctif complet avait comme dimension 1849 individus (lignes) et 279 modalités (colonnes).

Le choix de la méthode d'analyse appropriée dépend ensuite du type de variables.

#### **4.3.3.2 Analyse des Composantes Multiples (ACM)**

L'Analyse des Composantes Multiples (ACM) s'applique dans le cas de variables qualitatives. Elle est particulièrement bien adaptée à l'analyse des questionnaires car elle permet :

- d'explorer la variabilité entre individus
- d'analyser les relations entre modalités.

Elle vise à identifier les variables les plus caractéristiques des individus, qui ne sont pas celles partagées par l'ensemble des individus mais au contraire celles qui lui sont les plus spécifiques donc rares. Pour cela, elle se base sur l'analyse de l'inertie de nuages de points, celui des individus en lignes et celui des modalités en colonnes.

Dans le cas d'une ACM, il n'y a pas d'affectation de poids différenciés par individu.

Le principe de construction du nuage d'individus a pour conséquence que :

- Un individu est d'autant plus éloigné de l'origine que ses modalités sont rares
- Deux individus qui ont beaucoup de modalités en commun sont proches.

De la même façon, pour le nuage des modalités :

- La distance d'une modalité avec l'origine est d'autant plus grande que la modalité est rare
- Une modalité rare a une forte inertie sur le nuage, i.e. une forte influence

L'analyse factorielle consiste ensuite à faire une projection vectorielle de ces nuages sur un référentiel d'axes orthonormés, afin d'en expliquer l'inertie. Les premières dimensions proposées par l'ACM en constituent la représentation optimale.

La visualisation des individus est alors possible sur une série de plans factoriels, sur lesquels nous pouvons superposer le graphe des modalités des variables, placées au barycentre des individus présentant cette modalité, appelée représentation simultanée.

Dans ce cadre :

- Un individu est placé du côté des modalités qu'il possède et à l'opposé des modalités qu'il ne possède pas
- Une modalité est placée à côté des individus qui la possèdent et à l'opposé des individus qui ne la possèdent pas.

Nous avons relevé que le pourcentage d'inertie est souvent très faible en ACM, car les individus évoluent dans un univers de variables élevés, d'autant plus si les variables disposent de nombreuses modalités, ce qui est notre cas.

Cette méthode sera implémentée ultérieurement [Chapitre 5.7.2].

Enfin, les facteurs résultants de l'ACM sont des variables quantitatives qui synthétisent les variables qualitatives initiales et qui ont l'avantage de pouvoir être exploitées pour réaliser une classification.

#### **4.3.3.3 Classification Ascendante Hiérarchique (CAH)**

La Classification Ascendante Hiérarchique est une méthode non supervisée d'apprentissage automatique. Elle forme des sous-ensembles en regroupant de manière itérative les individus ou clusters les plus proches en un seul nouveau cluster, de niveau hiérarchique plus élevé. Cette démarche a l'avantage d'être systématique et reproductible, donc stable et peut être mise en œuvre à partir des résultats quantitatifs de l'ACM.

L'interprétation s'effectue à l'aide du dendrogramme résultant, qui met en évidence les distances entre les clusters fusionnés et facilite la détermination du nombre de sous-groupes le plus pertinent.

Il est ensuite possible d'identifier les variables caractéristiques de ces différentes classes, afin de leur donner une signification opérationnelle.

#### **4.3.3.4 Analyse en Composantes Principale (ACP)**

L'ACP est également une analyse de type factorielle. Elle permet, pour une variable quantitative donnée, d'explorer ses relations avec les autres variables quantitatives. Nous avons pu l'appliquer quelques fois à partir du tableau disjonctif complet.

#### **4.3.3.5 Analyse log-linéaire**

Enfin, lorsque l'on veut analyser des tables de contingence à plus de deux variables catégorielles, l'analyse log-linéaire se substitue au traditionnel test du  $\chi^2$ . Cette analyse doit respecter les mêmes conditions sur les données que le test de Pearson. La variable dépendante doit en outre être binaire (0 ou 1), ce qui est notre cas lors de l'exploitation du tableau disjonctif complet.

Il est alors possible d'exprimer la variable dépendante sous la forme d'une combinaison linéaire de variables indépendantes (modèle) (Field, Miles, Field 2012, p. 835). Moyennant la significativité statistique de l'hypothèse ( $p\text{-value} \leq 0,05$ ), l'interprétation des notions d'interactions et de rapports de chance (*odds ratio*) permet une meilleure compréhension des relations entre variables (Kah, Pruvot 2003).

## 5. Résultats et interprétation

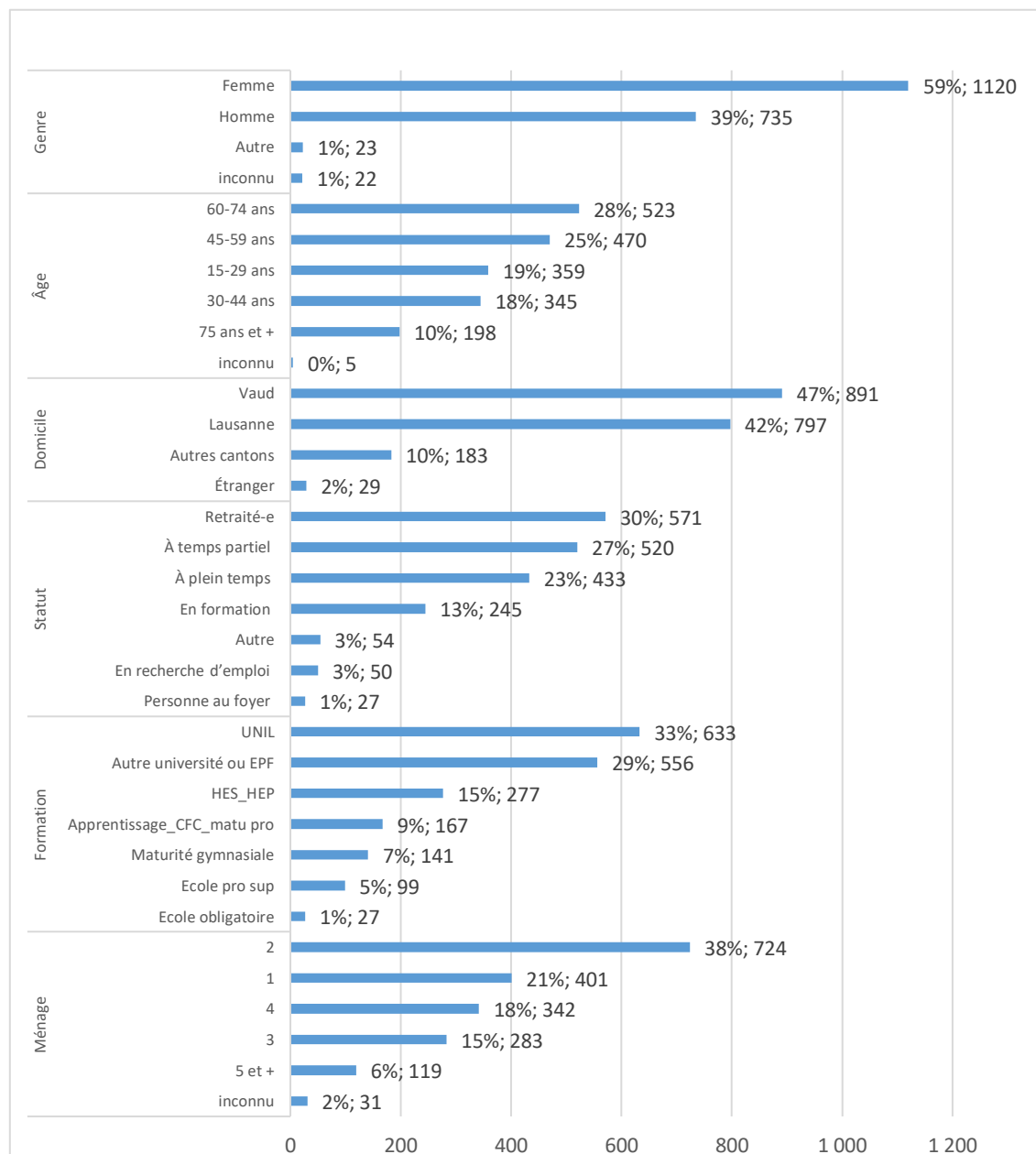
« Bonne chance pour le dépouillement des réponses ;-) »  
(Homme, 30-44 ans, Vaud)

### 5.1 Une population de formation tertiaire

Qui a répondu à notre enquête ?

L'analyse des profils sociodémographiques dresse un premier tableau de la population des répondants [Figure 33].

Figure 33 : Critères sociodémographiques des répondants (n = 1 900)



Les répondants sont majoritairement des femmes (59%), et plus de la moitié a entre 45 et 74 ans (53%). Ils vivent à 89% dans le canton de Vaud, dont une petite moitié sur Lausanne même. 13% sont en formation, 50% sont actifs et 30% à la retraite. Plus des 3/4 sont de formation tertiaire (77%), et 1/3 est diplômé plus spécifiquement de l'UNIL. 21% vivent seuls.

La répartition par tranche d'âge de ces différents critères complète le portrait [Figure 34].

Figure 34 : Critères sociodémographiques des répondants, par tranche d'âge ( $n = 1\,900$ )

		inconnu	15-29ans	30-44ans	45-59ans	60-74ans	75ans+	Total
Genre	Femme	2	259	223	268	294	74	1120
	Homme		81	107	196	227	124	735
	Autre-sans réponse	3	19	15	6	2		45
	Total	5	359	345	470	523	198	1900
Domicile	Vaud		177	135	217	258	104	891
	Lausanne	4	133	157	205	214	84	797
	Autres-cantons	1	43	44	39	47	9	183
	Étranger		6	9	9	4	1	29
	Total	5	359	345	470	523	198	1900
Statut	Formation		213	21	8	3		245
	Rech_emploi_Au_foyer_Autre	1	31	29	46	20	4	131
	Temps-partiel	3	57	157	229	65	9	520
	Plein-temps	1	57	135	174	63	3	433
	Retraite		1	3	13	372	182	571
	Total	5	359	345	470	523	198	1900
Formation	Ecole-obligatoire		9		1	10	7	27
	Apprentissage_CFC_matu pro		10	14	52	67	24	167
	Ecole-pro-sup	1	1	10	27	37	23	99
	Maturité-gymnasiale		88	5	13	30	5	141
	HES_HEP	1	36	66	80	74	20	277
	UNIL	1	168	129	143	139	53	633
	Autre-université/EPF	2	47	121	154	166	66	556
	Total	5	359	345	470	523	198	1900
Ménage	inconnu	1	5	6	5	9	5	31
	1	1	35	80	87	134	64	401
	2	2	77	113	116	295	121	724
	3	1	73	60	86	58	5	283
	4		122	60	135	23	2	342
	5+		47	26	41	4	1	119
	Total	5	359	345	470	523	198	1900

Ainsi, les 15-29 ans sont majoritairement en formation, titulaires d'une maturité gymnasiale (étudiant-e-s de premier cycle) ou diplômé-e-s de l'UNIL. Les universitaires plus âgés sont quant à eux issus pour moitié de l'UNIL et pour moitié d'autres universités ou EPF. Les personnes domiciliées hors du canton de Vaud ne sont pas issues d'une classe d'âge spécifique. Majoritairement féminine, la population des répondants se masculinise avec l'âge.

## 5.2 Un fort rapport au lieu physique, pas toujours indispensable

### 5.2.1 Fréquentation

Contrairement aux études BCUL de 2008 et 2018, qui interrogeaient le public présent sur place, notre enquête implique des personnes qui peuvent ne pas fréquenter le site Riponne. Nous pouvons constater que c'est effectivement le cas pour 30% d'entre elles durant l'année écoulée, 12% n'y ayant même jamais mis les pieds (Q1.1) [Figure 35].

Q1.1 : « Êtes-vous déjà venu-e physiquement sur le site Riponne de la BCUL ? »

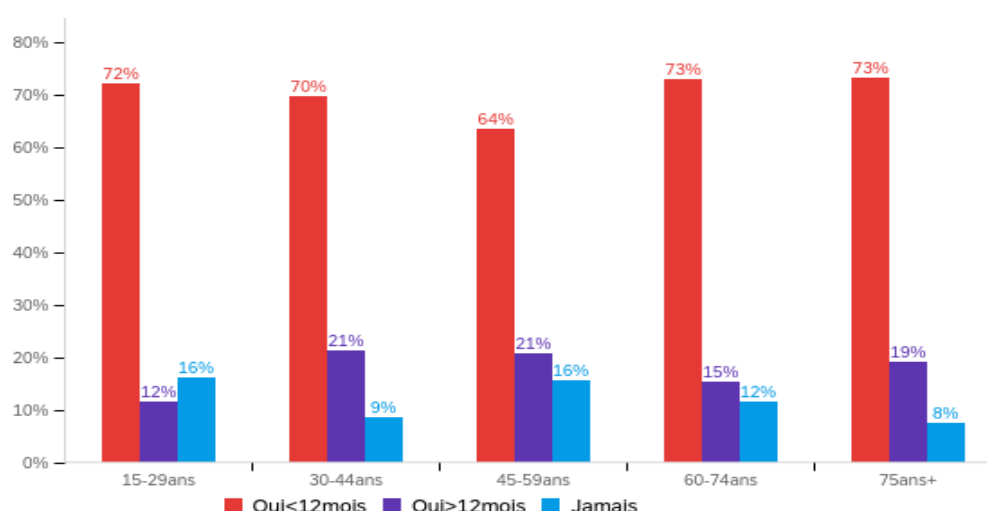
Figure 35 : Fréquentation du site Riponne par l'échantillon ( $n = 1900$ ) (Q1.1)



Une visualisation par tranche d'âge permet de mettre en évidence deux catégories de personnes plus spécifiques [Figure 36] :

- les 15-29 ans, qui sont 16% à n'être jamais venus sur le site Riponne
- les 45-59 ans, qui sont eux aussi 16% à n'être jamais venus sur le site Riponne, mais qui sont également les moins nombreux, proportionnellement, à l'avoir fréquenté sur l'année (64%).

Figure 36 : Fréquentation du site Riponne, par tranche d'âge ( $n = 1900$ ) (Q1.1)



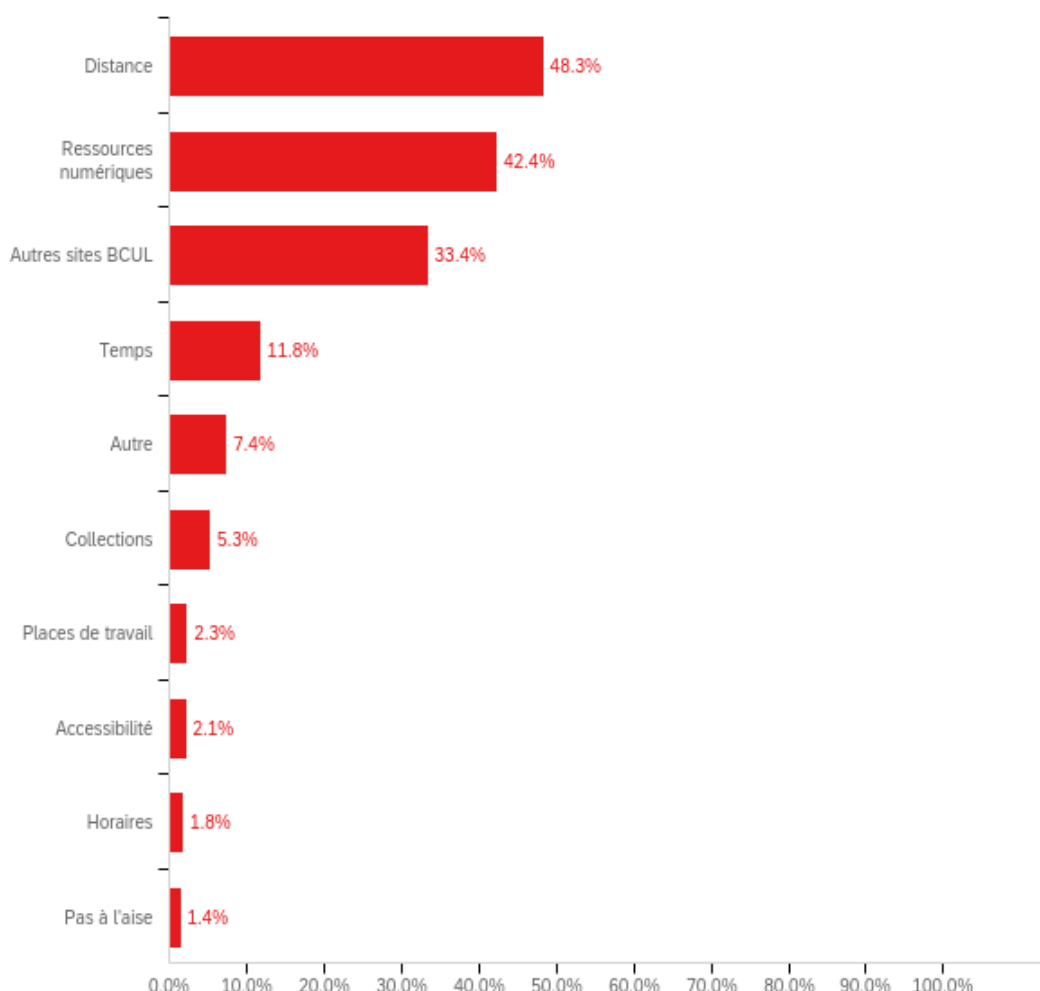
Si nous repartons de la constitution de notre échantillon, il est aisé de comprendre que nous ayons contacté des étudiants n'ayant aucun lien avec le site Riponne, mais considérés comme lecteurs actifs du simple fait d'avoir emprunté sur d'autres sites de la BCUL (ne serait-ce qu'une rallonge multiprise à l'Unithèque par exemple).

Concernant les 45-59 ans, des éléments de réponses additionnels peuvent être recherchés du côté d'eLectures. En effet, outre les emprunteurs de documents physiques, l'échantillon se compose également de l'ensemble des eLecteurs-trices actifs-ves et d'utilisateurs-trices des autres ressources numériques proposées par le site Riponne [Chapitre 3.3].

De fait, les personnes interrogées sur leurs raisons de non-fréquentation mentionnent prioritairement l'éloignement de la bibliothèque de leur domicile, travail ou école (48,3%), mais aussi l'usage exclusif des ressources numériques de la BCUL (42,4%) et la fréquentation d'autres sites BCUL (33,4%), suivis par le manque de temps (11,8%) (Q1.2) [Figure 37].

Q1.2 : « Pour quelles raisons ne fréquentez-vous pas ou peu la BCUL - site Riponne ? »

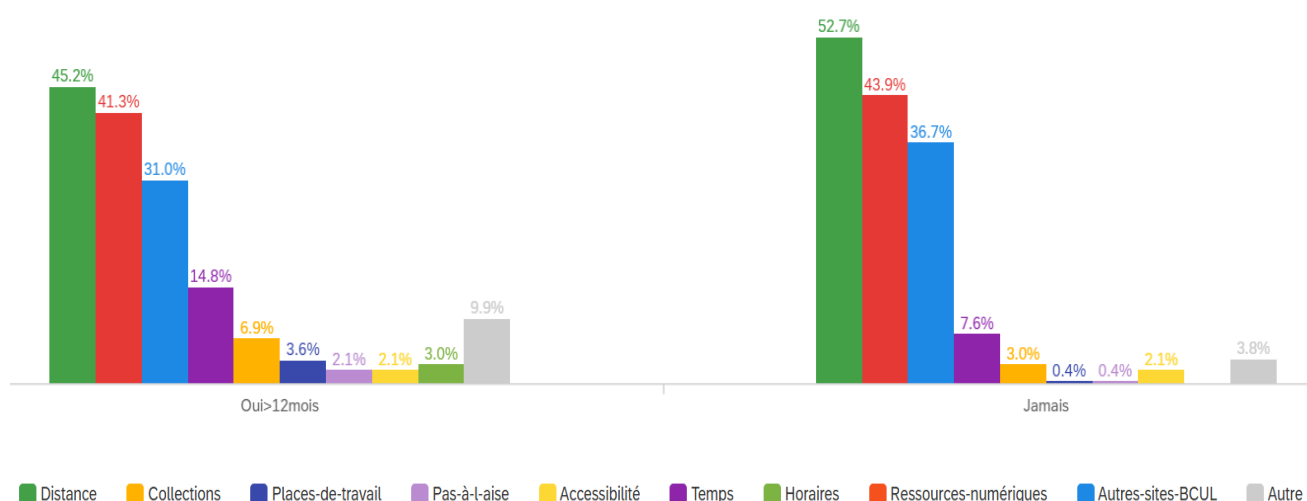
Figure 37 : Raisons de non-fréquentation du site Riponne (n = 569) (Q1.2)



Si l'on dissocie les personnes qui sont déjà venues sur le site Riponne de celles qui ne l'ont jamais fréquenté [Figure 38], nous constatons que les trois grandes causes de non-fréquentation, à savoir la distance, l'usage des ressources numériques et la fréquentation des autres sites BCUL, sont largement prédominantes dans les deux cas de figure, bien qu'encore plus marquées pour les personnes qui ne sont jamais venues. Il y a en parallèle une plus grande diversité de raisons pour lesquelles des usagers-ères occasionnel-le-s du site Riponne ne soient pas venu-e-s ces 12 derniers mois. Ainsi le manque de temps est plus souvent évoqué (14,8% vs 7,6%), ce qui semble indiquer que leur absence de visite n'est pas volontaire mais plutôt liée à leur rythme de vie. De la même façon les horaires peuvent constituer un obstacle pour ces usagers-ères (3,0%). La mention plus fréquente des collections, du manque de places et de l'ambiance témoigne également de personnes ayant déjà fait l'expérience des lieux et ayant fait le choix de moins la fréquenter.

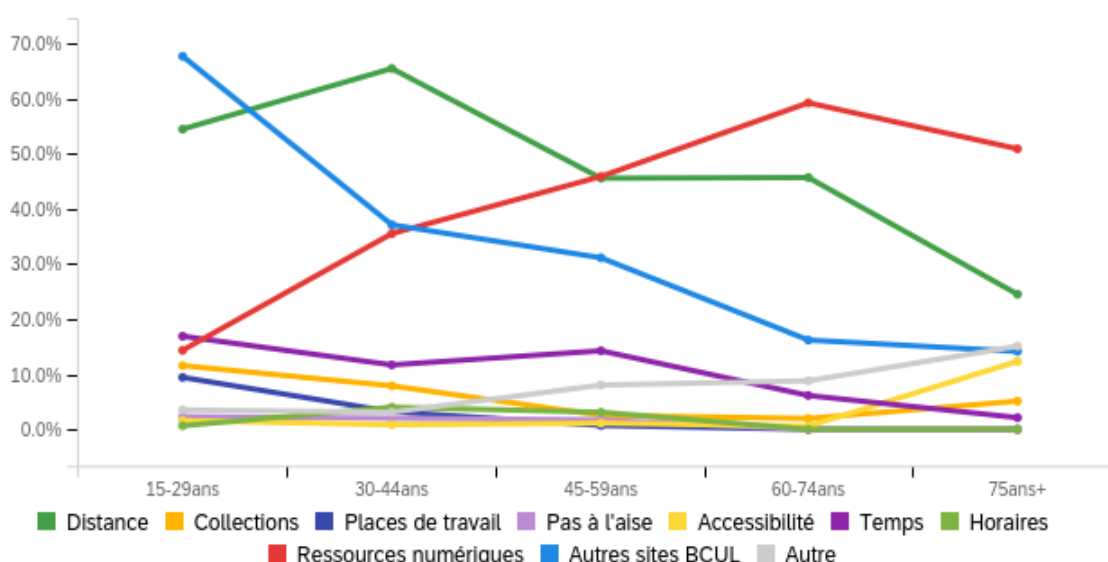


Figure 38 : Raisons de non-fréquentation des répondants qui sont déjà venus, ou jamais, sur le site Riponne (n = 569) (Q1.2)



L'analyse par tranche d'âge est elle aussi éclairante [Figure 39].

Figure 39 : Raisons de non-fréquentation du site Riponne, par tranche d'âge (n = 569) (Q1.2)



Là où les 15-29 ans évoquent comme principales raisons de non-fréquentation : les autres sites BCUL (68,0%), la distance (54,0%) et dans une moindre mesure le manque de temps (19,0%), avant l'usage des ressources numériques (14,0%), cet usage des ressources numériques prend une place beaucoup plus importante pour les personnes plus âgées, jusqu'à atteindre la première cause de non-fréquentation de la bibliothèque chez les plus de 45 ans (59,6% chez les 60-74 ans) ! Il s'agit là du phénomène le plus remarquable.

Nous relevons de plus que :

- La non-adéquation des collections aux besoins des usagers-ères est mentionnée par les 15-44 ans (12,0% et 7,7%), avec un rebond chez les plus de 75 ans (5,7%). S'il est attendu que les plus jeunes puissent avoir des besoins documentaires plus approfondis dans le cadre de leurs études, il conviendrait de savoir aussi ce qu'il manque aux personnes les plus âgées. Est-ce en lien avec

les thématiques abordées ou avec leurs supports (ouvrages en gros caractères par exemple) ?

- Les difficultés d'accessibilité à la bibliothèque constituent le 5e frein chez les plus de 75 ans (13,2%), auxquelles s'ajoutent d'autres causes, telles que des problèmes de santé (Q1.2 – *Autre*). Sur ce point, les marches du monumental perron d'entrée, tout comme le service d'appel d'un gardien pour un accès alternatif, peuvent en décourager plus d'un-e. Sur ce sujet, lors des interviews sur site pour tester le questionnaire, une répondante m'a informée que le site BCUL de la HEP-Vaud était plus facile d'accès pour les personnes âgées que le site Riponne.
- Le manque de places de travail, problématique récurrente tout au long de l'histoire du site Riponne, n'impacte presque que les 15-29 ans (à hauteur de 9,0% vs 2,9% des 30-44 ans).
- Enfin parmi les autres causes sur lesquelles les équipes de la BCUL peuvent agir, les horaires d'ouverture (3,8% des 30-44 ans) et l'ambiance (3,0% des 15-29 ans) représentent des obstacles marginaux.

Il convient néanmoins de garder à l'esprit que cette analyse ne concerne que des personnes déjà utilisatrices des services de la BCUL et ne peut pas être transposée aux non-publics, dont les obstacles à la non-fréquentation du site Riponne peuvent être tout autre.

Sur cette base, nous avons procédé à un test de Pearson sur R, afin d'évaluer s'il existe une dépendance entre la fréquentation du site Riponne et respectivement l'utilisation d'eLectures et la domiciliation sur Lausanne.

Programmation R 1 : Tableau de contingence « Fréquentation Riponne x Domiciliation à Lausanne » et résultats du test de Pearson (Q1.1 x Q4.3)

	Fréq Riponne = 0	Fréq Riponne = 1	Row Total
Domicile Lausanne = 0	448 320.524 7.120	616 743.476 -4.675	1064
Domicile Lausanne = 1	109 236.476 -8.290	676 548.524 5.443	785
Column Total	557	1292	1849

Statistics for All Table Factors

Pearson's Chi-squared test

Chi^2 = 170.8999 d.f. = 1 p = 4.705666e-39

Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction

Chi^2 = 169.5619 d.f. = 1 p = 9.222602e-39

Fisher's Exact Test for Count Data

Sample estimate odds ratio: 4.506787

Alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1

p = 3.578753e-41

95% confidence interval: 3.54423 5.765118

Alternative hypothesis: true odds ratio is less than 1

p = 1

95% confidence interval: 0 5.54379

Alternative hypothesis: true odds ratio is greater than 1

p = 1.983047e-41

95% confidence interval: 3.677195 Inf

Le test de Pearson effectués sur la table de contingence « Fréquentation Riponne x Domicile Lausanne » est statistiquement significatif ( $p \ll 0,05$ ) et permet d'exclure l'hypothèse d'indépendance entre la fréquentation du site Riponne et la domiciliation à

Lausanne. Le *odds ratio* nous indique en outre qu'être domicilié-e à Lausanne augmente de 4,5 fois les chances de fréquenter le site Riponne (Field, Miles, Field 2012, pp. 826-827).

Programmation R 2 : Tableau de contingence « Fréquentation Riponne x Utilisation eLectures » et résultats du test de Pearson (Q1.1 x Q2.3)

	Fréq Riponne = 0	Fréq Riponne = 1	Row Total
Utilise eLectures = 0	266 357.878 -4.857	922 830.122 3.189	1188
Utilise eLectures = 1	291 199.122 6.511	370 461.878 -4.275	661
Column Total	557	1292	1849

#### Statistics for All Table Factors

##### Pearson's Chi-squared test

Chi^2 = 94.42697 d.f. = 1 p = 2.543043e-22

##### Pearson's Chi-squared test with Yates' continuity correction

Chi^2 = 93.40202 d.f. = 1 p = 4.268157e-22

##### Fisher's Exact Test for Count Data

Sample estimate odds ratio: 0.3670463

Alternative hypothesis: true odds ratio is not equal to 1

p = 8.145427e-22

95% confidence interval: 0.2971801 0.4530006

Alternative hypothesis: true odds ratio is less than 1

p = 5.775248e-22

95% confidence interval: 0 0.4383402

Alternative hypothesis: true odds ratio is greater than 1

p = 1

95% confidence interval: 0.3071909 Inf

Le test de Pearson effectués sur la table de contingence « Fréquentation Riponne x Utilisation eLectures » est lui aussi statistiquement significatif ( $p < 0,05$ ) et permet d'affirmer qu'au sein de notre échantillon, être utilisateur-trice d'eLectures réduit de 63% les chances de fréquenter le site Riponne (Field, Miles, Field 2012, pp. 826-827).

Ces résultats sont confortés par l'analyse log-linéaire effectuée indépendamment pour chacune de ces variables indépendantes (« Domicile Lausanne » et « Utilise eLectures »). Comme nous supposons une interaction entre ces deux variables, nous effectuons une analyse log-linéaire conjointe.

Programmation R 3 : Analyse log-linéaire de la fréquentation du site Riponne en fonction de la domiciliation sur Lausanne et de l'utilisation d'eLectures (Q1.1 ~ Q4.3 + Q2.3)

```
glm(formula = Riponne_Nb_Cat_1 ~ Domicile_Lausanne + eLectures_Utilise_1,
    family = "binomial", data = BDD_TOUT_RG_complete_sans_ID)
```

#### Coefficients:

	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z )
(Intercept)	0.69795	0.08036	8.685	< 2e-16 ***
Domicile_Lausanne1	1.41751	0.12230	11.591	< 2e-16 ***
eLectures_Utilise_11	-0.86903	0.10951	-7.935	2.1e-15 ***

---  
Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 2262.9 on 1848 degrees of freedom  
Residual deviance: 2017.7 on 1846 degrees of freedom  
AIC: 2023.7

Number of Fisher Scoring iterations: 4

```
> exp(Riponne_model$coefficients[2])
```

Domicile\_Lausanne1  
4.126823

```
> exp(Riponne_model$coefficients[3])
```

eLectures\_Utilise\_11  
0.419358

Comme attendu, la *p-value* est très inférieure à 0,05 pour chacune de ces variables. Nous pouvons conclure que les chances de fréquenter le site Riponne sont 4,12 fois supérieures lorsque la personne habite Lausanne, tandis qu'elles diminuent de 58% si cette personne utilise eLectures.

Cette dernière interprétation est celle que nous conserverons. Notons que ces deux seules variables ne suffisent pas à caractériser parfaitement la fréquentation du site Riponne, ce qui n'est pas le but de notre étude.

Enfin, au-delà de ces chiffres, il faut bien prendre en compte le fait que de nombreux eLecteurs-trices ne seraient tout simplement pas usagers-ères de la BCUL sans l'existence de ces offres à distance et ne peuvent donc pas être considéré-e-s de façon globale comme des « usagers-ères physiques en moins » de la bibliothèque.

De son côté, l'analyse des réponses « Autre » (31 réponses) montre qu'une réponse de type « *Je n'y pense pas / je n'ai pas de besoin* » pourrait être ajoutée à une prochaine enquête. Nous retiendrons par ailleurs les remarques suivantes :



#### Q1.2 - « Autre »

« *Je n'ai pas accès aux livres. Il faut connaître soit un titre ou un auteur pour le demander au desk. Moi j'aime bien parcourir les rayons* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« *Je dispose de sites internet de partitions musicales gratuites sur internet depuis la fin des droits d'auteur sur celles-ci, je n'ai donc plus besoin de me déplacer. Je trouve des enregistrements qui me conviennent sur YouTube.* » (Homme, 45-59 ans, Lausanne)

« *Par réaction à une amende pour perte d'un document que je juge beaucoup trop élevée.* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *Lausanne est devenue une ville difficile d'accès, mauvaise image* » (Homme, 60-74 ans, Vaud)

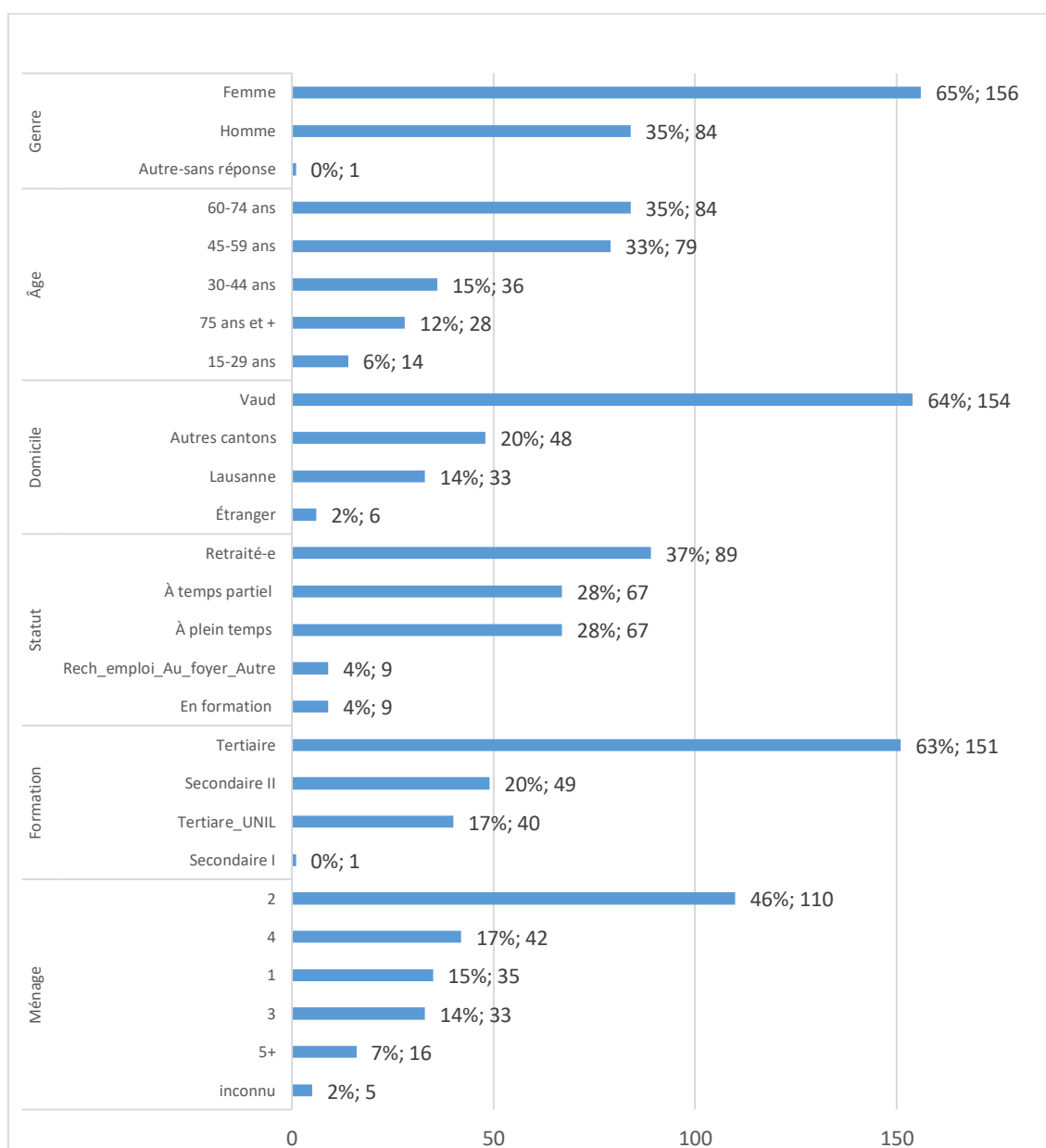
« *Je n'emprunte pas les livres, consulte Internet et garde contact avec un excellent libraire tout proche.* » (Homme, 75 ans et +, Lausanne)

« *Je suis une vieille dame et j'y étais venue et m'étais inscrite pour trouver un écrit d'un aïeul maternel.* » (Femme, 75 ans et +, Vaud)

Alors qu'il est fait référence aux ressources électroniques dans les réponses libres, il n'y a aucune mention du Covid.

Au final, dans le cadre de notre étude, il est intéressant de caractériser de façon plus précise les usagers-ères exclusifs-ives des ressources numériques (n'ayant pas fréquenté le site Riponne sur l'année (Q1.1) et ayant sélectionné « Je n'utilise que les ressources numériques de la BCUL » en Q1.2), soit 241 personnes au total [Figure 40].

Figure 40 : Profils sociodémographiques des usagers-ères exclusifs-ives des ressources numériques de la BCUL - site Riponne ( $n = 241$ ) (Q1.1 x Q1.2 x Q4)



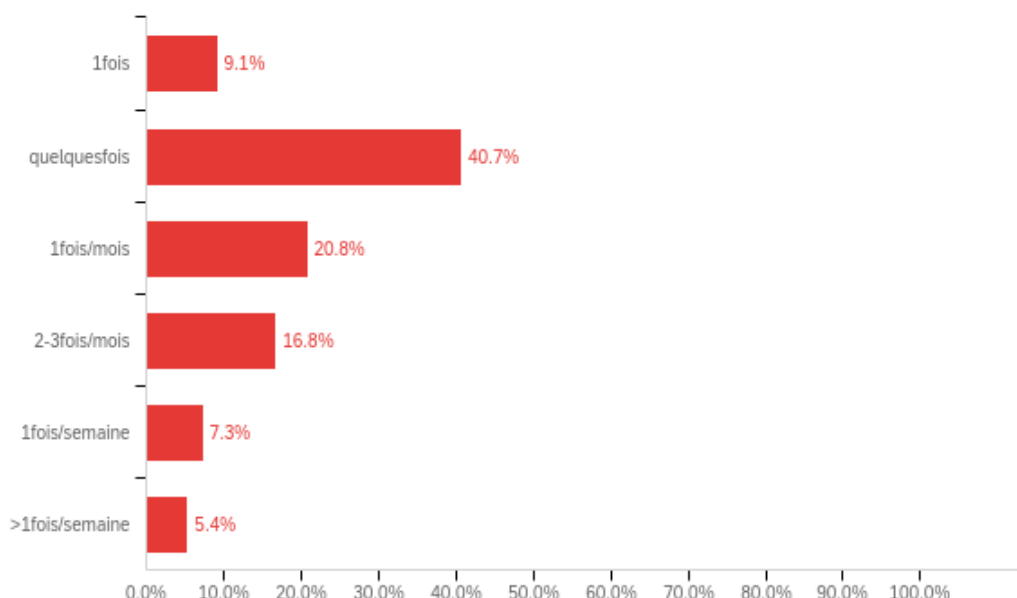
Composé de 2/3 de femmes (65%), leur moyenne d'âge est de 57 ans. Ces personnes vivent aux 2/3 sur Vaud hors Lausanne (64%), au sein d'un foyer de deux personnes pour 46% d'entre elles. Elles sont de formation tertiaire à 80%, majoritairement en emploi à 56% ou à la retraite (37%) [Figures 40].

## 5.2.2 Fréquence et durée des visites

Nous nous attachons désormais à étudier la fréquence et la durée des visites (Q1.3 et Q1.4).

Q1.3 : « Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence en moyenne êtes-vous venu-e à la BCUL - site Riponne ? »

Figure 41 : Fréquence moyenne des visites du site Riponne par les répondants (n = 1 324) (Q1.3)



Parmi les personnes qui ont fréquenté le site Riponne sur l'année, près de la moitié (49,8%) déclarent n'être venu-e-s que quelques fois à la bibliothèque (40,7%) voire qu'une seule fois (9,1%), tandis que l'autre moitié (50,2%) la fréquente au moins une fois par mois.

La durée de prêt standard étant de 28 jours, nous pouvons en déduire que plus de la moitié des personnes qui fréquentent le site Riponne en sont des usagers-ères réguliers.

Les enquêtes précédentes de 2008 et 2018 faisaient état de respectivement 68,5% et 66% d'usagers-ères venant une fois par mois au moins sur le site Riponne (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 14). Ces études interrogeaient les personnes directement sur place, alors que notre question a été posée à tout usager-ère déclarant avoir visité au moins une fois le site sur l'année. Nous pouvions donc logiquement nous attendre à une plus faible mesure de fréquence de fréquentation. L'écart n'en est pas pour le moins important.

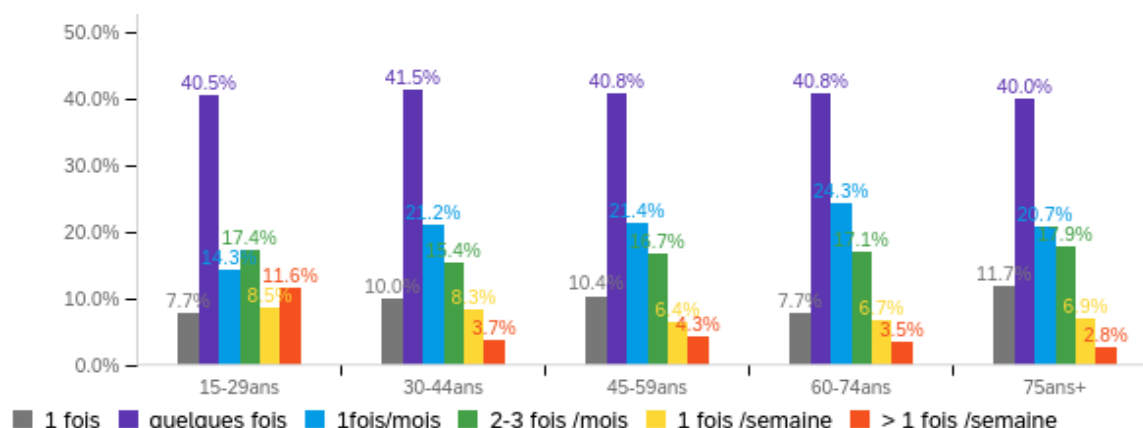
En comparaison, l'étude de 2017 portant sur les usagers-ères actifs-ves en ville de Genève mesure une fréquence de visites inférieure ou égale au mois pour 54% d'entre eux dans les bibliothèques municipales (Sardi, Aellig 2017, p. 33), et pour 47% d'entre eux dans les bibliothèques scientifiques et patrimoniales (Sardi, Aellig 2017, p. 62-63). Ils et elles sont même 56% sur le site des Bastions de la Bibliothèque de Genève (BGE). Ces valeurs sont plus conformes à nos résultats.

De son côté, les données 2019 de l'OFS comptabilisait une fréquence de visites inférieure à 6 par an pour 66% des usagers-ères vaudois-e-s de bibliothèques, soit moins d'1/3 de visites inférieures ou égale au mois (État de Vaud 2021, p. 17), ce qui ne

correspond pas du tout aux usages constatés sur le site Riponne : les visites y sont bien plus fréquentes.

Les personnes les plus assidues sont ensuite de moins en moins nombreuses : 20,8% viennent une fois par mois, tandis que 16,8% viennent deux à trois fois par mois, 7,3% une fois par semaine et 5,4% plus d'une fois par semaine. Ces habitudes de fréquentation se retrouvent dans toutes les tranches d'âge, à l'exception des 15-29 ans, qui sont plus nombreux à venir 2 à 3 fois par mois (17,4%) plutôt qu'une seule fois (14,3%), mais aussi plusieurs fois par semaine (11,6%) plutôt qu'une seule fois (8,5%) [Figure 42].

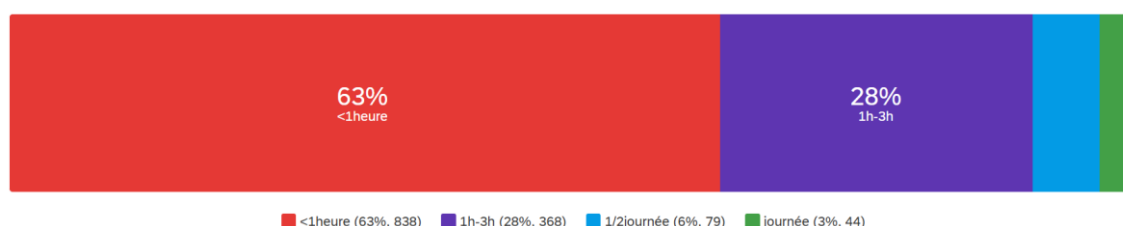
Figure 42 : Fréquence moyenne des visites du site Riponne, par tranche d'âge (n = 1 324) (Q1.3)



Quant à la durée des visites, les 2/3 des répondant-e-s restent moins d'une heure sur place, tandis qu'un peu moins d'1 sur 10 y reste la ½ journée voire la journée complète [Figure 43].

Q1.6 : « Quelle est la durée moyenne de vos visites sur le site Riponne ? »

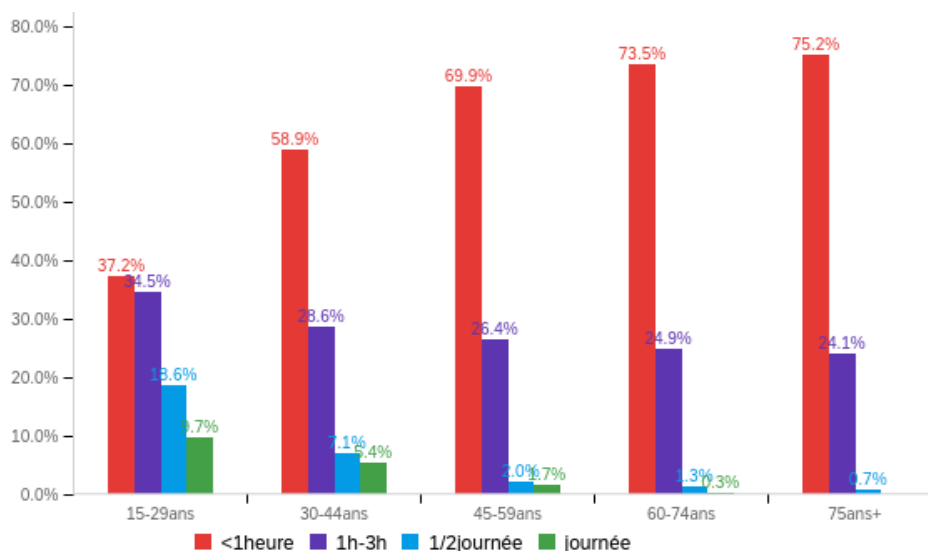
Figure 43 : Durée moyenne des visites sur le site Riponne (n = 1 329) (Q1.6)



L'étude de 2017 sur les usagers-ères actifs-ves en ville de Genève relève des valeurs très similaires dans ses bibliothèques municipales, avec 66% de visites de moins d'une heure et 32% de 1 à 2 heures, les définissant comme séjours plutôt courts (Sardi, Aellig 2017, p. 33). Les visites de moins d'une heure chute à 50% dans ses bibliothèques scientifiques et patrimoniales, plus dédiées à la formation (Sardi, Aellig 2017, p. 63-64)

De nouveau nous constatons une grande disparité d'usage en fonction des tranches d'âge : plus l'âge avance, plus les visites sont courtes. Les « séjourners » sont en très grande majorité des 15-29 ans ; ce qui les distingue de façon très nette des autres publics du site Riponne. Notons néanmoins qu'au moins 1/4 de toutes les tranches d'âge dédient entre 1 et 3 heures à leur visite.

Figure 44 : Durée moyenne des visites sur le site Riponne, par tranche d'âge ( $n = 1\,329$ ) (Q1.6)



Enfin si nous croisons la fréquence des visites avec leur durée, nous constatons que la majorité des répondants (27,6%) viennent moins d'une fois par mois et pendant moins d'une heure sur le site Riponne.

Tableau 8 : Fréquence moyenne de fréquentation x Durée moyenne des visites sur le site Riponne ( $n = 1\,322$ ) (Q1.3 x Q1.6)

	< 1heure	1h-3h	1/2 journée	Journée	Total
1 fois	93	23	3	2	121
quelques fois	365	151	16	6	538
1 fois /mois	185	76	7	7	275
2-3 fois /mois	140	60	15	7	222
1 fois /semaine	43	31	11	11	96
> 1 fois /semaine	6	26	27	11	70
Total	832	367	79	44	

Le test de Spearman sur les données de fréquences et de durées de visite (qualitatives ordinales) démontre que ces deux variables sont liées positivement ( $p\text{-value} < 2,2e-16$  et  $\rho = 0,2437809$ ) : dans notre échantillon, l'augmentation de la fréquence des visites va de pair avec l'augmentation de leur durée. Les usagers-ères qui viennent le plus souvent sont généralement aussi celles et ceux qui restent le plus longtemps.

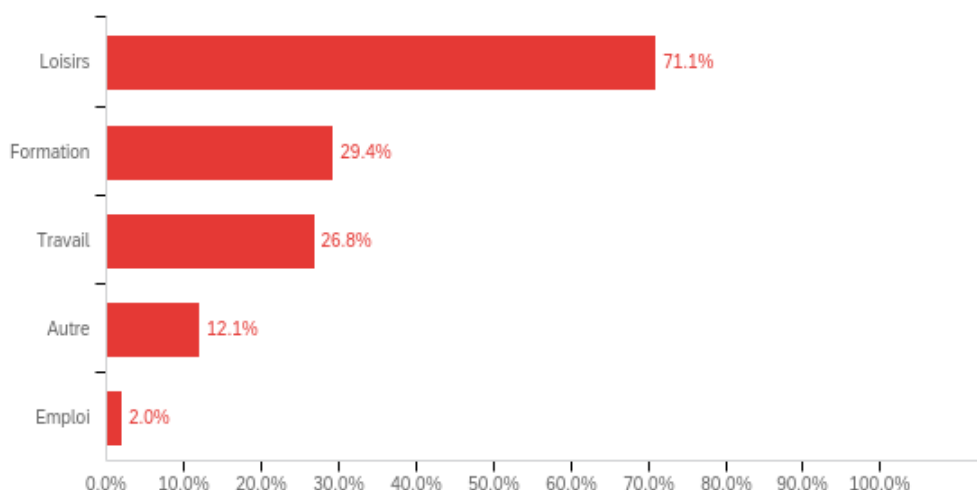


### 5.2.3 Buts et activités

La question Q1.4 demandait dans quel cadre les répondants venaient habituellement sur le site Riponne.

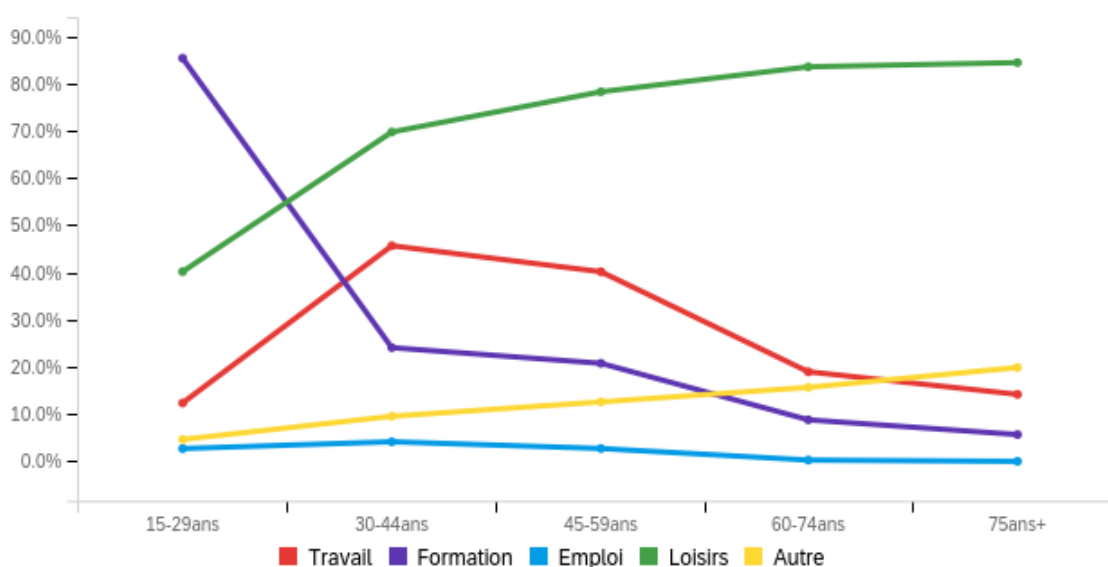
Q1.4 : « Dans quels buts venez-vous sur le site Riponne ? »

Figure 45 : Buts de visite des répondants (n = 1 304) (Q1.4)



Près des ¾ des usagers-ères viennent à la bibliothèque pour leurs loisirs, ce qui en fait le but premier de visite, auquel s'ajoutent la formation pour 29,4% des répondants et le travail, pour 26,8% d'entre eux. La recherche d'emploi reste marginale : elle concerne 2% des usagers-ères et correspond au taux de chômage actuel en Suisse, qui s'élevait à 2,3% en mai 2024 (Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) 2024).

Figure 46 : Buts de visite des répondants, par tranche d'âge (n = 1 304) (Q1.4)



De nouveau, les profils sont très marqués par les différentes étapes de vie :

- 85,3% des 15-29 ans viennent dans le cadre de leur formation

- Ce qui est encore le cas pour 24,1% des 30-44 ans et 20,7% des 45-59 ans et reflète l'essor de l'apprentissage tout au long de la vie
- Les causes liées au travail sont évoquées majoritairement par les 30-44 ans (45,6%) et les 45-59 ans (40,1%)
- Les raisons relatives aux loisirs concernent l'ensemble des classes d'âge, de façon croissante avec l'âge mais néanmoins très présente chez les plus jeunes (40,2% des 15-29 jusqu'à 84,4% chez les plus de 75 ans)

Par ailleurs, les personnes ayant répondu à cette question ont sélectionné 1,4 motifs de visite en moyenne (écart-type de 0,56).

Ces résultats confirment une des conclusions de l'étude de 2018, à savoir que les publics ne sont pas cloisonnés dans leur usage de la bibliothèque entre les « apprenants » d'un côté et les lecteurs « loisirs » de l'autre (Simonet, Bezençon 2019). Les « apprenants » savent s'y détendre et les lecteurs « loisirs » y travailler ou se former.

A noter que lors de la phase de test du questionnaire, plusieurs personnes retraitées m'ont fait part de leur difficulté à distinguer si la pratique d'activités en lien avec leur profession passée, mais exercée à présent par passion ou de façon épisodique, constituait un loisir, une formation ou un travail. Enfin une autre personne interviewée s'est indignée du fait de qualifier la lecture de loisir, la considérant comme une activité hautement plus sérieuse.

L'analyse des réponses « Autre » (113 réponses) corrobore quelque peu cette remarque. En effet, beaucoup de répondants souhaitent dès cette question partager sur leurs activités concrètes au sein de la bibliothèque : on ne vient pas à la bibliothèque pour les « loisirs », mais pour y chercher des livres ! De leur côté, certains répondants (3) ont voulu préciser qu'ils et elles travaillaient sur le site Riponne. Les extraits ci-dessous témoignent de la diversité des besoins de cet écosystème.



#### Q1.4 - « Autre »

##### Pour assouvir sa curiosité :

« Je suis curieuse de nature et j'ai toujours une recherche en cours : est-ce que ça ren[tre] dans les loisirs ? » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« j'adore lire & vous avez tout pour...plaire :- ) » (Homme, 60-74 ans, Vaud)

« Pour enrichir mes connaissances sur les sujets qui me passionnent. » (Femme, 30-44 ans, Hors Suisse)

« Pour conserver un contact avec le monde académique, par intérêt, par passion » (Homme, 60-74 ans, Vaud)

« Pour imprimer des documents depuis mon adresse mail, pour faire des photocopies, pour emprunter des ouvrages divers. Utile pour tous les aspects de ma vie, santé, voyage, travail, détente, m'instruire... Service public indispensable "Vous pensiez que l'éducation coûte chère, essayez l'ignorance" ! » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

##### Pour se former, effectuer des recherches personnelles

« recherches généalogiques » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« En tant que membre d'un jury littéraire » (Femme, 45-59 ans, Vaud)

« *activités de rédaction dans un cadre associatif culturel* » (Femme, 60-74 ans, Autre canton)

« *Pour travailler sur mes propres projets dans un espace calme.* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

« *recherches, autoformations, études de langues* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

Pour rencontrer ou partager :

« *Pour faire découvrir le lieu à des réfugiés vivant à Lausanne.* » (Autre, 45-59 ans, Vaud)

« *Rencontre, réunion associative* » » (Femme, 15-29 ans, Vaud)

« *Pour l'ambiance, pour draguer (mais j'ose jamais)* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

Pour gérer son compte lecteur :

« *Pour débloquer mon compte* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *Renouveler mon accès renouvaud pour les emprunts de ebook* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

Par opportunité :

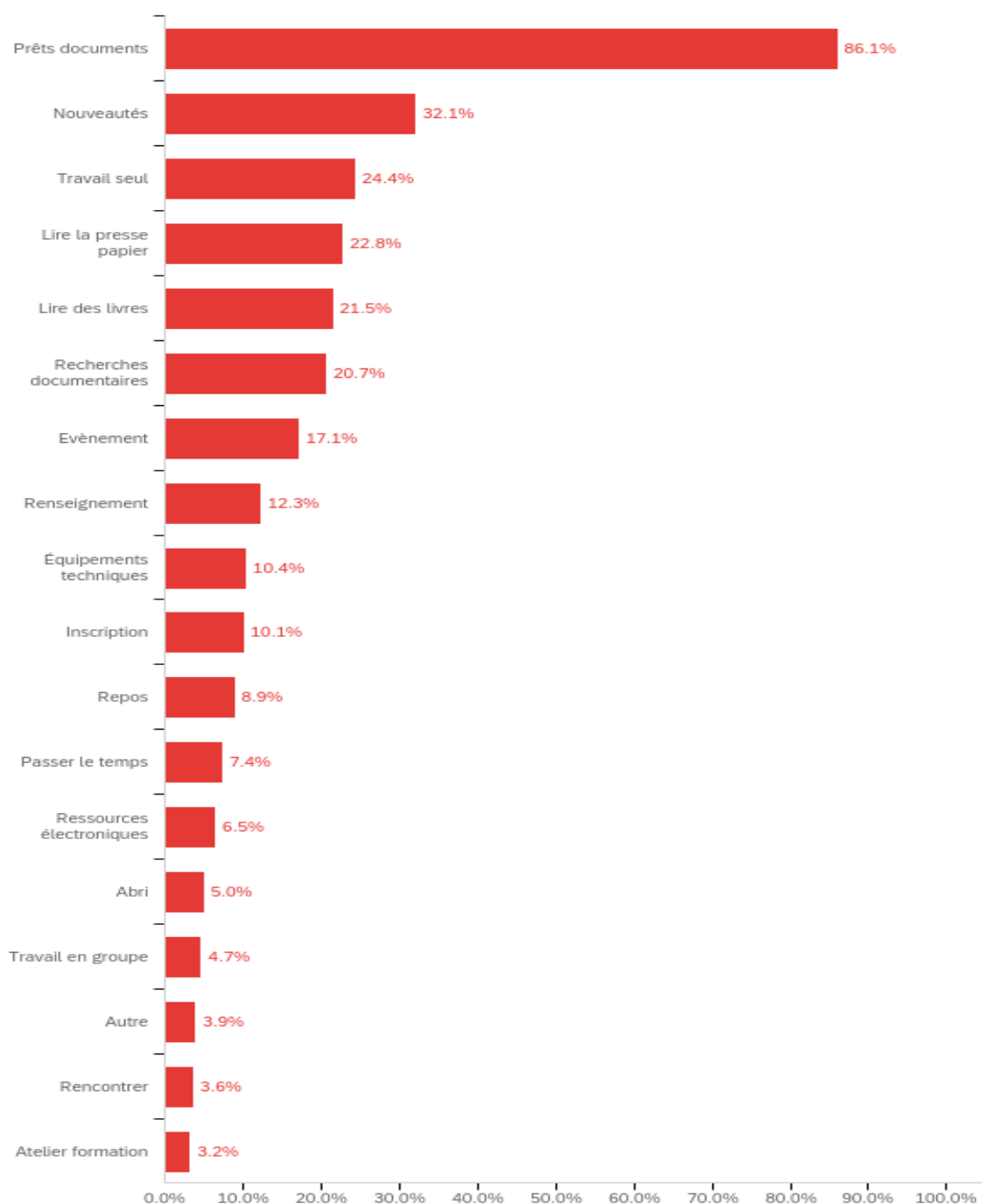
« *Je visite le musée avec mes enfants et en profite pour venir à la bibliothèque* » (Femme, 45-59 ans, Vaud)

« *Pour accompagner mon compagnon qui devait rendre un livre.* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

La question suivante aborde justement les activités pratiquées au sein de la bibliothèque lors de la visite des répondants sur site (Q1.5).

Q1.5 : « Quelles sont les raisons principales de vos visites sur le site Riponne ? »

Figure 47 : Motifs de visite sur le site Riponne (n = 1 330) (Q1.5)



De nouveau sans surprise, le prêt de documents (« *Pour emprunter ou rendre des documents* ») arrive largement en tête, cité comme motif de visite pour 86,1% des répondants.

En 2018, cette proportion était sensiblement moindre, s'élevant à 78,0% (Simonet Chatton, Bezençon 2018, pp. 22-23). De nouveau cette différence peut s'expliquer par la méthodologie d'enquête : les interviewers de 2018 ont certainement pu interroger plus de « séjournateurs, non emprunteurs » que dans notre cas où ce sont en priorité les

usagers-ères actifs-ves et donc emprunteurs qui ont été sollicités. En 2008, 67,8% avaient emprunté pour leur formation, 78,4% pour leurs loisirs (Wullyamoz 2008, p. 21).

De son côté, en 2019, l'OFS mesurait que 67,5% des usagers-ères de bibliothèques sur Vaud et 71,3% en Suisse avaient eu recours à l'emprunt de livres papier, respectivement 26,9% et 31,6% pour les médias physiques (État de Vaud 2021, p. 17). Nos résultats restent supérieurs à ces études. Les mêmes remarques s'appliquent concernant notre échantillon.

Les raisons suivantes sont beaucoup moins unanimement partagées mais tout à fait habituelles en bibliothèque : découvrir des nouveautés (32,1%), travailler seul (24,4%), lire la presse papier (22,8%), lire des livres (21,5% vs 43,9% en 2008), effectuer des recherches documentaires (20,7%) ou participer à des événements (expositions, conférences) (17,1%).

S'en suit une longue traîne d'activités diverses, impliquant le personnel (renseignements et conseils (12,3%), inscription (10,1%)), liées à l'usage des équipements techniques (impressions, branchements électriques, wifi, ordinateurs publics) (10,4%) ou des ressources électroniques (6,5%), au travail en groupe (4,7%) ou aux ateliers et formations (3,2%), mais aussi relatives à l'appropriation des lieux pour se reposer ou se détendre (8,9%), passer le temps (7,4%), se mettre à l'abri (intempéries, températures, environnement) (5,0%) ou se rencontrer (3,6%).

Certaines de ces activités peuvent être mises en perspective d'autres études :

- 77% des usagers-ères interviewé-e-s posaient des questions au guichet de renseignement en 2018 (Simonet Chatton, Bezençon 2018, pp. 23-24), alors qu'ils ne sont plus que 12,3% aujourd'hui à déclarer demander un renseignement ou un conseil, auxquels nous pourrions ajouter les 10,1% venant à la bibliothèque pour gérer leur inscription si ce ne sont les mêmes. Maximum 22,3%... les proportions sont quasiment inverses. De son côté, sur Vaud en 2019, l'OFS mesurait 46,1% d'usager-ères faisant appel à de l'aide ou à un conseil de la part du personnel (État de Vaud 2021, p. 17). Les statistiques d'usage confirment cette diminution des demandes de renseignement [Chapitre 2.2.6]. Les usages sont-ils en train de migrer vers d'autres sources d'information, interne (service Questions/Réponses) et/ou externes ?
- En 2018, 41,1% des personnes avaient utilisé au moins une fois les ordinateurs publics, 29,7% avaient photocopié, imprimé ou scanné à la bibliothèque, et 50,3% avaient utilisé le wifi (Simonet Chatton, Bezençon 2018, pp. 24-27). En 2019 sur Vaud, l'OFS comptabilisait 24,8% d'utilisateurs-trices de l'accès à internet (État de Vaud 2021, p. 17). Aujourd'hui, seuls 10,4% des répondants disent venir à la bibliothèque pour utiliser les équipements techniques, 27% chez les 15-29 ans, ce qui semble faible. Il est effectivement observable sur le terrain que la plupart des personnes installées aux places de travail disposent de leur propre ordinateur portable, et il est acquis que l'on imprime de moins en moins et que les forfaits téléphoniques offrent une connexion illimitée. Toutefois, beaucoup continuent à avoir besoin de recharger leurs appareils aux places de travail ou aux bornes de recharge. Le manque de prises est d'ailleurs un sujet présent dans les commentaires libres (Q5.1). Concernant l'usage des ordinateurs publics, les statistiques d'usage confirment leur chute [Chapitre 2.2.6].
- 69,2% des usagers-ères interrogé-e-s en 2018 indiquaient utiliser les places de travail, et même 93,6% des personnes en formation (Simonet Chatton, Bezençon 2018, pp. 27-28). Ils étaient 62% en 2008 à déclarer travailler régulièrement sur

place (Wullyamoz 2008, p. 21). Nos résultats semblent plus faibles, mais nous ne collectons pas exactement la même donnée. Si travailler seul (24,4%) ou en groupe (4,7%) implique nécessairement d'occuper une place de travail, qu'en est-il des recherches documentaires, de l'usage du wifi ou de la lecture d'un livre ? Sur ce point nos données se rapprochent de celles de l'OFS, estimant que 30,4% des usagers-ères ont utilisé les locaux des bibliothèques pour travailler ou étudier sur Vaud en 2019 (État de Vaud 2021, p. 17).

- Les données 2019 de l'OFS sur les pratiques culturelles nous fournissent encore d'autres éléments de comparaison (État de Vaud 2021, p. 17) : à l'époque 42,3% (vs 22,8%) lisaient la presse ou des magazines papier sur place, 22,6% (vs 6,5%) empruntaient des documents électroniques, 9,8% (vs 3,2%) suivaient un cours ou une visite guidée. Seuls certains services de type 3<sup>e</sup> lieu semblent plus concordants : 18% (vs 24,9%) utilisaient les locaux pour jouer, se détendre ou rencontrer des gens, 18% (vs 17,1%) participaient à des événements.

De façon générale, nous mesurons des usages, autres que le prêt, plus faibles que les données comparatives dont nous disposons.

Or, outre les écarts de population, nous avons constaté une différence importante dans la formulation des questions. Là où nous interrogeons les raisons principales de visite à la bibliothèque, l'enquête BCUL de 2018 interrogeait la fréquence d'usage de certains services, et l'OFS si les personnes avaient eu recours au moins une fois dans l'année à ces services.

L'interprétation de ces données est donc peu fiable. Elles corroborent néanmoins l'analyse des données induites, témoignant de la diminution de l'usage de certains services (renseignements, ordinateurs publics, voire formations) [Chapitre 2.2.6].

Nous proposons maintenant une analyse par tranche d'âge afin d'identifier les caractéristiques de chaque classe :

Tableau 9 : Répartition des raisons de visites par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,330$ ) (Q1.5)

	15-29 ans	30-44 ans	45-59 ans	60-74 ans	75 ans et +
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prêt (73%)</li> <li>- Travail seul (59%)</li> <li>- Equipements (27%)</li> <li>- Lire (24%)</li> <li>- Recherches (23%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prêt (86%)</li> <li>- Travail seul (36%)</li> <li>- Nouveautés (27%)</li> <li>- Lire (23%)</li> <li>- Recherches (19%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prêt (92%)</li> <li>- Nouveautés (37%)</li> <li>- Lire (25%)</li> <li>- Evénements (22%)</li> <li>- Presse (22%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prêt (91%)</li> <li>- Nouveautés (43%)</li> <li>- Presse (35%)</li> <li>- Evénements (18%)</li> <li>- Recherches (18%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prêt (86%)</li> <li>- Nouveautés (34%)</li> <li>- Presse (26%)</li> <li>- Recherches (23%)</li> <li>- Lire (20%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> <i>(pic pour cette classe d'âge)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Travail seul (59%)</li> <li>- Equipements (27%)</li> <li>- Recherches (23%)</li> <li>- Travail groupe (17%)</li> <li>- Chercher abri (12%)</li> <li>- Autre (5%)</li> <li>- Rencontres (5%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Passer le temps (14%)</li> <li>- Repos (11%)</li> <li>- Ressources électroniques (10%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prêt (92%)</li> <li>- Lire (25%)</li> <li>- Evénements (22%)</li> <li>- Repos (11%)</li> <li>- Atelier/formation (6%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nouveautés (43%)</li> <li>- Presse (35%)</li> <li>- Renseignement (15%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherches (23%)</li> <li>- Renseignement (15%)</li> <li>- Inscription (14%)</li> <li>- Autre (5%)</li> </ul>
<b>Nb moyen de motifs</b> <i>/ personne</i>	<b>3,1</b>	<b>3,2</b>	<b>3,0</b>	<b>2,9</b>	<b>2,6</b>

En résumé, et d'un point de vue général :

- Les 15-29 ans ont le plus de raisons de venir à la bibliothèque. Ils et elles travaillent seul-e-s, parfois en groupe, utilisent les équipements techniques et font des recherches documentaires. La bibliothèque est perçue par quelques-une-s comme un abri ou un espace de rencontres.

- Les 30-44 ans ont le même type de profil, mais utilisent moins les équipements et sont plus attentifs-ves aux nouveautés. Certain-e-s viennent passer le temps et se reposer. D'autres consultent les ressources électroniques.
- Les 45-59 ans pratiquent la lecture et le prêt avec le plus d'assiduité. Ils et elles ont un intérêt marqué pour les nouveautés et lisent la presse papier. C'est la classe d'âge qui participe le plus aux événements, aux ateliers ou aux formations proposées. La bibliothèque peut aussi être perçue comme un espace reposant.
- Les 60-74 ans consultent en priorité les nouveautés et la presse papier à disposition. Ils et elles participent aux événements et font des recherches documentaires. Avec les plus de 75 ans, ce sont eux qui ont le plus d'interactions avec le personnel.
- Les plus de 75 ans se tiennent informé-e-s des nouveautés et de l'actualité. Ils et elles effectuent des recherches et sollicitent le personnel pour des renseignements ou concernant leur inscription.
- Le nombre de motifs de visite moyen est relativement homogène sur toutes les tranches d'âge. Nous pouvons tout de même signaler un léger pic pour les 30-44 ans et une lente diminution avec l'âge à partir de 45 ans.

Enfin les réponses « *Autres* » (46 réponses) font mention de la réservation de la salle de travail, du piano en libre accès, de la consultation des ouvrages non empruntables, du prêt de partitions, CD et DVD (non mentionnés à tort dans l'enquête), de la fréquentation conjointe avec les musées du Palais de Rumine, de l'usage des toilettes, ainsi que du fait d'être un-e collaborateur-trice du site Riponne. Les commentaires plus subjectifs, tels que ceux cités ci-dessous, mettent également en avant l'attachement au lieu, à sa tranquillité, le plaisir procuré par sa fréquentation, voire le besoin de s'extraire de l'agitation extérieure.



#### Q1.5 - « *Autre* »

« *pour profiter de l'atmosphère d'une bibliothèque* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *pour musarder dans les rayons, découvrir des livres ou autres, parce que je trouve l'endroit agréable* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Pour trouver des idées et de l'inspiration* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Revoir la salle principale, j'y ai passé beaucoup de temps dans ma jeunesse.* » (Homme, plus de 75 ans, Vaud)

« *pour profiter du beau site.* » (Homme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Pour être dans un endroit non marchand où les employé. exs vous laissent tranquille* (Ne souhaite pas répondre, 30-44 ans, Vaud)

« *Fuir Sodome et Gomorrhe* » (Homme, 45-59 ans, Autre canton)

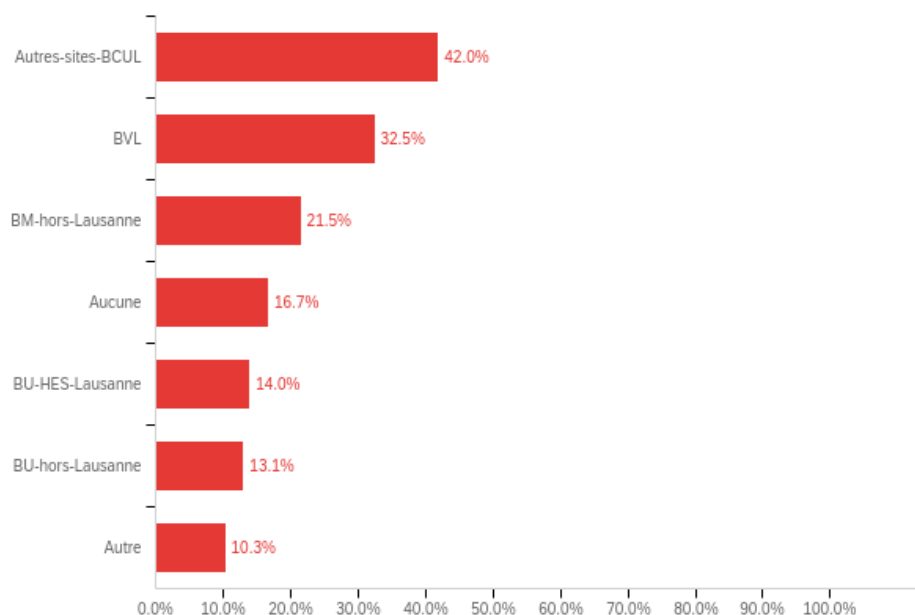
## 5.2.4 Fréquentation d'autres bibliothèques

Q1.9 : « *Au cours des 12 derniers mois, quelles autres bibliothèques avez-vous fréquentées ?* »

A la question de savoir si les répondant-e-s fréquentent d'autres bibliothèques, 16,7% ont répondu « *Aucune* » (15,8% chez les personnes venues sur le site Riponne dans l'année). Ce taux est de 10% chez les usagers-ères actifs des bibliothèques scientifiques et patrimoniales de Genève (Sardi, Aellig 2017, p. 65) et de près d'1/3 en bibliothèques

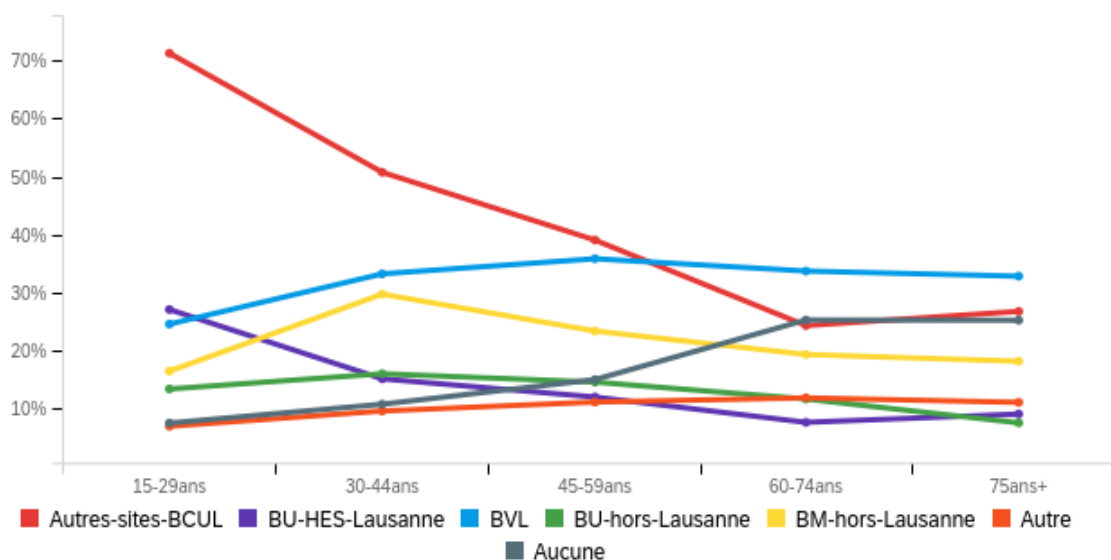
municipales (Sardi, Aellig 2017, p. 36). Ces valeurs confirment que beaucoup d'utilisateurs du site Riponne exploitent les ressources et services de plusieurs bibliothèques en même temps.

Figure 48 : Fréquentation d'autres bibliothèques (n = 1 892) (Q1.9)



Sans surprise les autres bibliothèques les plus fréquentées par notre échantillon sont les autres sites de la BCUL (42,0%), suivis par les bibliothèques de la Ville de Lausanne (32,5%).

Figure 49 : Fréquentation d'autres bibliothèques, par tranche d'âge (n = 1 892) (Q1.9)



Selon l'âge des répondant-e-s, nous remarquons que :

- Les autres sites BCUL sont les premiers autres lieux fréquentés chez les moins de 60 ans (de 71,2% à 39,1% d'entre eux). En 2008, les utilisateurs interrogés étaient 58,8% à fréquenter au moins un autre des 4 sites BCUL (Wullyamoz 2008, p. 16).



- Les bibliothèques de la Ville de Lausanne (BVL) sont les premières bibliothèques fréquentées par les plus de 60 ans (à hauteur de 33,7% et 32,8% d'entre eux)
- 1/4 des usagers-ères de plus de 60 ans ne fréquente plus d'autre bibliothèque
- La fréquentation des bibliothèques municipales hors Lausanne présente un pic chez les 30-44 ans (29,7% d'entre eux)
- Les autres bibliothèques universitaires sur Lausanne voient leur fréquentation très réduite passé l'âge de 15-29 ans (27,1%)
- Les BU hors Lausanne se maintiennent entre 16% et 7,6%

Par ailleurs, les répondant-e-s ont sélectionné 1,5 autres bibliothèques en moyenne (écart-type de 0,78) (hors mention « Autre »). Le test de Spearman effectué démontre une relation statistiquement significative entre le nombre de bibliothèques fréquentées (hors « Autres ») et la classe d'âge ( $p\text{-value} < 2,2\text{e-}16$ ,  $\rho = -0,1888314$ ) : plus l'âge est grand moins le nombre d'autres bibliothèques fréquentées est élevé.

L'analyse des réponses « Autres » (151 réponses) montre qu'il manquait certainement un choix « Bibliothèques scolaires » (27 réponses). Parmi les autres BU à Lausanne, le Rolex Learning Center de l'EPFL, la bibliothèque universitaire de médecine (BiUM) et la bibliothèque de la haute Ecole de Musique (HEMU) sont les plus citées. Les BU hors Lausanne sont très nombreuses et couvrent un large territoire : Genève, Fribourg, Neuchâtel, Valais, Bienne, Bern, Zürich, Nidwald ; ce qui prouve une grande mobilité de certain-e-s usagers-ères pour répondre à leurs besoins. Les BM hors Lausanne témoignent plus d'un service de proximité. Parmi les bibliothèques associatives engagées, mentionnons Globlivres à Renens (bibliothèque interculturelle), Filigrane à Genève (spécialisée dans le féminisme, l'égalité et les questions de genre) et le Centre International de Recherche sur l'Anarchisme (CIRA) à Lausanne. La Fondation Jan Michalski à Montricher et la bibliothèque du Cercle Littéraire de Lausanne, à vocation plus littéraire et offrant des espaces privilégiés, sont également citées. Enfin, les offres numériques ont parfois été précisées spontanément comme « Autres bibliothèques fréquentées », y compris les propres services de la BCUL, ce qui démontre l'importance que cette prestation peut avoir pour certain-e-s usagers-ères.



#### Q1.9 - « Autre »

##### On n'est jamais mieux servi-e que par soi-même :

« *Ma bibliothèque perso !* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *J'ai besoin de livres très spécialisés en théologie, histoire, patrimoine je préfère acheter ces ouvrages* » (Homme, 45-59 ans, Lausanne)

##### La proximité avant tout :

« *La bibliothèque de mon village* » (Ne souhaite pas répondre, 15-29 ans, Vaud)

« *Boîtes-à-livres si on peut les mentionner ici ! Elles sont super, accessibles en tout temps, créent de la convivialité et remettent en circuit plein d'ouvrages étonnants et variés !* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

##### De l'intérêt des réseaux :

« *Renouvaud* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *Bibliothèques du réseau SLSP* » (Homme, 45-59 ans, Lausanne)

« A l'aide du site Internet de la BCU-FR (Discovery Fribourg), utilisation des bibliothèques de l'OFS et des universités de Bâle et de Fribourg, par l'intermédiaire des prêts d'ouvrages via les échanges postaux. » (Homme, 60-74 ans, Autre canton)

L'accessibilité et la diversité des ressources numériques et services en ligne :

« <https://bcu-lausanne.cantookstation.eu> » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« offre numérique Bibliothèque Lausanne » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Autres bibliothèques avec de[s] livres numériques » (Femme, 45-59 ans, Vaud)

« e-bibliothèques ailleurs » (Homme, 60-74 ans, Vaud)

« Pully, également numériquement » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Bibliothèques en ligne en langue allemande » (Femme, 45-59 ans, Vaud)

« une bibliothèque italienne, on line » (Femme, 75 ans et +, Vaud)

« Worldcat, Amazon, Universités dans le monde, etc. » (Homme, 45-59 ans, Autre canton)

Concernant le réseau SLSP, une des personnes interviewées sur place lors du test du questionnaire m'a précisé, bien qu'assez âgée, se rendre à la bibliothèque de l'EPFL dans l'unique but de faire venir à moindre coût des ouvrages issus des bibliothèques de ce réseau national.

Concernant la pluralité des offres numériques, notons que toutes les bibliothèques qui le souhaitent peuvent actuellement offrir un catalogue de livres électroniques à leurs usagers-ères, grâce au soutien de la fondation Bibliomedia qui coordonne la plateforme e-bibliomedia, moyennant un abonnement annuel de leur part (Bibliomedia 2024). Cette plateforme, au même titre que eLectures, est basée sur la technologie Cantook de De Marque, et les catalogues de e-bibliomedia et de eLectures se veulent complémentaires.

## 5.2.5 Satisfaction

*Q1.7 : « Sur une échelle de 0 à 10, à quel point êtes-vous susceptible de recommander la BCUL - site Riponne à une personne proche ? »*

En concertation avec la BCUL, nous avons décidé de remplacer l'indice de satisfaction global habituel, s'échelonnant de 1 à 7, par le Net Promoter Score™ noté NPS®<sup>1</sup>, ou potentiel de recommandation, évalué de 0 à 10 (Q1.7). Cet indicateur a été créé par Bain & Company, cabinet international de conseil en stratégie et en management, dans le but de disposer d'une mesure de référence synthétique et standardisée sur l'expérience client, facile à exploiter et à benchmarker entre organisations (Bain & Company 2024; Qualtrics XM 2022b). Concrètement, le NPS évalue le degré de satisfaction et de fidélité des usagers-ères, en les répartissant en trois groupes : les détracteurs (note de 0 à 6 sur 10), les passifs (de 7 à 8) et les promoteurs (de 9 à 10). Il se calcule alors de la façon suivante :

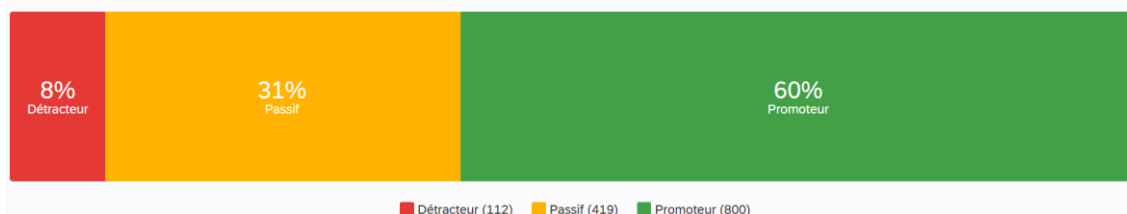
$$NPS = \text{proportion des promoteurs (en \%)} - \text{proportion des détracteurs (en \%)}$$

Il est compris entre -100 (i.e. 100% de détracteurs) et 100 (i.e. 100% de promoteurs).

---

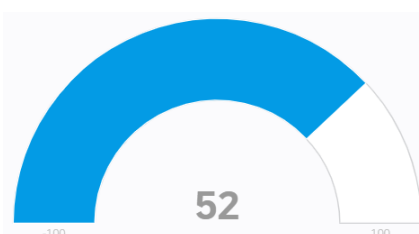
<sup>1</sup> Net Promoter est une marque déposée de Satmetrix Systems, inc., Bain & Company and Fred Reichheld.

Figure 50 : Proportion de détracteurs, passifs et promoteurs du site Riponne parmi les répondants, données brutes non pondérées ( $n = 1\,331$ ) (Q1.7)



60% des personnes ayant répondu au questionnaire sont susceptibles de promouvoir l'institution auprès de leurs proches. À l'inverse, seuls 8% se positionnent comme détracteurs, tandis que près d'1/3 des usagers-ères du site Riponne y sont plutôt indifférents et pas particulièrement fidèles [Figure 50].

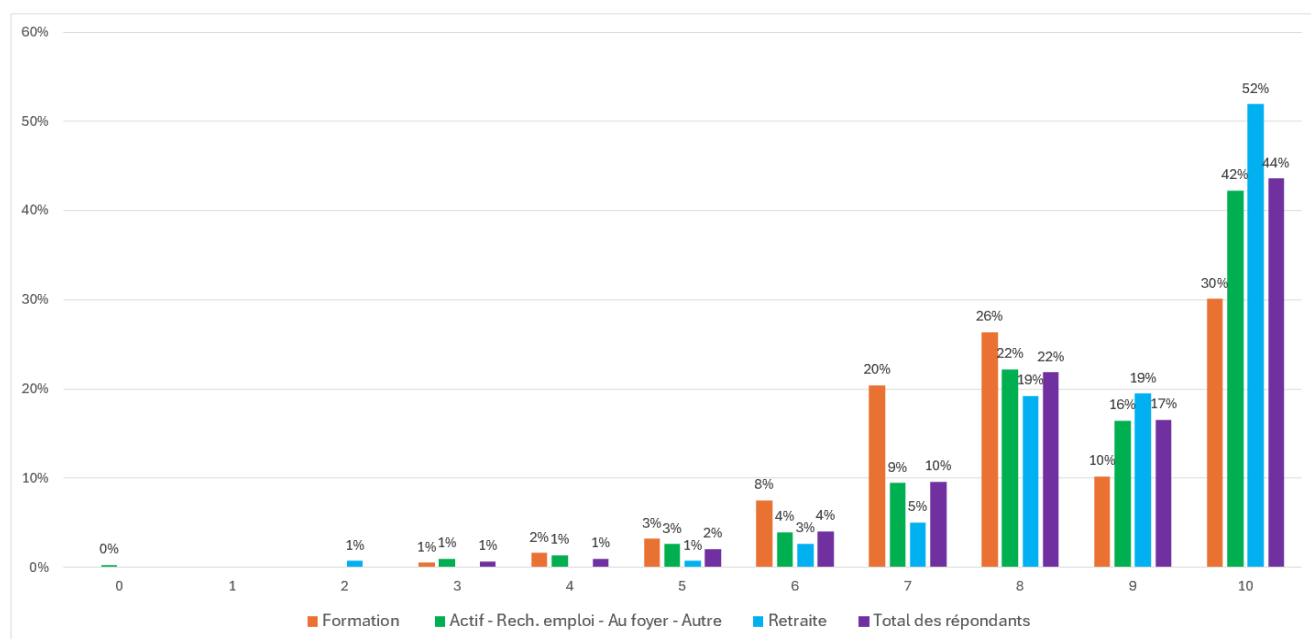
Figure 51 : NPS du site Riponne, données brutes non pondérées ( $n = 1\,331$ ) (Q1.7)



Le NPS résultant s'élève donc à 52, ce qui semble être une valeur particulièrement haute [Figure 51]. En comparaison, l'enquête de 2019 au sein des bibliothèques de l'Université de Dalhousie au Canada mesure un NPS de 15, correspondant à 39% de promoteurs pour 24% de détracteurs, jugé « raisonnablement positif » par l'institut de sondage mandaté (Insync Surveys Pty Ltd 2019, p. 27). Par ailleurs, en reprenant l'évaluation de l'enquête BCUL de 2008, effectuée sur une échelle de 1 à 10, nous avons pu reconstituer un « NPS 2008 », estimé à 39 (205 « promoteurs » et 23 « détracteurs » sur 462 réponses, soit 44% vs 5%) (Wullyamoz 2008, p. 38). En supposant que la question posée puisse être assimilable à un potentiel de recommandation, l'évolution semble nettement positive sur 16 ans.

Il faut néanmoins nuancer ce bilan, car il n'est pas homogène selon le statut professionnel des répondants [Figure 52]. En effet, si 71% des personnes à la retraite sont promoteurs du site Riponne, ce n'est le cas « que » de 40% des personnes en formation, qui se positionnent préférentiellement comme passifs, à 46%.

Figure 52 : Potentiel de recommandation du Site Riponne par les répondants, sur une échelle de 0 à 10, par statut professionnel ( $n = 1\,331$ ) (Q1.7)



La question suivante du sondage (Q1.8) permet d'analyser plus finement les niveaux de satisfaction des répondants, par type de prestation offerte par la bibliothèque.

Q1.8 : « Sur le site Riponne, comment appréciez-vous les prestations suivantes ? (Cliquez sur chaque barre, 0 : Sans avis, 1 : Pas du tout satisfait, 7 : Tout à fait satisfait) »

Tableau 10 : Comparaison des niveaux moyens de satisfaction des usagers-ères du site Riponne, interrogé-e-s en 2008 (Wullyamoz 2008, p. 38), en 2018 (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 32) et en 2024 (Q1.7 + Q1.8), évalués ou rapportés sur 7, par prestation

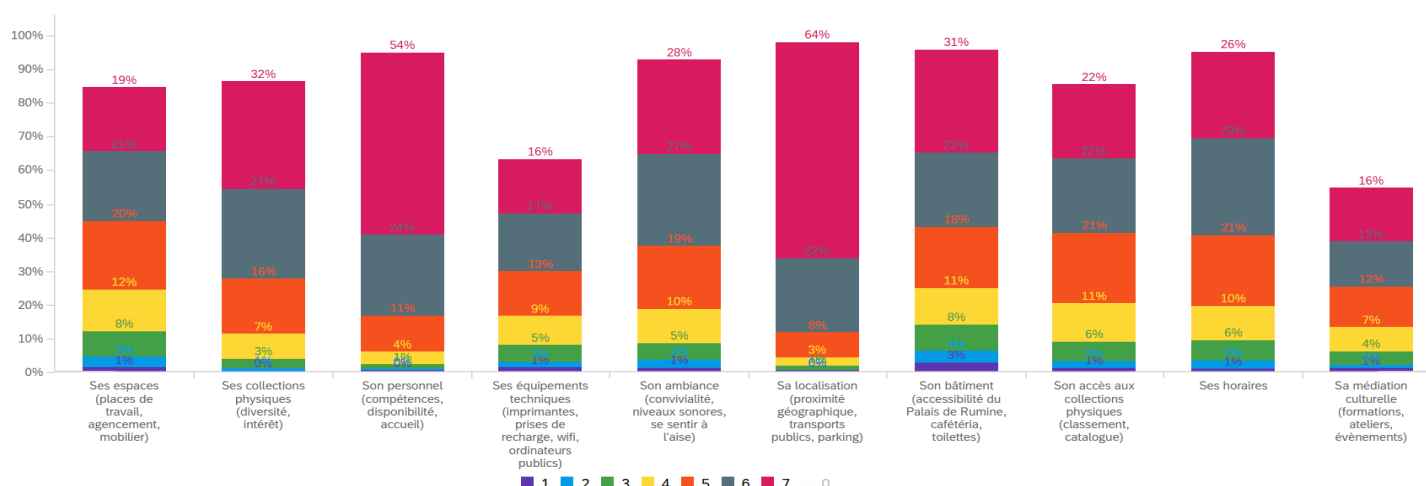
		2008	2018	2024
Global	NPS rapporté sur 7	5,8	5,9	6,1
	Moyenne des prestations			5,6
Localisation		-	-	6,5
Personnel	Compétences	-	6,5	6,3
	Disponibilité		6,4	
Collections		-	-	5,9
Ambiance	Convivialité	-	6,0	5,6
	Calme		5,8	
Horaires	Locaux	-	5,7	5,5
	Guichets		5,8	
Médiation		-	-	5,4
Accès collections		-	-	5,4
Bâtiment		-	-	5,4
Equipeement		-	-	5,3
Espaces	Confort	-	5,6	5,2

Les résultats obtenus en 2024 sont tout à fait cohérents avec ceux de 2018 (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 32) et 2008 (Wullyamoz 2008, p. 38) [Tableau 10]. L'ordonnancement des prestations selon leur degré de satisfaction demeure le même : Personnel > Ambiance > Horaires > Confort. Nous pouvons en outre remarquer que les indices de satisfaction des différentes prestations sont tous légèrement inférieurs en 2024 qu'en 2018, et que la différence avec 2018 est d'autant plus grande que la prestation est moins appréciée. Nous avons tout d'abord envisagé que cet écart puisse

être dû aux modes d'administration différents des deux questionnaires : administré par un membre du personnel en 2018 vs autoadministré en 2024, laissant supposer que la présence de l'interviewer ait pu engendrer un biais positif de désirabilité en 2018. Cependant, F. Simonet et C. Bezençon n'ont pas décelé d'écart avec les quelques questionnaires papiers complétés en l'absence de collaborateur (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 35). Quoi qu'il en soit, la différence de satisfaction entre 2018 et 2024 reste faible, n'influence pas les conclusions à tirer des résultats obtenus, qui demeurent stables, et rassure même quant à la saine relation de confiance entretenue par la bibliothèque avec ses publics. Il faudra néanmoins vérifier, lors des prochaines enquêtes, que cet écart n'initie pas une tendance à la baisse des indices de satisfaction.

Le graphique ci-dessous, issu de Qualtrics, donne par ailleurs le détail des notes attribuées, de 1 à 7 [Figure 53]. Notons que l'usage des équipements techniques et la participation aux actions de médiation ne concernant pas toutes les personnes, ces prestations ont reçu logiquement un nombre d'évaluations sensiblement inférieur.

Figure 53 : Niveaux de satisfaction des usagers-ères du site Riponne interrogé-e-s, par type de prestation et par note attribuée, de 1 (pas du tout satisfait) à 7 (tout à fait satisfait) (Q1.8)

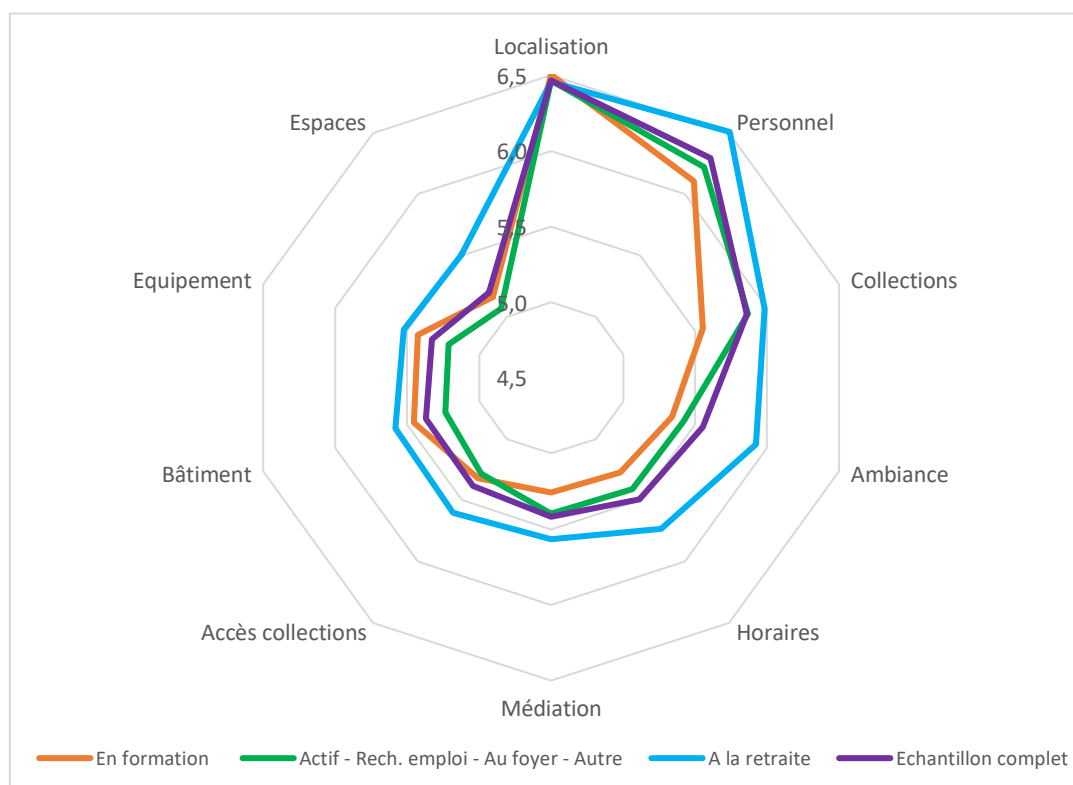


Sur la base de ces données, nous pouvons conclure que les points forts de la BCUL – site Riponne sont sa localisation (6,5 sur 7), et son personnel (6,3), suivis par ses collections (5,9) et son ambiance (5,6). Hormis le critère de localisation (proximité géographique, transports publics, parking), qui est externe à l'institution et dont elle bénéficie passivement, c'est bien le travail des équipes du site Riponne qui est reconnu ici, à savoir :

- les compétences, la disponibilité et l'accueil de son personnel
- la qualité des collections physiques proposées
- et le maintien d'une ambiance agréable.

Les prestations les moins appréciées sont quant à elles plus dépendantes des contraintes inhérentes au bâtiment, à son aménagement et à son équipement. Ainsi l'accès aux collections physiques (classement, catalogue) (5,4 sur 7), les prestations du bâtiments (accessibilité, cafétéria, toilettes) (5,4), ses équipements techniques (imprimantes, prises, wifi, ordinateurs publics) (5,3) et enfin ses espaces (places de travail, agencement, mobilier) (5,2) constituent les principaux points de friction.

Figure 54 : Radar des niveaux moyens de satisfaction des usagers-ères du site Riponne interrogé-e-s, par type de prestation et par statut professionnel (Q1.8)



La figure ci-dessus [Figure 54] distingue trois catégories de publics, en référence à l'enquête 2018, qui dissociait déjà les personnes en formation des autres publics (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 32).

Nous constatons à nouveau que les personnes les plus satisfaites des prestations sont les personnes retraité-e-s, de façon très nette et sur l'ensemble des domaines abordés (5,8 sur 7 en moyenne). L'ambiance et les espaces sont les aspects avec le plus gros écart positif par rapport à la moyenne de l'échantillon (+0,37 et +0,31 points).

Les usagers-ères en formation sont globalement les plus critiques (5,5 sur 7 en moyenne), avec les plus importants décrochages concernant les collections (-0,31 pts), les horaires (-0,22 pts) et l'ambiance (-0,21 pts).

Les autres répondants (actifs, en recherche d'emploi, au foyer ou autre) sont en moyenne plus satisfaits que les apprenants (5,6 sur 7 en moyenne), en particulier concernant les collections. En revanche ce sont les moins satisfaits par l'accès aux collections (-0,10 pts), les équipements (-0,11 pts) et surtout les espaces et le bâtiment (-0,13 pts).

Ces résultats confirment certaines conclusions de 2018, notamment sur des niveaux d'attente a priori plus élevées de la part des personnes en formation (Simonet Chatton, Bezençon 2018, pp. 32-33). Il semble clair que ces usagers-ères, passant généralement plus de temps sur place, sont plus attentifs à de potentiels dysfonctionnements, et en sont certainement plus fréquemment victimes ou témoins. Nous n'observons en revanche pas le même franc décrochage des « apprenants » au sujet des horaires des locaux. Nous pouvons supposer que ces horaires ont évolués depuis 2018 et répondent mieux aux attentes de ce public, ou alors que ceux-ci ont trouvé d'autres alternatives et/ou en pâtissent moins.

Enfin nous intégrons ici des informations concernant les commentaires libres que les répondants avaient la possibilité de transmettre en fin de questionnaire.

*Q5.1 : « Vous avez la parole ! Avez-vous des remarques complémentaires à nous communiquer, sur la BCUL ou sur les thématiques abordées dans cette enquête ? »*

Figure 55 : Nuage de mots réalisé par Quatrics sur la base des commentaires libres ( $n = 571$ ) (Q5.1)



571 commentaires libres ont été collectés. Près d'1 personne sur 3 a ainsi souhaité s'exprimer dans le cadre de cette enquête, ce qui traduit à nouveau un fort taux d'engagement de ces répondant vis-à-vis de l'institution.

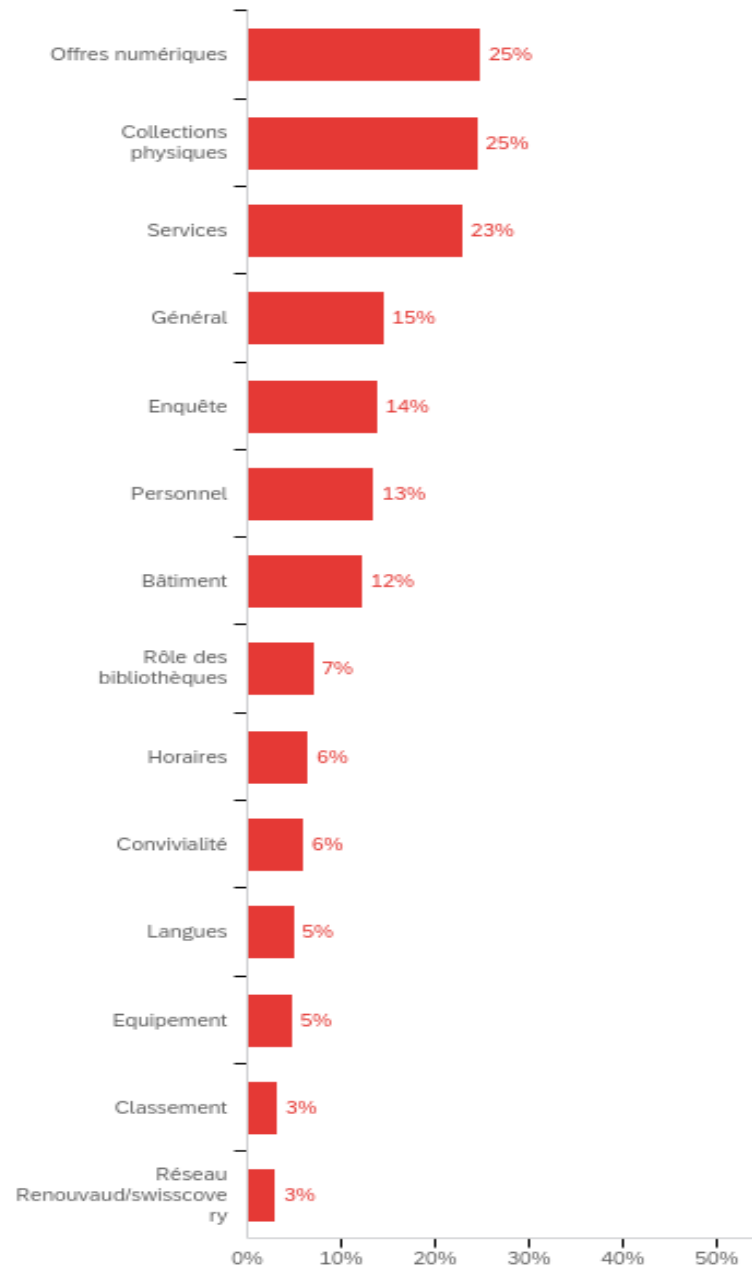
L'ensemble des textes a été codé manuellement sur Qualtrics, selon 3 axes d'analyse qui nous ont semblé pertinents :

- Les thèmes abordés
- Les objectifs des messages
- Les sentiments exprimés.

Un lexique des mots typiques de chaque catégorie, notamment concernant les objectifs et les sentiments, a été élaboré pour fiabiliser le classement, bien que nous ayons été seule à effectuer ce travail.

Afin d'en appréhender les tendances, nous vous proposons les graphiques de répartition correspondants. Notons que cette analyse a été effectuée par répondant et non par phrases distinctes. Un même commentaire portant souvent sur plusieurs thèmes, objectifs ou sentiments, il n'est pas possible de croiser ces attributs.

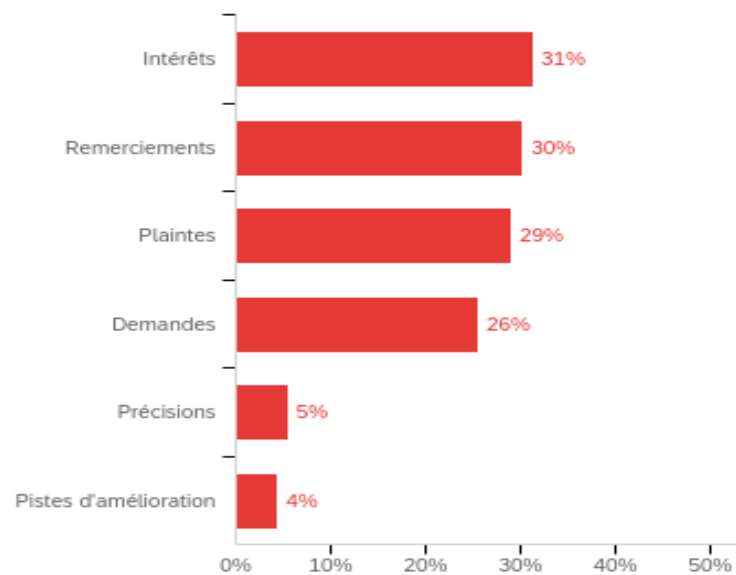
Figure 56 : Répartition des commentaires libres par thème (n = 571) (Q5.1)



C'est bien le cœur des activités du site Riponne qui a été commenté dans le cadre de cette question, à savoir ses collections, tant physiques que numériques, et ses services. Chacun-e a ainsi pu apporter sa voix ou partager son vécu librement sur ces points centraux. Les commentaires d'ordre général ainsi que ceux abordant le personnel sont moins fréquents mais souvent très reconnaissants. Certains ont en outre souhaité saluer le rôle majeur joué par les bibliothèques, soit dans leur parcours personnel, soit dans la société plus généralement. Nous relevons un nombre important de réactions « à chaud » sur l'enquête en cours et le remplissage du questionnaire. Ces données en lien direct avec notre travail seront discutées en fin de rapport [Chapitre 7 et Annexe 15]. Enfin les commentaires portant sur le bâtiment, les horaires ou les équipements sont plus généralement des griefs ou des demandes précises.

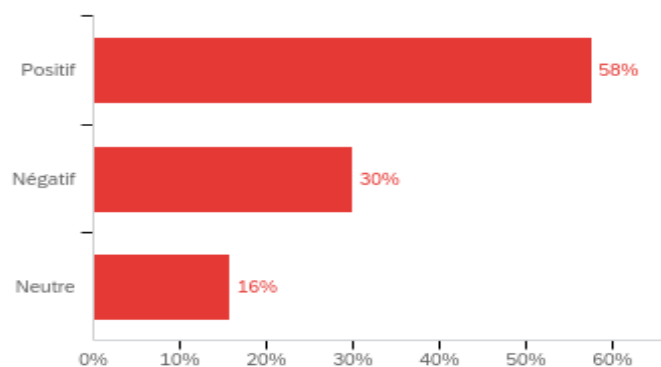


Figure 57 : Répartition des commentaires libres par objectif ( $n = 571$ ) (Q5.1)



Nous mesurons plus de messages exprimant de l'intérêt ou des remerciements que de plaintes ou de demandes. Certain-e-s souhaitent par ailleurs apporter des précisions sur leurs usages ou leurs réponses aux questions, tandis que d'autres évoquent des pistes concrètes d'amélioration.

Figure 58 : Répartition des commentaires libres par sentiment ( $n = 571$ ) (Q5.1)



Enfin les commentaires transmis sont globalement deux fois plus positifs que négatifs.

Les contraintes temporelles ne nous permettent malheureusement pas d'aller plus en avant dans cette analyse et d'en faire ici une synthèse complète. Nous attirons cependant l'attention sur le fait que ces commentaires (Q5.1) sont extrêmement riches, offrent de très nombreux axes d'exploitation et fourmillent de précieux témoignages. Ce matériel collecté constitue un formidable baromètre des attentes et un vaste réservoir d'idées, que les responsables du site Riponne auront sans aucun doute à cœur d'exploiter de façon plus approfondie dans les prochains mois.

### En conclusion :

70% des 1 900 répondants ont fréquenté le site Riponne au cours des 12 derniers mois, dont 50% y viennent au moins une fois par mois.

Les données collectées auprès de ces usagers-ères ne permettent pas de déceler de changements dans l'usage de la bibliothèque comme lieu de travail, de formation et de loisirs. Celui-ci reste très satisfaisant pour la grande majorité des répondant-e-s et conforme aux précédentes études menées en 2008 et 2018. Ainsi sa localisation, son personnel, ses collections et son ambiance sont les prestations les plus appréciées. La bibliothèque demeure avant tout un lieu qui prête des documents, mais qui répond aussi à une grande pluralité d'usages, témoignant d'une activité de type troisième lieu. Nous mesurons néanmoins un recours plus faible à certains services (renseignements, équipements techniques), corroborant les statistiques d'usage, mais nous restons prudente sur ce point car nos données de référence ne sont pas tout à fait comparables.

Nous encourageons en outre à une analyse plus détaillée des commentaires libres (Q5.1), très fournis, afin d'en dégager des pistes d'amélioration et un plan d'action.

Nous relevons par ailleurs que près de 12,7% des répondants, soit 241 personnes, ne fréquentent pas les lieux mais utilisent les ressources numériques de la BCUL. Parmi elles, 137 ont déjà fréquenté le site Riponne il y a plus d'un an, 104 n'y sont jamais venues.

Si nous ne sommes pas en mesure de savoir si les premiers ont cessé de venir à la bibliothèque pour bénéficier uniquement des ressources numériques, les deuxièmes quant à eux, exclusivement numériques, sont possiblement des usagers-ères qui n'auraient de toute façon pas fréquenté physiquement la bibliothèque. En effet, seuls 31 d'entre eux déclarent fréquenter un autre site BCUL et 70 ne sont même jamais allés dans une bibliothèque sur l'année. Quoi qu'il en soit, ils et elles constituent un nouveau public à part entière, aux besoins spécifiques.

A ce stade il peut être décrit de la façon suivante : 2/3 sont des femmes (65%), 2/3 sont domiciliées sur Vaud hors Lausanne (64%) et 14% sur Lausanne, 79% ont une formation tertiaire, la moitié vit à deux (46%) et 56% sont actifs tandis que 37% sont à la retraite. Les 2/3 ont entre 45 et 74 ans (68%). Leur moyenne d'âge est de 57 ans mais toutes les tranches d'âge sont concernées (6% de 15-29 ans, 15% de 30-44ans, 33% de 45-59 ans, 35% de 60-74 ans et 12% de 75 ans et +).

Enfin les autres raisons de non-fréquentation sont assez classiques et ne mettent pas en évidence de nouveaux comportements.

## 5.3 Une offre numérique insuffisamment connue mais attractive

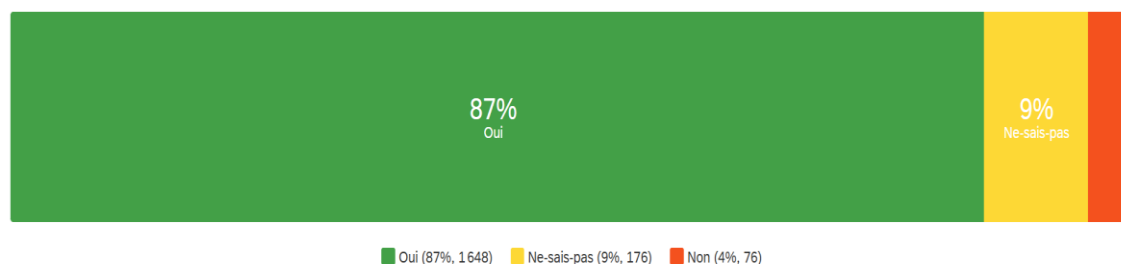
Le questionnaire aborde ensuite l'usage des offres numériques grand public gérées et proposées par la BCUL - site Riponne. Pour rappel, nous avons retenu les plateformes suivantes pour notre étude : eLectures, Presreader, Assimil, Fringale, Artfilm, Medici.tv, Qwest.tv et Scriptorium [Chapitre 1.5.2.4].

### 5.3.1 Inscription à la BCUL

Une question préliminaire portait sur l'inscription des répondants à la BCUL (Q2.1).

Q2.1 : « Êtes-vous inscrit·e à la BCUL ? »

Figure 59 : Taux d'inscription à la BCUL ( $n = 1\,900$ ) (Q2.1)



87% des répondants sont inscrits à la BCUL, 9% ne le savent pas et 4% ne le sont pas. Bien qu'a priori incongru, le choix « Je ne sais pas » reste particulièrement nécessaire pour les 15-29 ans (13,9% d'entre eux), dont l'inscription est automatique lors de leur affiliation à un établissement d'enseignement lié à la BCUL (UNIL/HEP/DGEP). Nous pouvons donc conclure que le taux d'inscrits parmi les répondants est de maximum 96%.

J.F. Wullyamoz (2008, p. 13) mesurait quant à lui 88,5% d'inscrits et 11,5% de non-inscrits lors son enquête de 2008. Cette différence provient des modalités d'enquêtes : interviewer directement sur site permet de « capter » des personnes qui ne sont identifiées par aucun usage des services accessibles sur inscription. A contrario, notre enquête se base principalement sur une liste d'usagers-ères actifs-ives et donc inscrit-e-s, les autres moyens de diffusion ayant engendré peu de réponses [Chapitre 4.1.1].

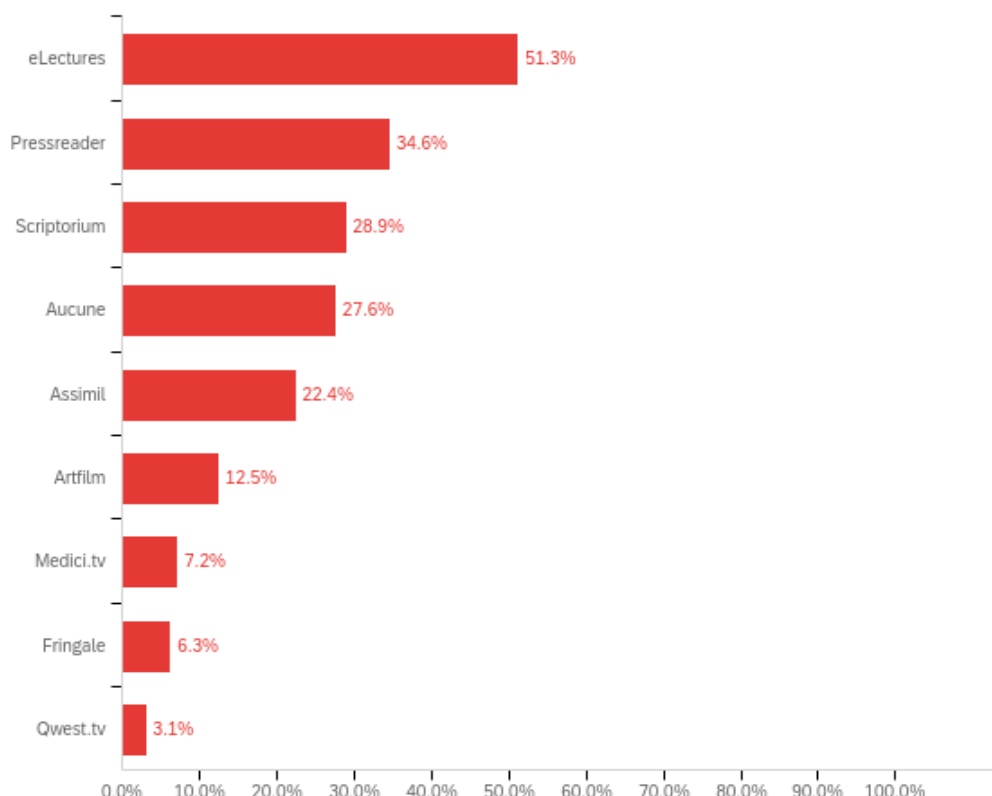
Proportionnellement à leur tranche d'âge, les 15-29 ans et les 75 ans et + sont les plus fréquemment non-inscrits (à hauteur respectivement de 6% et 7%).

### 5.3.2 Connaissance et usage des ressources numériques

Il était tout d'abord demandé aux personnes interrogées si elles avaient connaissance des offres numériques mises à leur disposition (Q2.2) [Figure 60].

Q2.2 : « La BCUL vous permet d'accéder à plusieurs offres numériques, gratuites et tout public. Lesquelles connaissez-vous, sans forcément les utiliser ? »

Figure 60 : Connaissance de l'offre numérique, par plateforme (n = 1 900) (Q2.2)



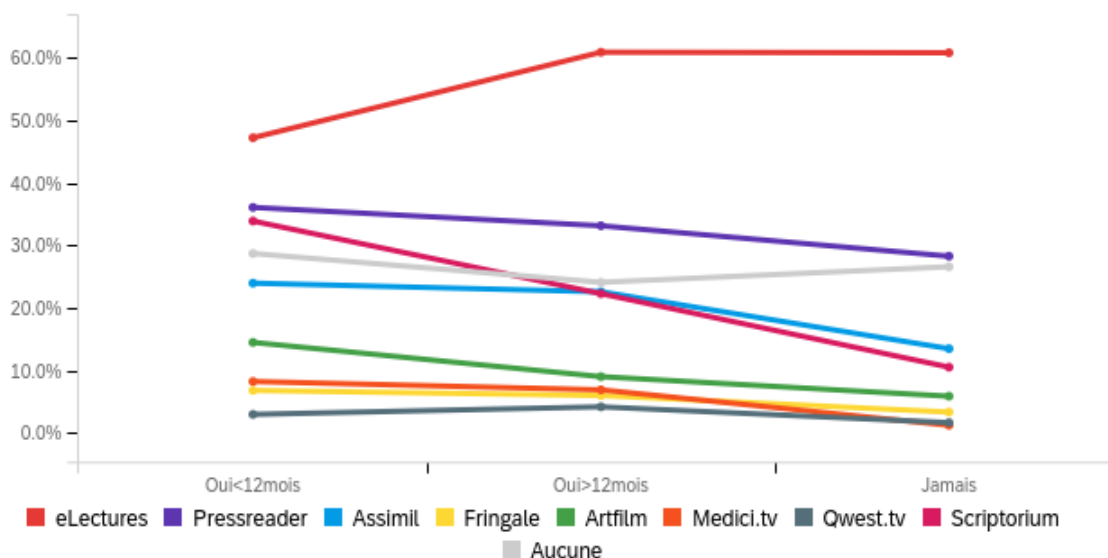
Nous constatons qu'eLectures est connu par plus de la moitié des répondants (51,3%), tandis qu'1/3 connaissent la plateforme Pressreader (34,6%). Scriptorium occupe la troisième place à 28,9%, suivi d'Assimil (22,4%). Artfilm (films et documentaires suisses) est la plateforme de contenus audiovisuels la plus connue (12,5%), devançant Medici.tv (7,2%) et Qwest.tv (3,1%) pour les vidéos de musiques classique et jazz. Fringale, le podcast de la BCUL, atteint 6,3% de notre échantillon.

Il est étonnant de constater qu'en 2018, une plus grande proportion des personnes interrogées (56%) déclaraient connaître eLectures (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 18) et ce d'autant plus que dans notre enquête nous avons sollicité l'ensemble des eLecteurs-trices actifs-ives. De même, l'enquête mandatée à M.I.S Trend en 2012 sur les ressources numériques faisait état de 78% de personnes informées des offres numériques de la BCUL (p. 14).

Un autre fait marquant est que plus d'1/4 des répondants (27,6%), ne connaissent aucune de ces offres numériques.

Ce taux est de plus relativement indépendant du fait de fréquenter ou non le site Riponne, les usagers-ères de la bibliothèque étant même les plus ignorants de ces prestations (28,7% - 24,1% - 26,6%) [Figure 61].

Figure 61 : Connaissance de l'offre numérique, par plateforme et en fonction de la fréquentation du site Riponne (n = 1 900) (Q2.2 x Q1.1)



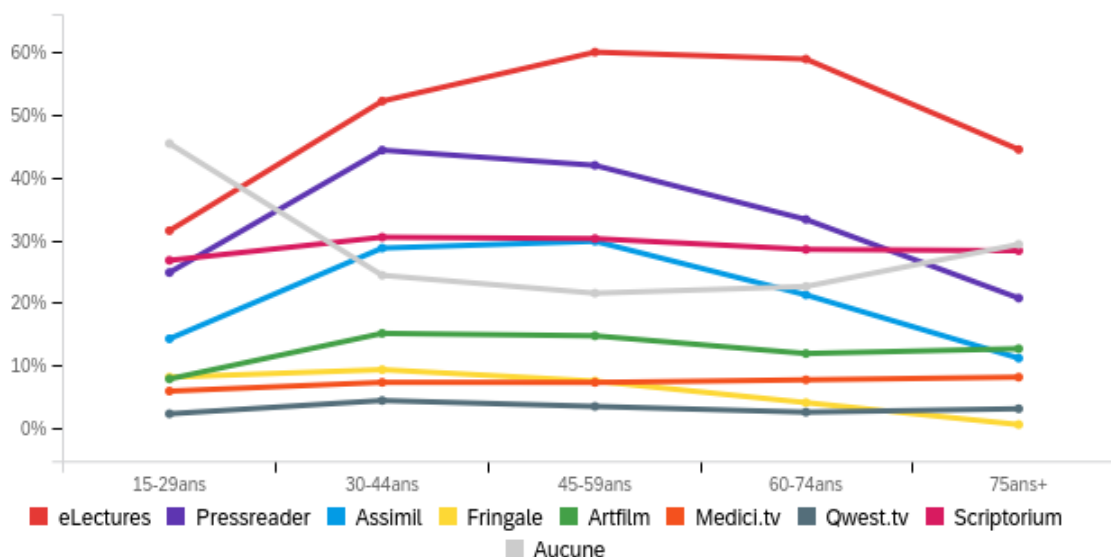
Le graphique ci-dessus met également en évidence plusieurs éléments :

- eLectures est plus connu par les non-usagers-ères du site Riponne que par ses usagers-ères (47,2% - 60,8% - 60,8%) ; de même que Qwest.tv à son échelle (3,0% - 4,2% - 1,7%).
- Pressreader est lui aussi bien connu des non-usagers-ères (33,1% et 28,3% vs 36,1%)
- Assimil est autant connu des personnes fréquentant (24,0%) ou ayant fréquenté (22,6%) le site Riponne, beaucoup moins de celles qui n'y sont jamais venues (13,5%) ; de même que Medici.tv (8,3% - 6,9% - 1,3%) et Fringale (6,8% - 6,0% - 3,4%)
- Scriptorium est en revanche très nettement moins connu par les personnes les plus éloignées de la bibliothèque (22,3% et 10,5%, vs 33,9%) ; de même que Artfilm (9,0% et 5,9% vs 14,5%)

Nous ne sommes en revanche pas en mesure de savoir si un lien existe entre la date de création de ces services et leur connaissance par le public. Cela mériterait d'être investigué.

La visualisation par tranche d'âge est de nouveau source d'information [Figure 62] :

Figure 62 : Connaissance de l'offre numérique, par plateforme et par tranche d'âge (n = 1 900) (Q2.2)

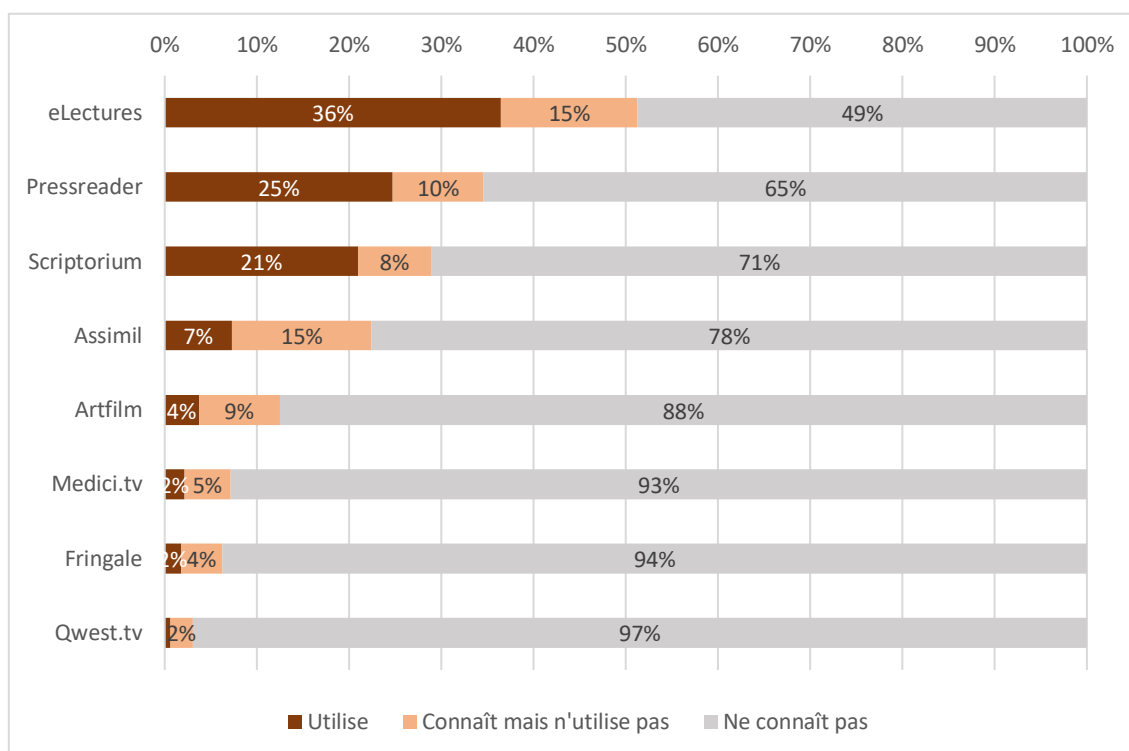


- Les 15-29 ans, et dans une moindre mesure les plus de 75 ans, sont les moins bien informés de l'existence de ces plateformes : 45,4% des 15-29 ans, soit près d'1 sur 2, et 29,3% des plus de 75 ans n'en connaissent aucune.
- Scriptorium est uniformément connu par toutes les tranches d'âge, oscillant entre 26,7% pour les 15-29 ans et 30,4% pour les 30-44 ans ; de même que Qwest.tv à son échelle (entre 2,2% pour les 15-29 ans et 4,3% pour les 30-44 ans)
- eLectures est plus particulièrement connu des 45-74 ans (60,0% et 58,9%)
- Pressreader est plus particulièrement connu des 30-59 ans (44,3% et 41,9%), de même qu'Assimil (28,7% et 29,8%) et Artfilm (15,1% et 14,7%)
- Fringale est mieux connue des 15-59 ans que des personnes plus âgées
- A l'inverse, Medici.tv est mieux connue des personnes les plus âgées.

Reste à savoir si la connaissance d'un service engendre son utilisation.

La question suivante n'a logiquement été posée qu'à celles et ceux qui connaissaient chacune de ces plateformes, considérées indépendamment (Q2.3). Son traitement, plus complexe pour les rapports Qualtrics, a été repris sur Excel.

Figure 63 : Utilisation des offres en ligne, par plateforme (n = 1 900) (Q2.2 x Q2.3)



	Connaissent		Utilisent		
	Effectifs	% échantillon	Effectifs	% échantillon	% de ceux qui connaissent
<b>eLectures</b>	974	51%	693	36%	71%
<b>Pressreader</b>	657	35%	470	25%	72%
<b>Scriptorium</b>	550	29%	398	21%	72%
<b>Assimil</b>	426	22%	139	7%	33%
<b>Fringale</b>	119	6%	34	2%	29%
<b>Artfilm</b>	237	12%	71	4%	30%
<b>Medici.tv</b>	136	7%	41	2%	30%
<b>Qwest.tv</b>	58	3%	12	1%	21%

Plus d'1/3 des répondants utilise eLectures (36%), 1/4 Pressreader (25%) et 21% Scriptorium. Assimil recense 3 fois moins d'utilisateurs avec 7% de notre échantillon. L'utilisation d'Artfilm, Medici.tv, Fringale et Qwest.tv est encore plus marginale.

Outre le fait de connaître ou non ces plateformes, ces résultats sont amplifiés par deux types de comportement de la part des usagers-ères :

- eLectures, Pressreader et Scriptorium : près des ¾ des personnes qui les connaissent les ont utilisées. Elles semblent donc suffisamment attractives ou facile d'accès pour inciter à les tester au moins une fois.
- Assimil, Fringale, Artfilm, Medici.tv : moins d'1/3 des personnes qui les connaissent ont franchi le cap de les utiliser. Ce taux chute à 21% pour Qwest.tv.

Nous pouvons envisager plusieurs causes à ce constat. La première est que eLectures et Pressreader s'adressent à un large public, alors que Medici.tv ou Qwest.tv s'adressent à un public plus de niche et ne peuvent donc avoir que moins d'utilisateurs-trices. La deuxième est que Scriptorium est un service spécifique à la BCUL qui correspond tout à fait à ses missions patrimoniales et académiques. Son succès auprès d'une partie de son public semble en témoigner. Pour les autres offres numériques, Assimil, Fringale et Artfilm, il conviendrait peut-être d'en étudier le niveau de promotion, mais aussi les facilités d'accès.

A des fins de comparaison, l'enquête de 2018 nous apporte de précieux éléments. A cette époque eLectures était un service encore récent (2015), et si 56% des répondants le connaissaient, seuls 13% l'utilisaient (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 18). En limitant notre corpus aux seul-e-s usagers-ères du site Riponne, comme c'était le cas dans l'étude 2018, nous obtenons 29% d'utilisateurs-trices d'eLectures en 2024, soit plus du double. En outre, le taux de conversion avait été estimé à 25%, il est trois fois plus important aujourd'hui. En remontant dans le temps, l'étude M.I.S. Trend mesurait même un taux de conversion de seulement 10% en 2012, pour une offre de ebooks (M.I.S Trend 2012, p. 16)! A noter qu'une autre offre en ligne était proposée en 2018, Vodeclit, dédiée à la formation bureautique, connue de 11,6% des personnes interrogées et utilisée par 2,3%. Bien que 60,7% des personnes qui ne la connaissaient pas se déclaraient intéressées, elle n'a jamais dû trouver son publics et a disparu des offres de la BCUL (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 20).

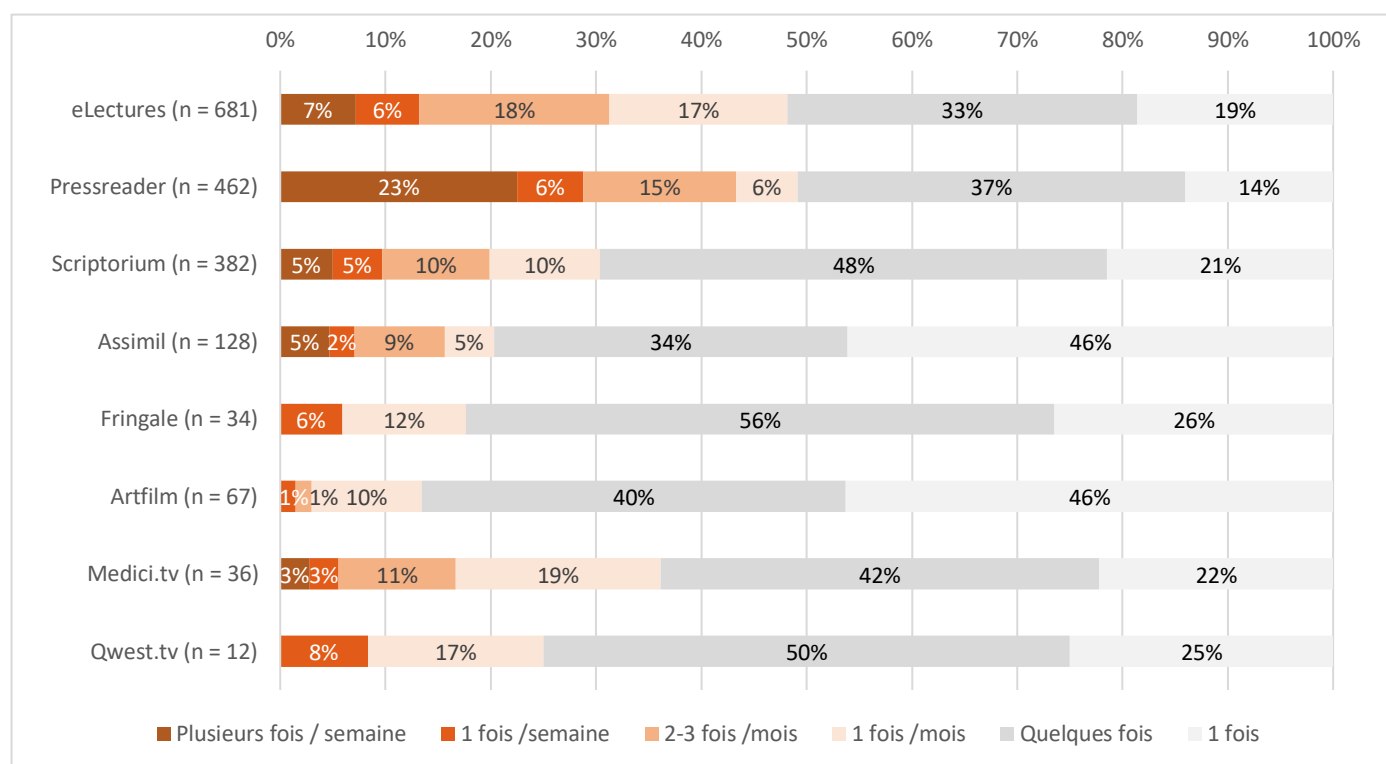
A ce stade de notre étude, nous pouvons avancer qu'une promotion accentuée sur eLectures et Pressreader, plateformes grand public au large taux de conversion, serait certainement susceptible d'en augmenter significativement le nombre d'utilisateurs-trices. Nous pouvons en revanche supposer que les personnes intéressées par les recherches documentaires historiques s'adressent plus spontanément à leur bibliothèque cantonale et sont déjà, ou seront plus naturellement, orientées vers ce service pour répondre à leurs besoins spécifiques. De leur côté, les autres offres numériques mériteraient d'être promues préférentiellement auprès de leurs publics cibles, afin d'en augmenter le taux de conversion. Certaines sont peut-être par ailleurs soumises à une concurrence extérieure, commerciale ou non.

Ces utilisateurs-trices ont ensuite été interrogé-e-s sur leur fréquence d'usage des différentes plateformes (Q2.5).



Q2.5: « Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé ces offres numériques en moyenne ? »

Figure 64 : Fréquence d'usage des utilisateurs-trices de chaque offre numérique (Q2.5)



D'un point de vue méthodologique, nous attirons l'attention sur le fait que nous avons calculé des pourcentages bien que certains sous-ensembles soient bien inférieurs à 100 [Figure 64].

Ce graphique fournit à la fois des informations sur la capacité de ces plateformes à fidéliser leurs utilisateurs-trices, mais aussi sur la fréquence avec laquelle elles remplissent un besoin documentaire.

En effet, nous pouvons raisonnablement affirmer que si l'offre numérique n'a pas été sollicitée une deuxième fois après une première connexion, c'est sûrement que la plateforme ne satisfait pas les attentes (expérience non satisfaisante) ou ne répond pas à un besoin suffisamment significatif. Assimil et Artfilm semblent rentrer dans cette catégorie pour une partie des usagers-ères, avec 46% de visite unique. A l'opposé, eLectures (19%) et Pressreader (14%) semblent générer une meilleure appropriation. Les autres offres sont assez homogènes avec moins d'1/4 de visites uniques.

En parallèle, l'analyse des fréquences d'usage supérieures ou égales à une fois par mois montre de grandes disparités, parfois fortement liées aux caractéristiques de l'offre. Ainsi, Pressreader, donnant accès à la presse, est de loin la plateforme utilisée avec le plus d'assiduité par ses utilisateurs-trices : 29% la consulte au moins une fois par semaine et très souvent plusieurs fois, pour suivre l'actualité. De ce point de vue, les usagers-ères de eLectures se connectent moins fréquemment, majoritairement 1 à 3 fois par mois pour y emprunter des livres numériques, mais pas avec moins de succès : près de la moitié des utilisateurs-trices de ces deux plateformes s'y connectent au moins une fois par mois. Scriptorium est particulier en ce sens qu'une partie de ses utilisateurs-trices souhaitent répondre à une question de recherche spécifique et peuvent ne pas

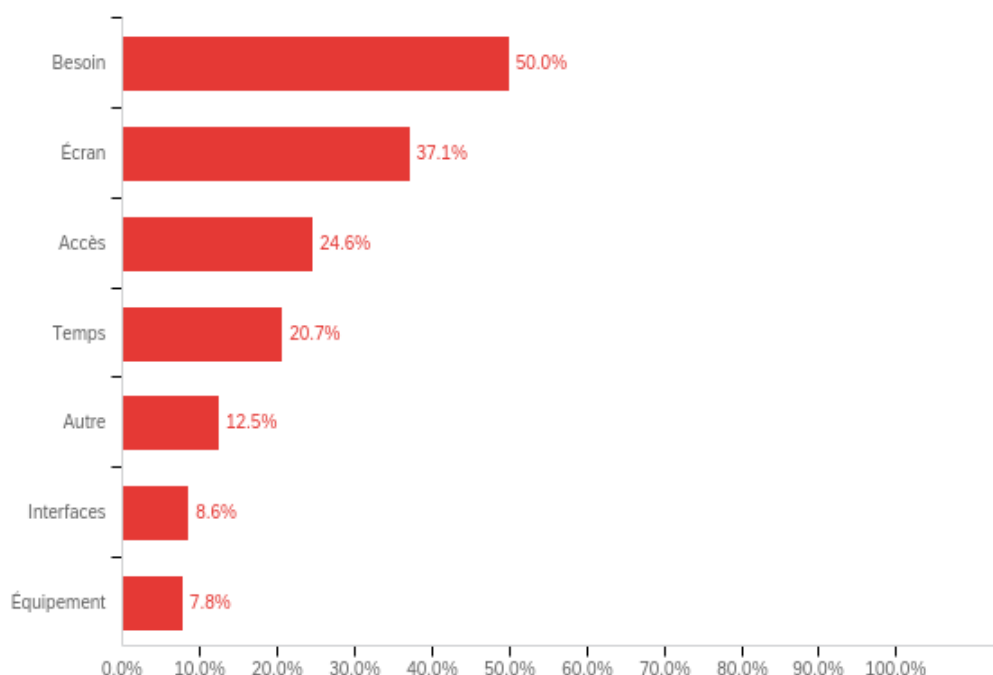
être amené-e-s à s'y reconnecter, d'où un taux élevé de « Quelques fois » (46%). De son côté, Fringale est aussi dépendant de la fréquence de diffusion de nouveaux podcasts. Nous remarquons qu'Assimil et Medici.tv ont leurs usagers-ères très réguliers-ères. Pour la moitié de ces plateformes ( $n < 100$ ), l'échantillon est trop petit pour tirer des conclusions valables. Néanmoins le faible intérêt pour certaines d'entre elles interroge. Leur public cible n'est-il pas assez représenté dans notre échantillon ? Un besoin existe-t-il vraiment au sein de la population ? Sont-elles suffisamment mises en avant ? Quelle en est l'expérience utilisateur ? Comment se positionnent-elles vis à vis de l'offre « extérieure » ?

Enfin 13,5% de notre échantillon total ( $n = 257$ ) déclarent connaître au moins une de ces offres en ligne mais n'en utiliser aucune. Explorons maintenant les raisons invoquées par ces derniers-ères.

### 5.3.3 Raisons de non-usage

Q2.4 : « Pour quelles raisons n'utilisez-vous pas ces offres numériques ? »

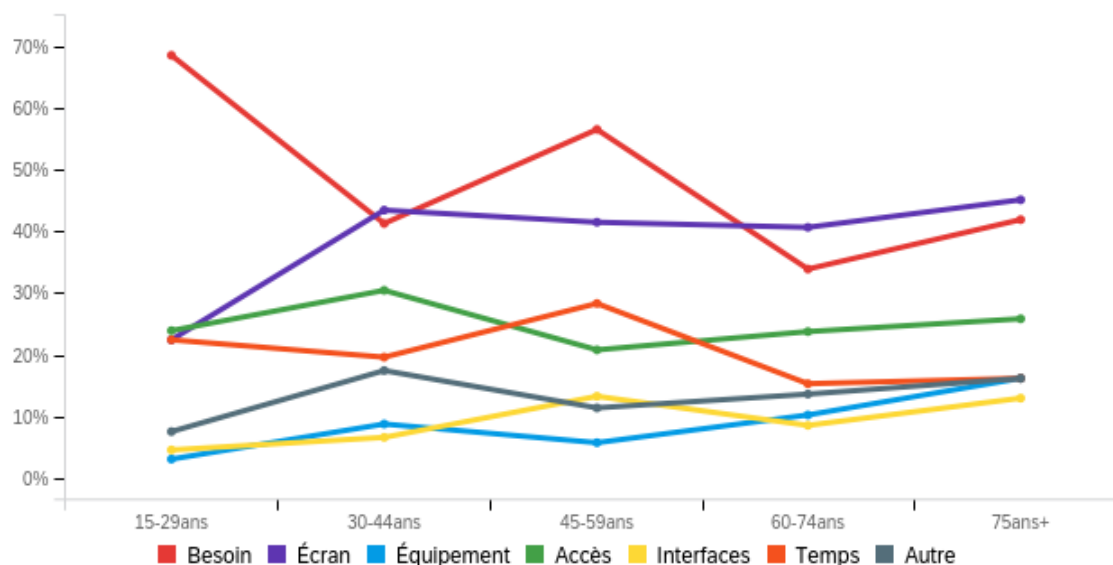
Figure 65 : Raisons de non-usage des offres numériques, bien qu'elles soient connues ( $n = 256$ ) (Q2.4)



La principale raison de non-usage des offres numériques, avancée par les répondants informés de leur existence, est qu'ils et elles n'en éprouvent pas le besoin, pour 50% d'entre eux.

De plus 37,1% n'apprécient pas lire sur écran, 24,6% ne savent pas comment y avoir accès, et 20,7% n'en ont pas le temps ; tandis que moins d'1 personne sur 10 déclare ne pas aimer utiliser ce type d'interface (8,6%) ou ne pas disposer de l'équipement nécessaire (7,8%) [Figure 65].

Figure 66 : Raisons de non-usage des offres numériques, bien qu'elles soient connues, par tranche d'âge (n = 256) (Q2.4)



Ces tendances sont vraies pour l'ensemble des tranches d'âge moyennant les exceptions et remarques suivantes [Figure 66] :

- Les 15-29 ans ne sont que 22,4% à ne pas aimer lire sur écran, contre 40,7% à 45,2% des autres répondants
- Ce sont les 15-29 ans et les 45-59 ans qui en éprouvent le moins le besoin (très nettement avec 68,7% et 56,6%) et manquent le plus de temps (22,4% et 28,3%)
- Les obstacles relatifs à la lecture sur écran, l'usage des interfaces et l'équipement augmentent globalement avec l'âge
- La question de l'accès est plus uniformément répartie, avec un pic chez les 30-44 ans (30,4%)
- Le reste des variations est peut-être dû à la faible taille de l'échantillon (n = 256) et ne pas être suffisamment représentatif

12,5% des répondants ont souhaité s'exprimer librement sur cette question (28 réponses). Certains ont répondu ne pas y penser, option effectivement manquante.



Q2.4 - « Autre »

#### Du l'unicité de l'exemplaire physique à la profusion de l'offre numérique

« J'adore le parfum des livres...et rep[ér]er les blessures et les signaler... » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« Je ne savais pas qu'elles étaient disponibles » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« question d'habitude et d'effort pour y accéder une première fois » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« Je passe assez de temps sur les écrans » (Homme, 30-44 ans, Lausanne)

« pas compatible avec ma liseuse (kindle) » (Femme, 75 ans et +, Vaud)

« Je ne les connais pas bien et il y a pléthore d'offres ailleurs » (Homme, 75 ans et +, Vaud)

« c'est plus simple de trouver et télécharger en ligne une version piratée... » (Femme, 30-44 ans, Vaud)

#### Q5.1 : Commentaire libre

« Autant que possible, continuez à nous offrir des films sur support DVD car malheureusement il n'y a plus de loueurs de DVD en ville de Lausanne. Le DVD a plusieurs avantages : plus écologique que télécharger un film sur le "cloud", pas besoin d'internet pour regarder un film (on est déjà tellement sur internet au quotidien pour plein de bonnes raisons), un DVD est plus facile et rapide d'utilisation que de devoir chercher des films sur Netflix et autres. Les DVD ont souvent des bonus, intéressant pour en savoir davantage sur le film, réalisateur, tournage, etc. [...] » (Homme, 45-59 ans, Lausanne)

« Mes réponses sont un peu biaisées par rapport aux e-lectures. J'aime beaucoup mais mon Mac, lui n'aime pas !!! Ce serait bien si vous pouviez résoudre ce problème entre Kobo et Mac. » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

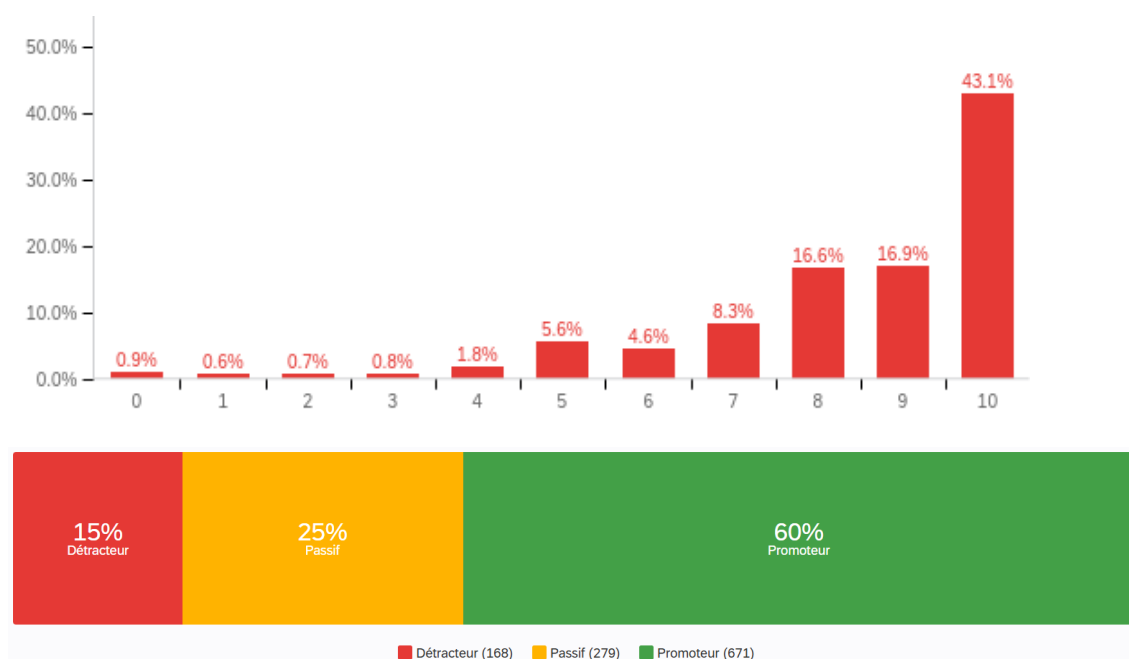
Ces réflexions mettent en évidence qu'il existe un public qui ne souhaite actuellement pas passer au support numérique, et à l'inverse un autre qui accède déjà à de nombreux contenus digitaux par d'autres moyens qui les satisfont. Les deux n'éprouvent pas le besoin de s'intéresser aux offres numériques de la BCUL et n'en constituent pas la cible. Au centre, un certain nombre de personnes manque certainement d'information et d'accompagnement - bien qu'il existe déjà des ateliers de formation [Chapitre 1.5.2.5].

### 5.3.4 Satisfaction

De la même façon que pour le site Riponne [Chapitre 5.2.5], nous avons cherché à évaluer le potentiel de recommandation des offres numériques (NPS) par leurs utilisateurs-trices actuel-le-s (Q2.5).

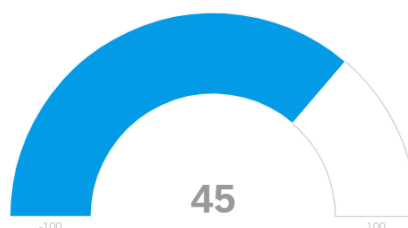
Q2.6 : « Sur une échelle de 0 à 10, à quel point êtes-vous susceptible de recommander ces offres numériques de la BCUL à une personne proche ? »

Figure 67 : Proportion de détracteurs, passifs et promoteurs des offres numériques parmi leurs utilisateurs-trices, données brutes non pondérées ( $n = 1\,118$ ) (Q2.6)



Nous obtenons exactement le même taux de promoteurs (note de 9 à 10 sur 10) que pour les prestations de la bibliothèque, à savoir 60%. En revanche le taux de détracteurs (note de 0 à 6 sur 10) est quasiment le double : 15% ont a priori une mauvaise expérience sur ces plateformes voire des griefs à l'encontre de ces services [Figure 67].

Figure 68 : NPS des offres numériques, données brutes non pondérées ( $n = 1\,118$ ) (Q2.6)



Le Net Promoter Score (NPS) résultant est de 45, vs 52 pour la bibliothèque.

Ce score reste bon. Néanmoins cette question ne permet pas de savoir quels sont les problèmes rencontrés par les utilisateurs-trices. Des éléments de compréhension sont présents dans les commentaires libres de fin de questionnaire (Q5.1).



Q5.1 x Q2.6 : Commentaires libres des « Détracteurs » des offres numériques

« C'est très important de continuer à voir un catalogue riche sur support physique (livre, CD, etc) et un contact humain. Ça permet de mieux se connecter au contenu et ce beaucoup mieux que n'importe quel support électronique. Merci pour votre service centré sur l'humain [...]. » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« Important de garder l'offre de dvd et de livre papier! » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« Je n'avais aucune idée de l'offre numérique proposée par la BCUL (à l'exception de Scriptorium [...]) » (Autre, 30-44 ans, Lausanne)

« Système trop compliqué pour emprunter des livres audio de loisir » (Femme, 30-44 ans, Vaud)

« Je suis en général très content de votre travail, seul bémol, très ponctuel : [j]e trouve l'accès aux e-livres et aux journaux (PressReader) trop compliqué » (Homme, 75 ans et plus, Lausanne)

« Je souhaite utiliser davantage l'offre numérique, mais cela fait longtemps que je ne l'ai pas utilisé et j'aurais besoin de temps pour prendre connaissance de la marche à suivre ou alors il faudrait qu'un employé puisse prendre le temps de me montrer. » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« A un moment, j'ai dû renoncer à emprunter des ebooks car je n'arrivais plus à les lire sur ma liseuse, sauf si c'était des ebooks anciens (logiciel incompatible). J'étais très déçu. » (Homme, 60-74 ans, Vaud)

« la liste des ebook de votre bibliothèque n'est pas très fournie, notamment en italien. » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« Il serait intéressant de développer l'offre numérique encore ! Livres et vidéos ! » (Homme, 30-44 ans, Vaud)

Nous y recensons des personnes qui préfèrent les documents physiques et en soulignent les vertus, d'autres qui ont essayé d'emprunter numériquement mais ont trouvé l'opération trop compliquée, d'autres qui rencontrent des problèmes techniques et auraient besoin d'accompagnement et enfin d'autres qui souhaiteraient un catalogue numérique élargi.

La question Q2.6 n'était pas non plus construite pour déterminer les plateformes procurant le plus de satisfaction. Pour pallier ce manque, nous avons effectué une analyse log-linéaire des modalités « Promoteur » et « Détracteur » de la variable NPS (Q2.6), pour voir si des relations peuvent être identifiées avec les variables portant sur l'utilisation des différentes ressources numériques (Q2.3).

Programmation R 4 : Analyse log-linéaire du NPS en fonction des plateformes utilisées (Q2.6 ~ Q2.3)

```

glm(formula = Ress_num_NPS_Promoteur ~ eLectures_Utilise_1 +
  Pressreader_Utilise_1 + Scriptorium_Utilise_1 + Assimil_Utilise_1 +
  Artfilm_Medici_Qwest_Fringale_Utilise_1, family = "binomial",
  data = BDD_TOUT_RG_complete_sans_ID_que_RN)

Coefficients:
(Intercept)                -0.21101    0.14640   -1.441    0.1495
eLectures_Utilise_1         0.84155    0.13931    6.041 1.53e-09 ***
Pressreader_Utilise_1       0.23880    0.13130    1.819  0.0689 .
Scriptorium_Utilise_1       0.14767    0.14271    1.035  0.3008
Assimil_Utilise_1          -0.17114    0.20054   -0.853  0.3934
Artfilm_Medici_Qwest_Fringale_Utilise_1 0.05235    0.20653    0.253  0.7999
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 1442.0  on 1074  degrees of freedom
Residual deviance: 1401.2  on 1069  degrees of freedom
AIC: 1413.2

Number of Fisher Scoring iterations: 4

> exp(RN_NPS_P_model$coefficients[2])
eLectures_Utilise_1
2.319969

glm(formula = Ress_num_NPS_Détracteur ~ eLectures_Utilise_1 +
  Pressreader_Utilise_1 + Scriptorium_Utilise_1 + Assimil_Utilise_1 +
  Artfilm_Medici_Qwest_Fringale_Utilise_1, family = "binomial",
  data = BDD_TOUT_RG_complete_sans_ID_que_RN)

Coefficients:
(Intercept)                -0.48914    0.21618   -2.263 0.023660 *
eLectures_Utilise_1        -1.22045    0.21204   -5.756 8.63e-09 ***
Pressreader_Utilise_1       -0.85482    0.20080   -4.257 2.07e-05 ***
Scriptorium_Utilise_1       -0.83185    0.22348   -3.722 0.000197 ***
Assimil_Utilise_1          -0.02594    0.28151   -0.092 0.926577
Artfilm_Medici_Qwest_Fringale_Utilise_1 -0.15892    0.29393   -0.541 0.588744
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

(Dispersion parameter for binomial family taken to be 1)

Null deviance: 900.98  on 1074  degrees of freedom
Residual deviance: 850.10  on 1069  degrees of freedom
AIC: 862.1

Number of Fisher Scoring iterations: 5

> exp(RN_NPS_D_model$coefficients[2])
eLectures_Utilise_1
0.2950985
> exp(RN_NPS_D_model$coefficients[3])
Pressreader_Utilise_1
0.4253612
> exp(RN_NPS_D_model$coefficients[4])
Scriptorium_Utilise_1
0.4352436

```

Nous pouvons conclure que :

- L'utilisation d'eLectures est positivement liée au statut « Promoteur » du NPS, de manière significative ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Ainsi utiliser eLectures augmente de 2,3 fois les chances d'être promoteur des offres numériques
- Les utilisations de eLectures, Pressreader et Scriptorium sont négativement liées au statut « Détracteur » du NPS, de manière significative ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Ainsi utiliser eLectures diminue de 70% les chances d'être détracteur des offres numériques, Pressreader de 57% et Scriptorium de 56%.

Ces résultats sont à interpréter avec précaution car eLectures, Pressreader et Scriptorium sont surreprésentés dans les données. Ils démontrent néanmoins que eLectures, mais aussi Scriptorium et Pressreader semblent particulièrement satisfaire les utilisateurs-trices.

### 5.3.5 Impact sur les prêts physiques

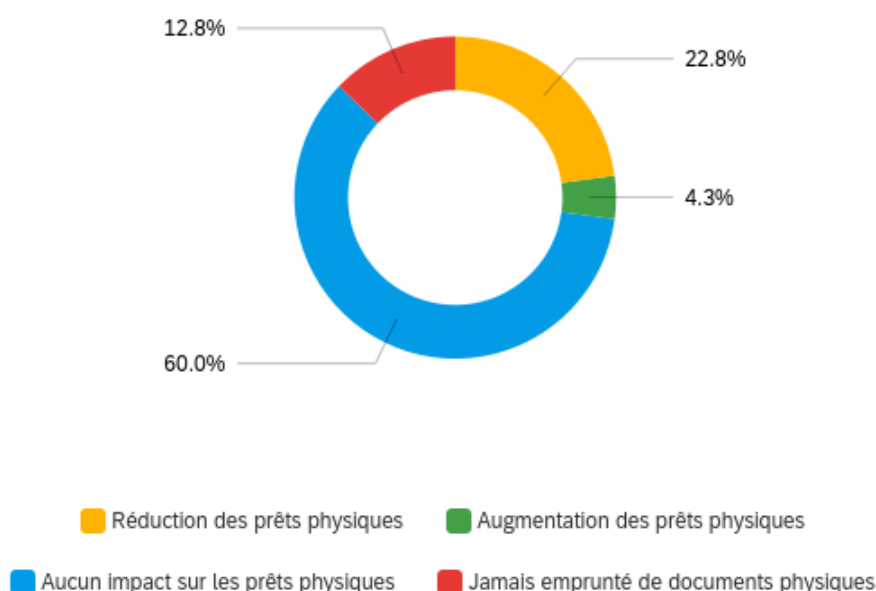
Bien que très subjective, nous avons tenté la question suivante auprès des utilisatrices des offres numériques :

*Q2.7 : « Depuis que vous avez commencé à utiliser les offres numériques, dans votre utilisation des services de la BCUL, vous diriez que : »*

- *Les offres numériques ont RÉDUIT le nombre de mes emprunts de documents physiques*
- *Les offres numériques ont AUGMENTÉ le nombre de mes emprunts de documents physiques*
- *Les offres numériques n'ont rien changé au nombre de mes emprunts de documents physiques*
- *Je n'ai jamais emprunté de documents physiques à la BCUL »*

La formulation invite à rester centré sur les prestations de la BCUL (prêts physiques et usage de ses offres numériques), bien que nous soyons évidemment dans un environnement ouvert et poreux avec l'extérieur. L'idée était de poser une question directe sur ce sujet, aux personnes concernées.

Figure 69 : Impact de l'utilisation des offres numériques sur les prêts physiques ( $n = 1\,113$ ) (Q2.7)



Au total, 60% des répondants déclarent que leur nombre de prêts de documents physiques n'a ni augmenté, ni diminué depuis qu'ils et elles utilisent les offres numériques. Près d'1/4 (22,8%,  $n = 254$ ) signalent néanmoins une diminution de leurs emprunts physiques, tandis que 4,3% ( $n = 48$ ) en indique une augmentation.

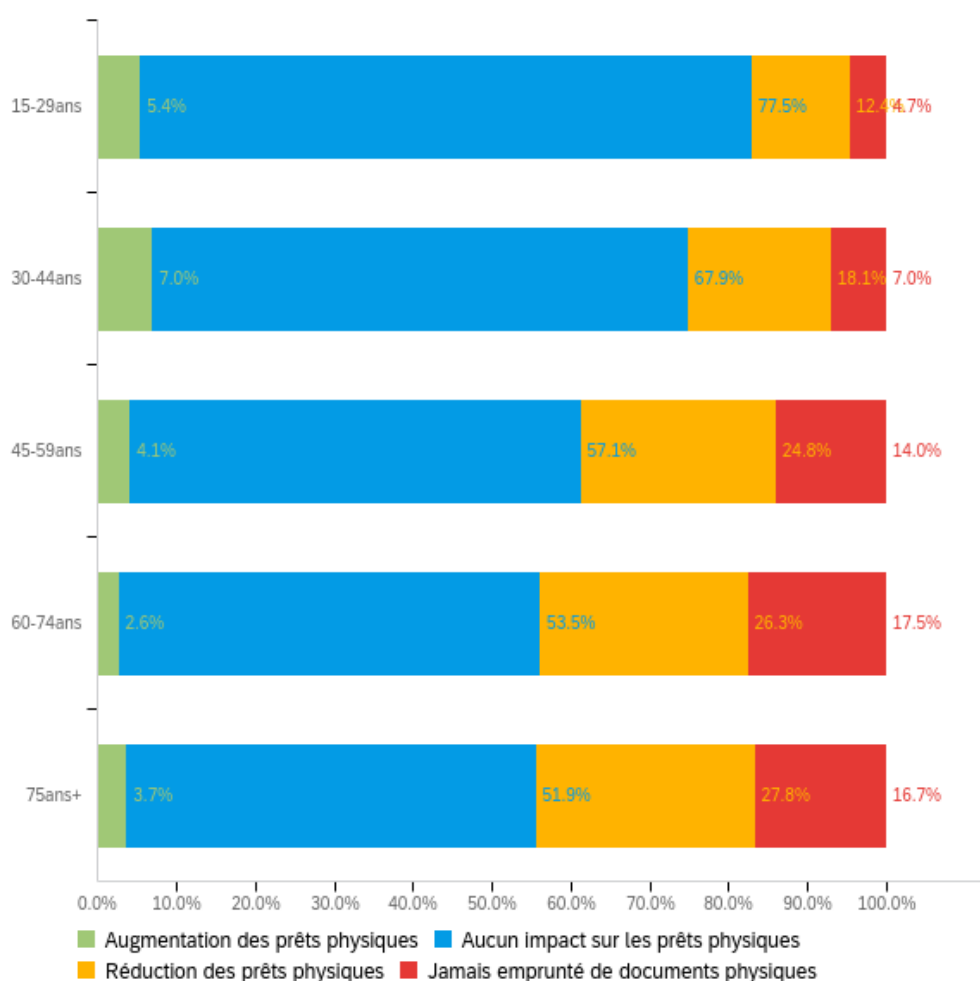
De nouveau, nous recensons une population usagère exclusivement des offres numériques de la BCUL, à hauteur de 12,8% ( $n = 143$ ). Il est à relever que la population ne fréquentant pas le site Riponne et n'utilisant que les « ressources numériques de la BCUL » identifiée précédemment s'élevait à 241 personnes [Chapitre 5.2.1]. La différence provient certainement du fait qu'ici nous ne considérons que les personnes utilisatrices des offres numériques proposées par le site Riponne. Les « ressources numériques de la BCUL » de la question Q1.2, non précisées, peuvent en effet inclure d'autres services, telles que l'accès aux ressources électroniques académiques par exemple (bases de données, articles scientifiques...).



Rapporté à notre échantillon total ( $n = 1\,900$ ), ce ne sont pas moins de 13% des personnes interrogées qui ont réduit leur nombre de prêts physiques depuis leur utilisation des offres numériques fournies par le site Riponne. À nombre d'utilisateurs actifs-ves constant, cette tendance relevée peut justifier en partie la réduction du nombre total de prêts physiques [Chapitre 2.2.3]. De leur côté, 8% des personnes interrogées n'utilisent que les offres numériques à distance, sans jamais emprunter de documents physiques à la BCUL.

Une visualisation par tranche d'âge met en évidence que la réduction du nombre de prêts physiques est beaucoup plus marquée chez les plus de 45 ans, de même que l'usage exclusif des ressources numériques. Bien que marginale, l'augmentation des prêts est quant à elle plus spécifique des 15-44 ans.

Figure 70 : Impact de l'utilisation des offres numériques sur les prêts physiques, par tranche d'âge ( $n = 1\,113$ ) (Q2.7)



Une analyse en composantes principales (ACP) de la modalité « **Réduction des prêts = Oui** », réalisée sur le tableau disjonctif complet et intégrant donc l'ensemble des variables de notre enquête, permet de mettre en évidence des relations significatives ( $p\text{-value} < 0,05$ ) avec de nombreuses modalités. Nous retiendrons ici quelques-unes des principales modalités caractérisant les personnes ayant déclaré avoir réduit leur nombre de prêts physiques, classées par ordre décroissant de leur valeur test : *utilise eLectures, lit sur support numérique pour les loisirs, possède une liseuse, n'a pas fréquenté le site Riponne sur l'année, n'est pas âgé de 15 à 29 ans, utilise 2 plateformes numériques, utilise Pressreader, ne fréquente pas d'autre sites BCUL, regarde la télévision, possède une tablette, est âgée de 60*



*à 74 ans, ne possède pas d'ordinateur portable, regarde des films en VoD et à la télévision, n'est pas domicilié à Lausanne, écoute la radio, vit à deux, travaille à plein temps, est âgé de 45 à 59 ans, lit des magazines ou des journaux, écoute la musique à la radio ou sur la télévision, fréquente une bibliothèque municipale hors Lausanne.*

De la même façon, la modalité « **Jamais emprunté = Oui** » est liée aux modalités suivantes, par ordre décroissant de leur valeur test : *n'emprunte pas sur le site Riponne et ne le fréquente pas, utilise eLectures, lit sur support numérique pour les loisirs, possède une liseuse, utilise une plateforme numérique, n'est pas domicilié à Lausanne, n'a pas fait sa formation à l'UNIL, ne regarde pas des DVD, ne fréquente aucune autre bibliothèque, possède une tablette, n'a pas entre 15 et 29 ans, fréquente une bibliothèque municipale hors Lausanne, est domicilié sur Vaud voire un autre canton, fait peu de sorties culturelles, est à la retraite, âgé de 60 à 74 ans, vit à deux, ne possède pas d'ordinateur portable, est de formation tertiaire, utilise Pressreader, écoute la radio et regarde la télévision y compris pour écouter de la musique, s'informe sur internet.*

Cette liste à la Prévert permet de concevoir un portrait de ces personnes, en ce qu'elles se différencient de manière suffisamment significative des autres personnes interrogées.

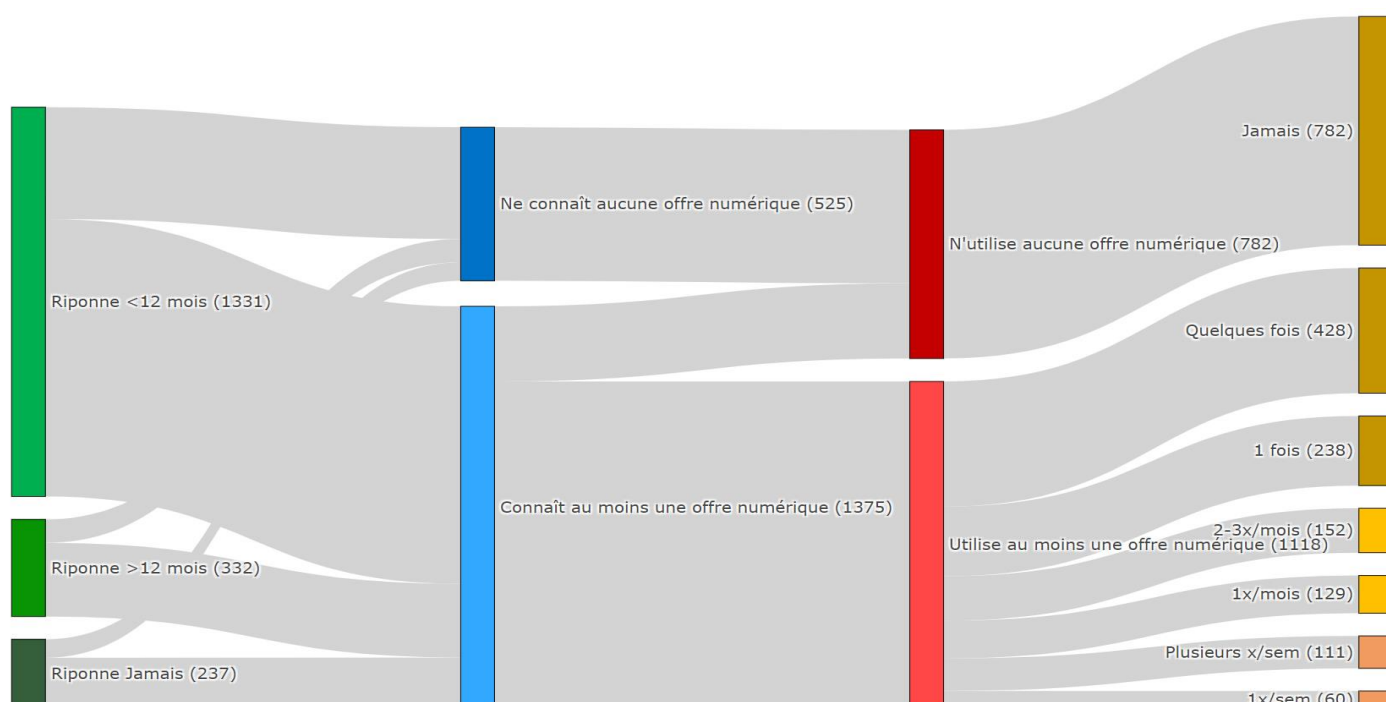
Dans les deux cas, elles sont utilisatrices de eLectures et pratiquent la lecture sur support numérique pour leur loisir, à l'aide d'une liseuse ou d'une tablette. Les personnes ayant réduit leurs prêts sont plus susceptibles d'utiliser également Pressreader que celles n'empruntant jamais. De manière globale, les personnes ayant réduit leurs prêts semblent moins âgées (dès 45 ans) et travailler à temps plein, alors que celles n'empruntant jamais sont plus caractérisées par le fait d'être à la retraite. Elles sont domiciliées hors Lausanne, sur Vaud voire dans un autre canton pour celles qui n'empruntent jamais, et vivent à deux. Elles fréquentent possiblement une bibliothèque municipale hors de Lausanne, voire aucune pour celles n'empruntant jamais sur le site Riponne.

De leur côté, les personnes ayant augmenté leurs prêts (« **Augmentation des prêts = Oui** ») se caractérisent plus particulièrement par les modalités suivantes : *utilise eLectures ou Scriptorium, utilise une plateforme, développe ses connaissances sur les plateformes d'apprentissage, fait des visites virtuelles, écoute de la musique sous format MP3, utilise 3 plateformes ou plus, utilise Pressreader, rencontre des amis pour les loisirs, n'est pas une femme, travaille seul à la bibliothèque, y reste la journée, visite les musées du Palais de Rumine 7 fois ou plus par année, utilise Assimil, visite des monuments, fréquente d'autres BU hors Lausanne, lit des magazines ou des journaux, s'informe auprès de son réseau professionnel, pratique la randonnée, utilise les autres offres numériques du site Riponne, est un homme, lit des articles scientifiques, consulte de nombreuses sources d'informations de médias, apprécie la médiation sur le site Riponne, y vient dans un but de formation, est âgé de 30 à 44 ans, regarde des vidéos, est promoteur du Site Riponne et utilisent de nombreux supports numériques ou analogiques.*

Ce groupe semble avoir une très forte diversité dans ses pratiques documentaires et informationnelles, multipliant les sources et les supports. Il est préférentiellement masculin et âgé de 30 à 44 ans.

## En conclusion :

Figure 71 : Diagramme de Sankey de l'usage global des offres numériques par les répondants ( $n = 1\,900$ ) (Q2 x Q1.1). Les fréquences d'utilisation sont des moyennes, toutes plateformes confondues.



Par rapport à 2018, les offres numériques telles que eLectures ne sont pas mieux connues du public (51% vs 56% en 2018), mais les connaissant, beaucoup plus de personnes les ont utilisées au moins une fois. Le taux de conversion pour les trois plateformes principales que sont eLectures, Pressreader et Scriptorium est actuellement de plus de 70%, alors qu'il n'était que de 25% en 2018 pour eLectures (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 18) et 10% en 2012 pour une offre de ebooks (M.I.S Trend 2012, p. 16). L'attractivité et l'intérêt pour ces offres semblent avérés et en nette augmentation. Leur taux de fidélisation ne peut pas être évalué directement, si ce n'est par le fait que près de la moitié des utilisateurs-trices de eLectures et Pressreader s'y connectent au moins une fois par mois. Ces trois plateformes contribuent en outre à améliorer le potentiel de recommandation de l'ensemble des offres numériques proposées.

Le NPS est malgré tout inférieur à celui du site Riponne (45 vs 52) et révèle une population de détracteurs (15%), souhaitant privilégier le support physique, déplorant un accès trop complexe ou des difficultés techniques, ou encore un catalogue insuffisant.

Le bilan est plus mitigé pour les autres plateformes, aux publics plus restreints. Il conviendrait de les analyser plus finement, afin de les promouvoir prioritairement auprès de leurs publics cibles, mais aussi de les aborder du point de vue de l'expérience utilisateur voire de les confronter aux offres concurrentes existantes, commerciales ou non.

Parmi les personnes qui connaissent ces plateformes, près d'1 sur 5 (19%) ne les utilise pas malgré tout. La raison principale invoquée en est l'absence de besoin pour la moitié d'entre eux, suivi d'un désintérêt pour la lecture sur écran (37%) et la méconnaissance

des moyens d'accès (25%). Aux extrêmes de ce groupe, nous trouvons d'un côté des usagers-ères plébiscitant l'usage des documents physiques ; et de l'autre des habitués de ces plateformes qui satisfont déjà leurs besoins documentaires sous format numérique par d'autres moyens. Enfin beaucoup auraient besoin d'un meilleur accompagnement, bien que des ateliers existent déjà.

A la question de l'impact de l'usage des offres numériques sur le nombre de leurs prêts physiques : 60% des répondants ne déclarent aucun impact, tandis que 23% constatent une diminution de leurs prêts et 4% une augmentation. De même que pour la fréquentation du site Riponne, nous constatons en outre un public d'usagers-ères exclusifs-ves de ces offres numériques, n'ayant jamais emprunté de documents physiques à la BCUL. Il correspond aux 13% restants et à 8% de l'ensemble des personnes interrogées ( $n = 143$ ).

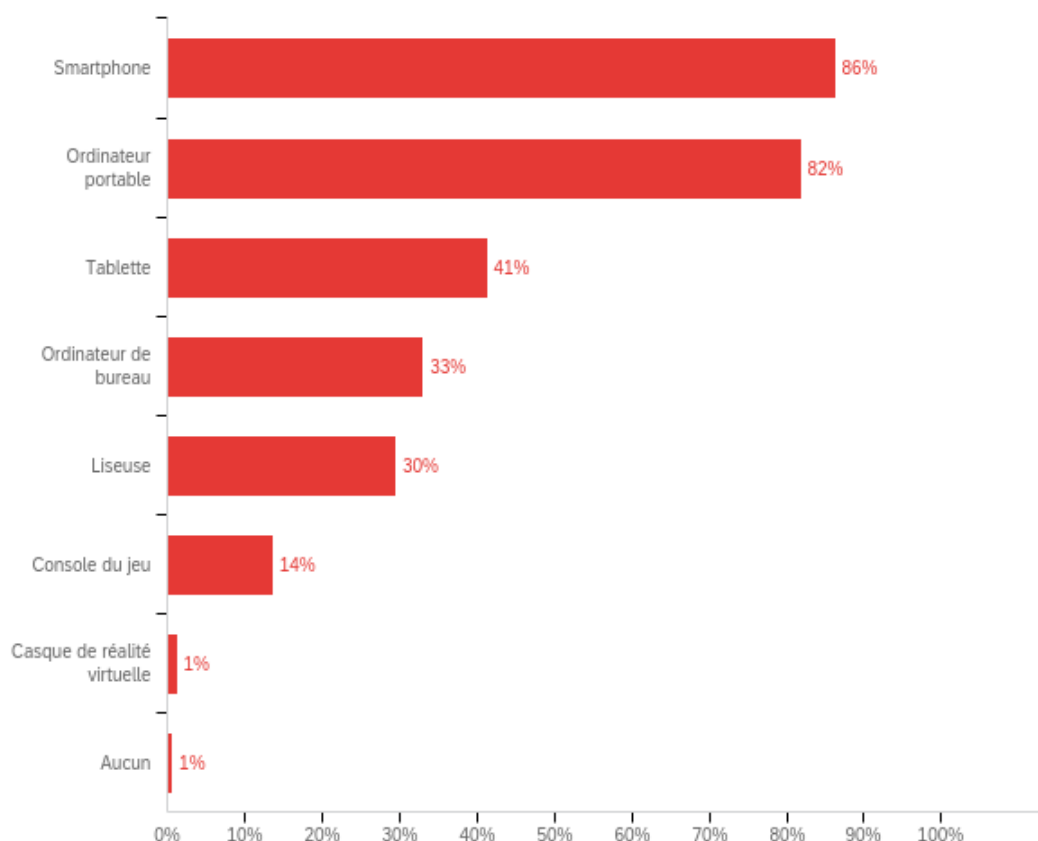
## 5.4 Une appropriation accélérée des formats dématérialisés

L'évolutions de la consommation des produits culturels allant de pair avec l'évolution de leurs supports, cette partie du questionnaire interrogeait les personnes sur leur fréquence d'usage de livres (pour les loisirs ou le travail), de musique et de films, en fonction de leur support, physique ou numérique.

### 5.4.1 Le matériel

Q3.1 : « Quel matériel possédez-vous ? »

Figure 72 : Matériel possédé par les répondants (n = 1 898) (Q3.1)



La plupart des répondants possèdent un téléphone mobile (86%) et un ordinateur portable (82%). Ce dernier a largement la préférence devant l'ordinateur fixe de bureau (33%). Bien que cette étude soit ancienne, une enquête de 2012 auprès des usagers-ères du site Riponne relevait déjà 85% d'utilisateurs-trices de laptop vs 57% de desktop, ainsi que 47% de smartphone (M.I.S Trend 2012, p. 13). L'ordinateur de bureau semble donc bien délaissé tandis que le smartphone est devenu la norme.

L'équipement en tablettes et liseuses a lui aussi fortement progressé, passant de 17% à 41% des répondants pour les tablettes, et de 7% à 30% pour les liseuses. Ce dernier taux est relativement cohérent avec les 36% d'utilisateurs-trices de eLectures parmi les répondants [Chapitre 5.3.2]. Il signifie également que les eLecteurs-trices ne lisent pas tou-te-s sur une liseuse.

De son côté, l'OFS mesurait en 2021 (données les plus récentes) que 91% des ménages possédait un ordinateur (portable ou non) et 97,8% un téléphone mobile (Office fédéral

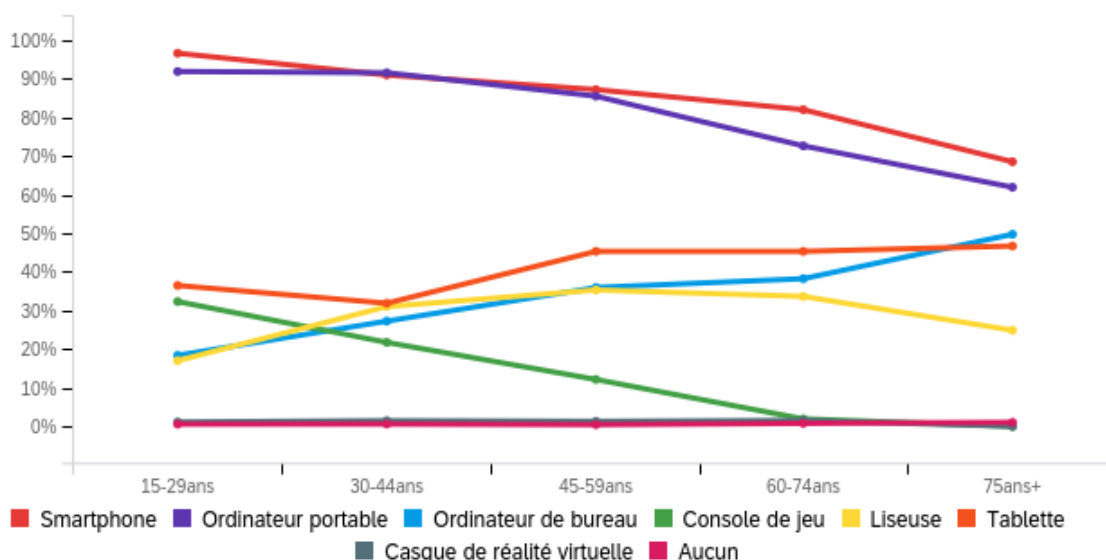
de la statistique (OFS) 2024). Les répondants en sont donc globalement moins équipés que la moyenne suisse de 2021.

Il en est de même pour les consoles de jeux, possédées par 14% des répondants alors que 24% des ménages suisses en étaient équipés en 2021.

Nous n'avons pas de données comparatives pour les casques VR, mais nous constatons qu'ils sont déjà possédés par 1% des répondants, et avec parfois une certaine satisfaction [Chapitre 5.6.3, p. 143, Q3.14 – *Autre*].

Enfin, 1% des répondants déclarent ne posséder aucun de ces appareils.

Figure 73 : Matériel possédé par les répondants, par tranche d'âge ( $n = 1\,898$ ) (Q3.1)



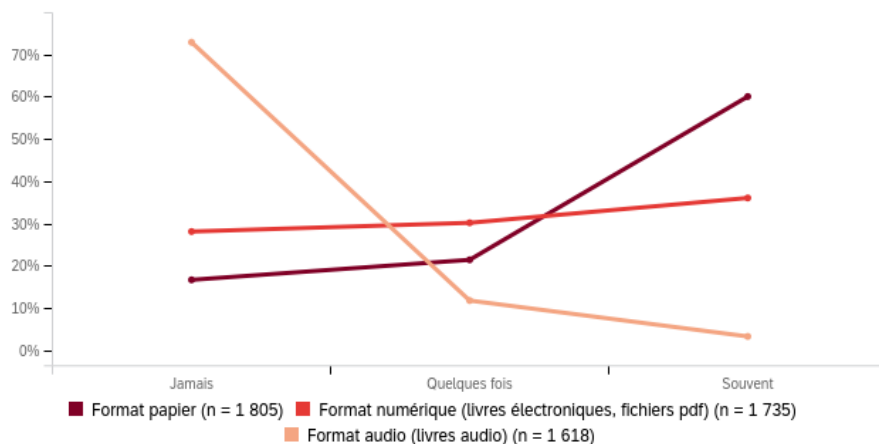
Une visualisation par tranche d'âge met en évidence une répartition conjointe des smartphones et des ordinateurs portables, dont le taux d'équipement diminue avec l'âge, a contrario des tablettes et des ordinateurs fixes, dont le taux est croissant avec l'âge, bien que 36% des 15-29 ans soient tout de même équipés de tablettes.

Les liseuses concernent plus spécifiquement les 30-75 ans, tandis que les consoles de jeux sont très caractéristiques des plus jeunes... et n'intéressent plus personne passés 60 ans. Les casques VR sont très rares mais toutes les tranches d'âge les ont essayés, à l'exception des plus de 75 ans.

## 5.4.2 Les livres

Q3.2 : « Au cours des 12 derniers mois, quels formats de livre avez-vous utilisé pour votre TRAVAIL ou vos ÉTUDES ? »

Figure 74 : Supports des livres utilisés pour le travail ou les études (Q3.2)

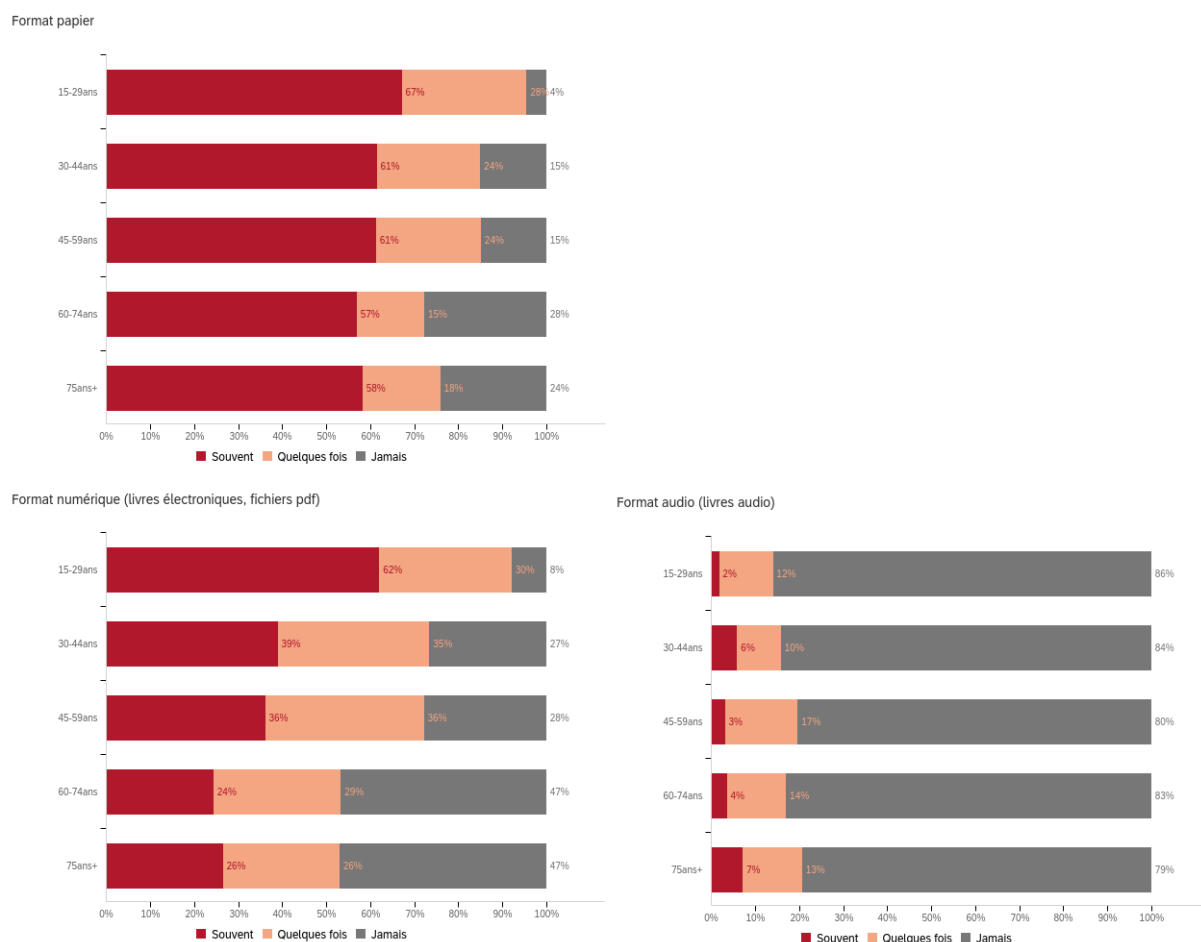


Le format papier est toujours le format le plus souvent utilisé à des fins de travail ou de formation : 61% l'utilisent souvent, 22% quelques fois tandis que 17% ne l'utilisent jamais.

A l'inverse, le format audio est peu utilisé dans ce cadre : 83% ne l'utilisent jamais, 13% parfois et seulement 4% souvent.

Enfin le format numérique divise la population en trois groupes d'utilisateurs assez homogènes : 30% ne l'utilisent jamais, 32% parfois et 38% souvent. Au total, 70% des répondants ont donc recours au format numérique dans le cadre de leur travail ou de leur formation, et ils et elles sont majoritaires à l'utiliser souvent.

Figure 75 : Supports des livres utilisés pour le travail ou les études, par tranche d'âge (Q3.2)



La visualisation par tranche d'âge de l'usage de chacun des supports nous informe que :

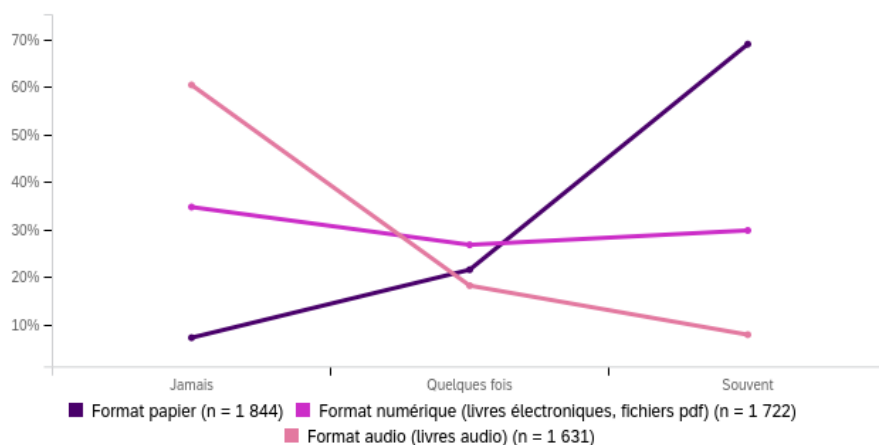
- Les 15-29 ans sont les répondants qui lisent le plus dans le cadre de leur travail ou de leur formation. Ils font en outre un usage assez similaire des formats papier et numérique : 67% utilisent souvent le format papier vs 62% le numérique, 28% utilisent parfois le papier vs 30% le numérique, et 4% n'utilisent jamais de support physique vs 8% de numérique. Plus de 9 personnes sur 10 de moins de 30 ans utilisent des livres sous format numérique pour leur travail ou leur formation, sans pour autant délaisser le format papier.
- Les 30-59 ans privilégient le papier pour la lecture de travail : ils ne sont que 15% à ne jamais utiliser le format papier dans ce contexte vs 27-28% pour le format numérique. Et quand ils et elles ont recours au format numérique, ce n'est qu'à quelques reprises pour la moitié d'entre eux-elles.
- Lorsqu'ils et elles lisent pour leur travail ou leur formation, les plus de 60 ans le font également majoritairement sur papier, avec une fréquence proportionnellement plus élevée que les autres tranches d'âge. Un peu plus de la moitié d'entre eux-elles lit par ailleurs en format numérique pour le travail ou la formation, et même souvent pour 1 personne sur 4. A noter que cette question porte un biais pour cette tranche d'âge, identifié en phase de tests, les répondants ne sachant pas toujours identifier ce qui relève de la lecture « travail » ou « passion », arrivés à l'âge de la retraite.

- Enfin, l'écoute de livres audio pour le travail ou la formation concerne entre 10% et 17% de toutes les tranches d'âge. Les 45-59 ans sont les plus nombreux, mais les 30-44 ans et les plus de 75 ans sont les plus assidus.

Nous adoptons ensuite la même démarche pour la lecture « loisirs ».

Q3.3 : « Au cours des 12 derniers mois, quels formats de livre avez-vous utilisé pour vos LOISIRS ? »

Figure 76 : Supports des livres utilisés pour les loisirs (Q3.3)



Les supports utilisés dans le cadre de la lecture « loisirs » diffèrent sensiblement.

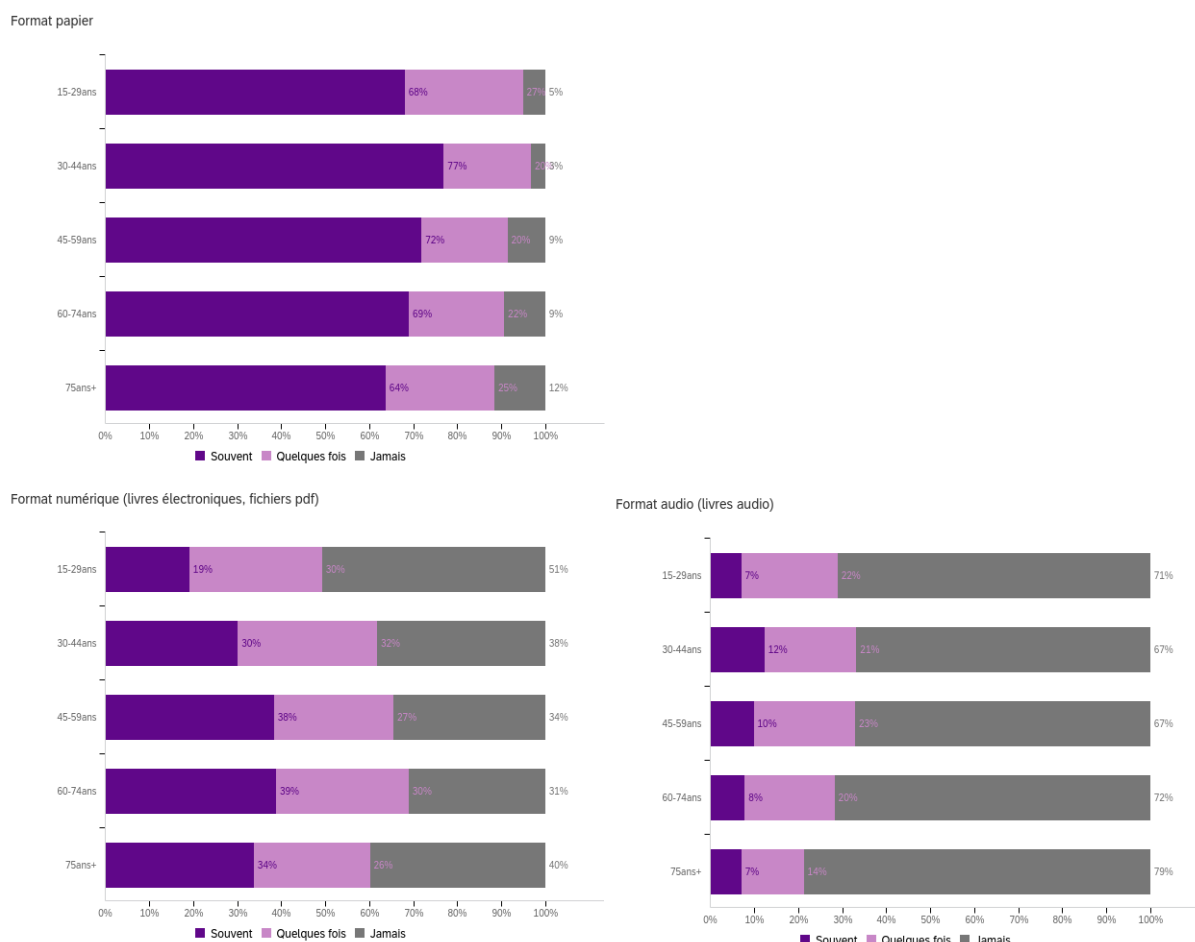
Le format papier est fréquemment utilisé pour les loisirs par 71% des lecteurs-trices, soit 10% de plus que pour une lecture de travail. La même proportion que précédemment ne l'utilise que quelques fois (22%), tandis qu'il n'y a plus que 7% (-10%) qui ne lisent jamais sur papier dans ce contexte.

Le format audio conquiert plus d'amateurs en version loisirs : 21% (+8%) l'utilisent parfois et 9% (+5%) souvent. Restent 70% qui n'y ont jamais recours.

Enfin pour le format numérique, nous observons de nouveau une répartition des répondants relativement homogène selon les trois types de pratiques : 38% ne l'utilisent jamais, 29% parfois et 33% souvent. Ce sont donc 62% des répondants qui lisent sous format numérique pour les loisirs, soit 8% de moins qu'en lecture de travail, et ils et elles sont majoritaires à ne jamais l'utiliser.



Figure 77 : Supports des livres utilisés pour les loisirs, par tranche d'âge (Q3.3)



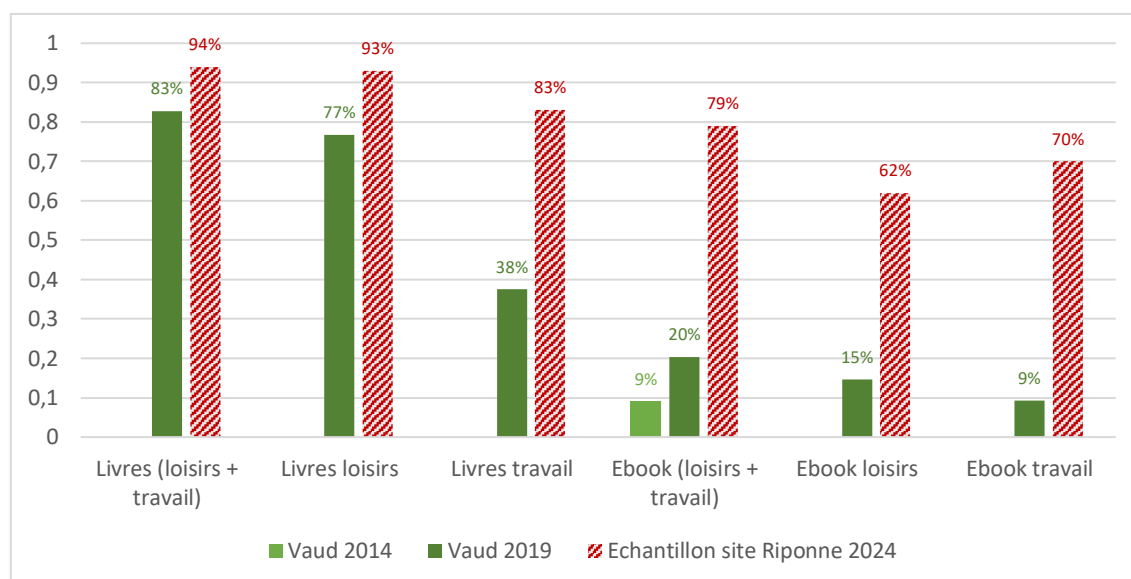
L'analyse par tranche d'âge révèle d'autres tendances :

- La lecture « loisirs » sur papier est unanimement partagée par la quasi-totalité des répondants. Elle est pratiquée par 97% des 30-44 ans, qui sont aussi les plus assidus, puis décroît avec l'âge pour atteindre 88% des plus de 75 ans.
- La lecture sur format numérique pour les loisirs est quant à elle appréciée des personnes plus âgées, avec un pic chez les 50-74 ans, où elle concerne 7 répondants sur 10. Les lecteurs de livres numériques sont par ailleurs plus nombreux à n'y avoir recours que quelques fois, comparativement au papier.
- Enfin, les formats audios séduisent majoritairement les 30-59 ans pour les loisirs.

En croisant les réponses aux deux questions précédentes (Q3.2 x Q3.3), nous obtenons qu'au minimum 79% des répondants, soit près de 8 personnes sur 10, ont lu au moins une fois en format numérique sur les 12 derniers mois (i.e. 1498/1900, en interprétant les non-réponses comme des non-usages). En 2012, les usagers-ères du site Riponne n'étaient que 42% à n'avoir ne serait-ce qu'essayé (M.I.S Trend 2012, p. 16). Plus proche de nous, l'OFS et le Canton de Vaud comptabilisaient 9% d'utilisateurs-trices de livres électroniques en 2014 et 20% en 2019 au sein de la population vaudoise. Ce taux s'élevant à près d'1/3 chez les personnes de formation tertiaire (État de Vaud 2021, p. 26).

Les graphiques étant souvent plus parlants qu'un long descriptif, nous nous autorisons à mettre en parallèle les données publiques du Canton de Vaud sur les pratiques culturelles de sa population avec les données collectées dans le cadre de notre enquête (État de Vaud 2021, p. 26; Canton de Vaud - DFA 2020a).

Figure 78 : Supports des livres utilisés par les répondants : données comparatives (Q3.2 x Q3.3)



Ces données invitent à un double constat sur les livres numériques, sans pour autant pouvoir évaluer lequel prédomine :

- La population usagère du site Riponne, déjà lectrice, est de toute évidence plus utilisatrice de livres électroniques que le reste de la population vaudoise.
- Le taux global de lecteurs-trices de livres numériques au sein de la population vaudoise doit néanmoins avoir nettement augmenté depuis 2019.

La lecture du rapport de l'OFS nous apprend en outre qu'en 2019, la lecture numérique accusait un retard en Suisse romande comparativement à la Suisse alémanique (Office fédéral de la statistique (OFS) 2020a, p. 25).

De son côté, le baromètre des Français et la lecture du Centre National du Livre (CNL), paru en 2023, mesurait 29% de lecteurs-trices sous format numérique en 2023, vs 24% en 2019 et 19% en 2015 (Mercier, Tétaz, Leray 2023, p. 14).

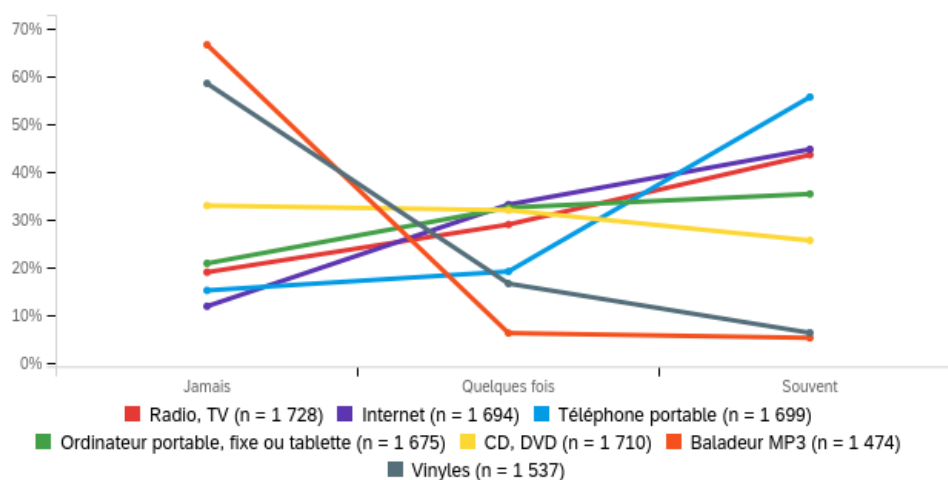
L'appropriation croissante des livres électroniques, que ce soit pour le travail, la formation ou les loisirs semble donc avérée et générale.

A ce sujet, le CNL conclut que « cet effet générationnel impactera probablement la place occupée par chacun des formats de lecture » (Mercier, Tétaz, Leray 2023, p. 16).

### 5.4.3 La musique

Q3.4 : « Au cours des 12 derniers mois, sur quels types de support avez-vous écouté de la musique ? »

Figure 79 : Supports de la musique écoutés par les répondants (Q3.4)



Plusieurs phénomènes sont marquants concernant l'écoute de la musique.

Tout d'abord et sans surprise, le baladeur MP3 ne concerne plus que 15% des répondants et apparaît obsolète.

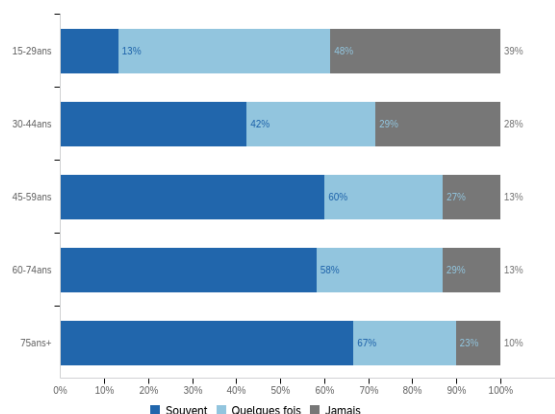
Le vinyle relève lui aussi d'une utilisation régulière marginale (8%), mais 20% des répondants déclarent tout de même y avoir recours sporadiquement. Il s'agit donc d'une écoute de niche.

A l'opposé, l'écoute sur téléphone portable conquiert 83% des répondants, dont 62% la pratique souvent. Il s'agit du premier support d'écoute régulière. Autrement dit, lorsque les personnes écoutent de la musique sur smartphone, ils le font souvent. Ce comportement est très spécifique de ce support et doit être dû en partie aux offres de streaming audio par abonnement, proposées par Spotify par exemple, qui fidélisent leurs utilisateurs-trices.

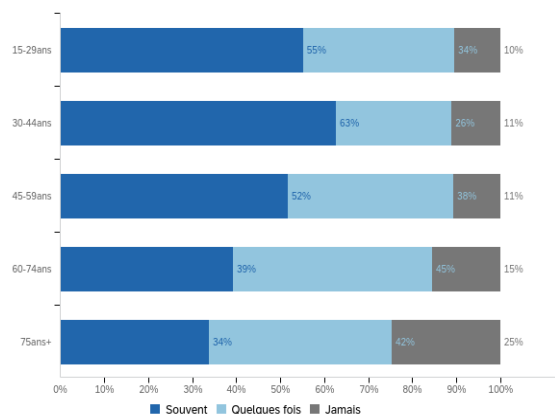
Les répondants font également usage d'autres formats d'écoute dans des proportions importantes : 87% utilisent internet, ce qui en fait le premier support d'écoute, 80% la radio ou la télévision, 77% un ordinateur ou une tablette et 63% des CD ou DVD. Parmi ceux-ci, nous identifions une pratique moins assidue pour les ordinateurs et tablettes, mais surtout pour les CD et DVD, pour lesquels les utilisateurs sont plus nombreux à les utiliser quelques fois (35%) que souvent (28%).

Figure 80 : Supports de la musique écoutés par les répondants, par tranche d'âge (Q3.4)

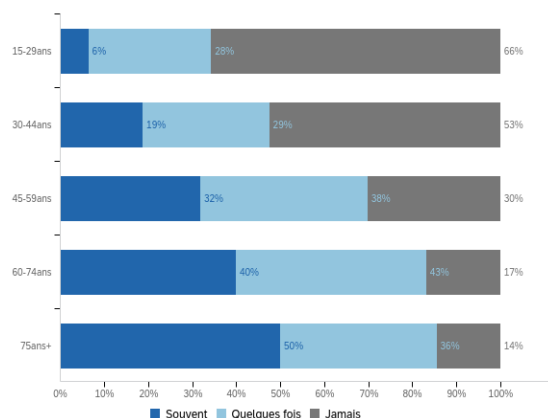
#### Radio, TV



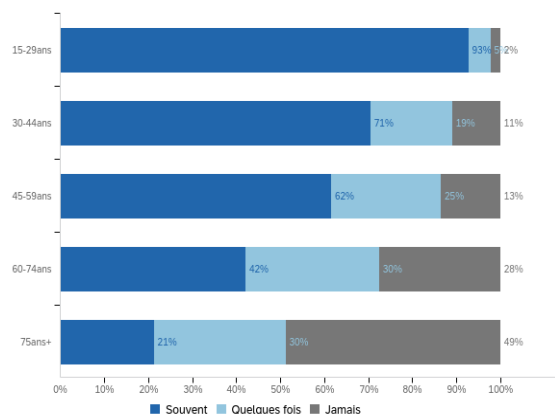
#### Internet



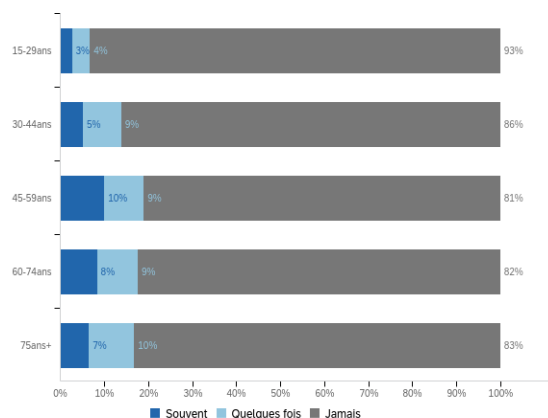
#### CD, DVD



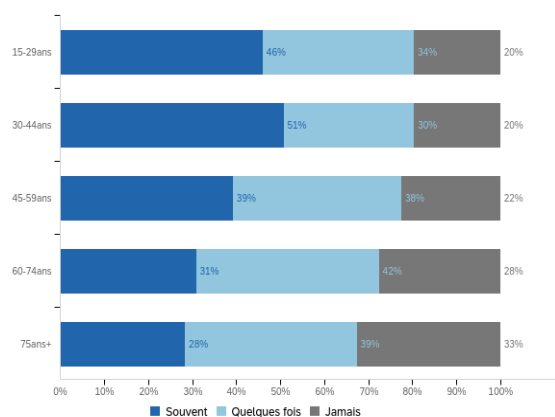
#### Téléphone portable



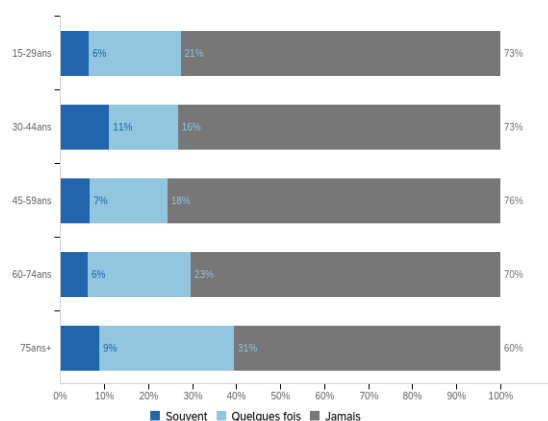
#### Baladeur MP3



#### Ordinateur portable, fixe ou tablette



#### Vinyles



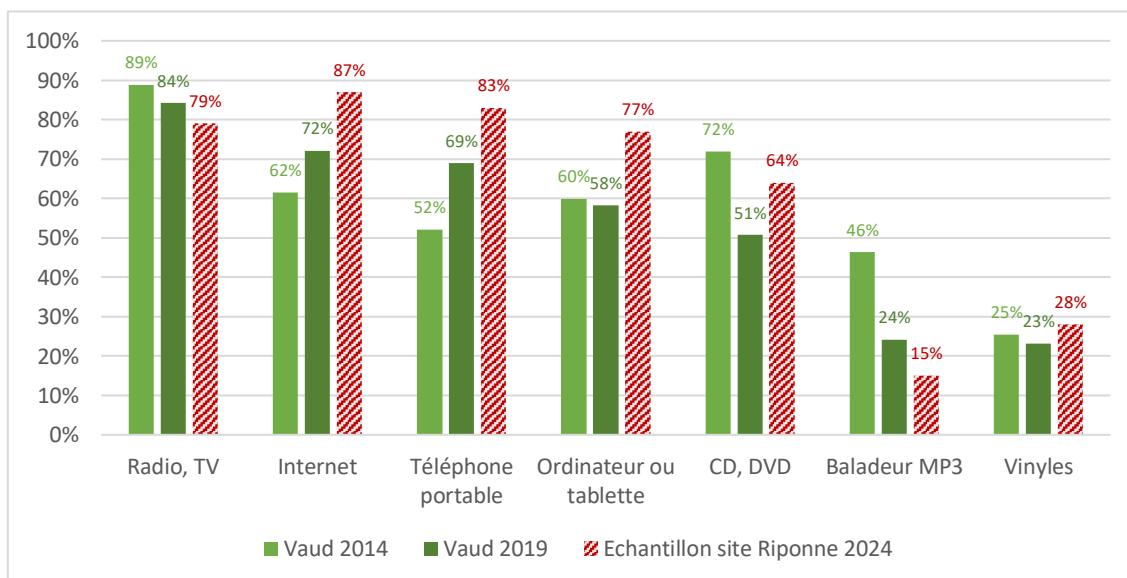
L'analyse par tranche d'âge est assez fastidieuse mais riche en enseignements.

Nous retiendrons des comportements très marqués selon l'âge des répondants :

- Les supports les plus délaissés par les moins de 45 ans sont les CD et les DVD. Là où ils sont utilisés par 86% des plus de 75 ans, ils ne le sont plus que par 1/3 des moins de 30 ans, dont 6% de manière assidue.
- Il en est de même pour l'écoute régulière de musique à la radio et à la télévision : si elle se maintient chez 61% des 15-29 ans, ce n'est très majoritairement que de façon occasionnelle (48%).
- L'écoute sur téléphone portable emporte tout chez les 15-29 ans : 98% la pratique, dont 93% de manière assidue. Le phénomène décroît ensuite avec l'âge.
- L'écoute sur internet, sur un ordinateur ou sur une tablette est massivement pratiquée par les moins de 60 ans, et de façon plus fréquente chez les 30-44 ans.
- Dans une moindre mesure, les vinyles suscitent de l'intérêt chez toutes les tranches d'âge, à hauteur de 24% à 30% pour les moins de 75 ans, et 40% des plus de 75 ans. Les 30-44 ans sont les plus nombreux à en écouter fréquemment.
- Les baladeurs MP3 subsistants concernent principalement les plus de 45 ans.

Ces questions ayant été reprises des études publiques sur les pratiques culturelles en Suisse et sur Vaud, nous construisons à nouveau un graphe comparatif, bien que les populations ne soient pas les mêmes<sup>2</sup> (État de Vaud 2021, pp. 33-35; Canton de Vaud - DFA 2019).

Figure 81 : Supports de la musique écoutée par les répondants : données comparatives (Q3.4)



Sur cette base, nous serions encline aux remarques suivantes :

<sup>2</sup> Ajoutons en outre que les choix de réponse de l'OFS précisent « Vinyles, cassettes » vs « Vinyles » dans notre enquête et « Ordinateur fixe » vs « Ordinateur ou tablette ».

- Dans les cas de la radio/TV et des baladeurs MP3, déjà en décroissance sur Vaud en 2019 vs 2014, les données de notre échantillon semble confirmer cette tendance.
- De la même manière, la forte croissance de l'écoute via internet ou sur téléphone portable constatée dans la population vaudoise en 2019 vs 2014 semble persister en 2024.
- L'usage des ordinateurs (auquel nous avons ajouté celui des tablettes dans notre enquête), des CD/DVD et des vinyles, stagnants ou en décroissance sur Vaud ces dernières années, sont plus élevés dans notre échantillon, et n'autorisent aucune interprétation. Les répondants sont-ils plus amateurs de ces supports que la population en général ? ou simplement plus âgés ?... ou concernant plus spécifiquement les vinyles, une nouvelle tendance a-t-elle émergé depuis 2019 ?

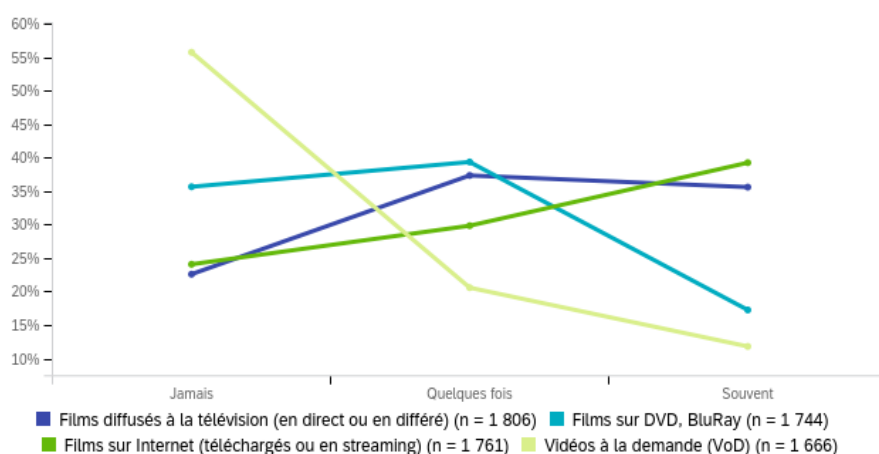
En France, le Syndicat National de l'Edition Phonographique (SNEP) évoquait sur 2021 une « double dynamique [qui] accélère la progression du marché [de la musique enregistrée] » ces dernières années (2022, p. 2), composée d'une croissance très soutenue des modes de consommation numériques, associée à une attractivité renouvelée des supports physiques, y compris chez les plus jeunes.

Ainsi, selon leur rapport, la durée hebdomadaire d'écoute en streaming par abonnement a doublé en France, de 2019 à 2021 (Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP) 2022, p. 9), et les ventes de vinyles y ont triplé de 2016 à 2021 (Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP) 2022, p. 5).

#### 5.4.4 Les films

Q3.5 : « Au cours des 12 derniers mois, sur quels types de support avez-vous regardé des films en privé ? »

Figure 82 : Supports des films regardés en privé (Q3.5)



Concernant le visionnage de film dans un contexte privé, nous constatons deux tendances :

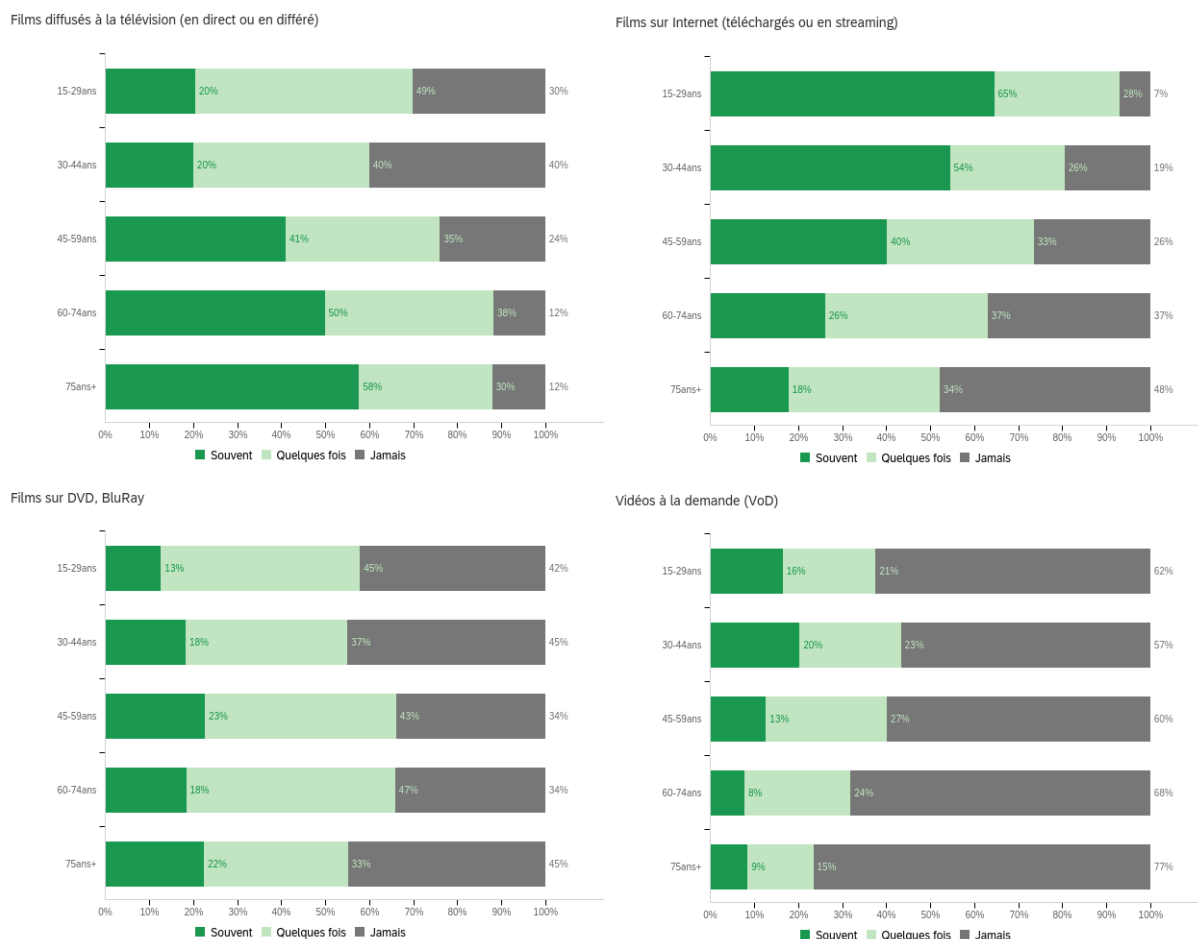
Seuls 1/3 (36%) des répondants sollicitent la VoD, dont 13% fréquemment.

Le visionnage de films sur DVD ou Bluray concernent 62% des répondants, mais de façon occasionnelle majoritairement.

Les films diffusés à la télévision (en direct ou en différé) conquièrent quant à eux 76% des répondants et reste donc le premier mode de consommation de films en privé de notre population, indépendamment de sa fréquence d'usage.

Enfin les films téléchargés ou en streaming séduisent 74% des répondants, qui les regardent majoritairement de façon assidue. Les formules d'abonnement ainsi que les multiples possibilités de téléchargement en Suisse sont certainement à l'origine de ces comportements.

Figure 83 : Supports des films regardés en privé, par tranche d'âge (Q3.5)

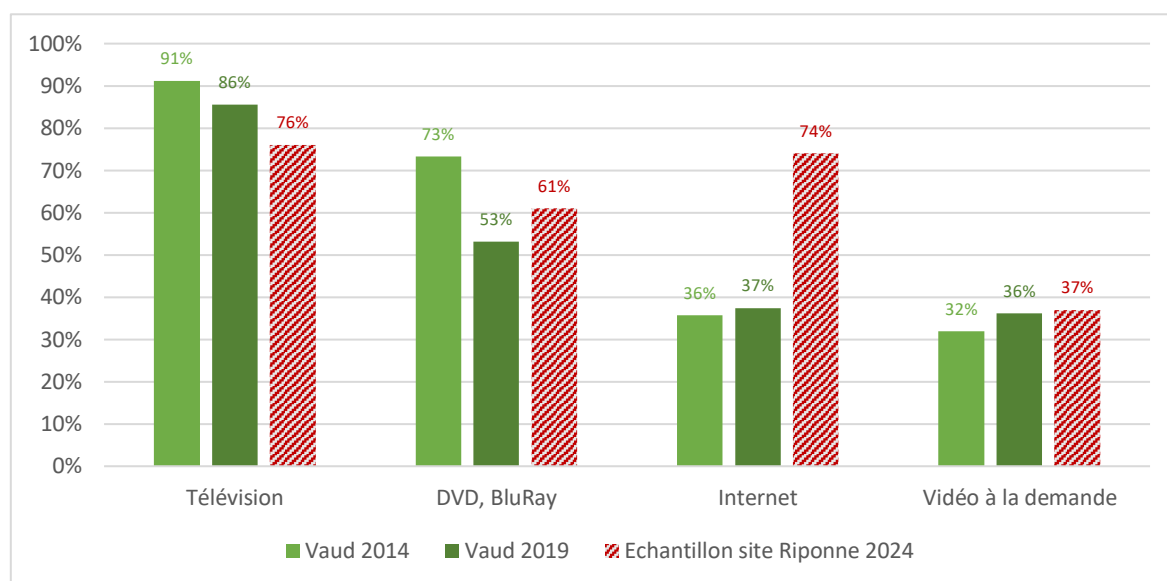


Une observation des données réparties par tranches d'âge permet de mettre en évidence :

- L'appropriation très nette du visionnage des films sur internet par les plus jeunes.
- Le désintérêt marqué des moins de 45 ans pour les films diffusés à la télévision, que beaucoup ne regardent plus qu'occasionnellement.
- Les vidéos à la demande sont quant à elles plus spécifiques des 30-44 ans.
- Enfin les films sur DVD ou Bluray sont regardés de façon assez indifférenciée avec l'âge, bien que plus fréquente chez les 45-74 ans.

De la même façon que précédemment, nous utilisons les données de l'OFS à des fins comparatives (État de Vaud 2021; Canton de Vaud - DFA 2019b).

Figure 84 : Supports des films regardés en privé : données comparatives (Q3.5)



Avec toutes les précautions que nécessitent ce type de comparaison, nous ne pouvons néanmoins que souligner la poussée semble-t-il fulgurante du visionnage de films via internet, téléchargement et streaming confondus.

La télévision paraît continuer sa décroissance et la VoD stagner.

Les mêmes interrogations subsistent pour les films en DVD/BluRay que pour les CD/DVD musicaux. Leur consommation est-elle plus importante chez les usagers-ères de la BCUL, boostée par le large choix proposé et le prêt d'appareils de lecture ?

Ces constats corroborent les données suisses d'utilisation des services d'abonnement et de streaming (SVoD) et de vidéo à la demande (VoD). En effet, alors que l'OFS mesurait un taux de croissance supérieur à 50% en 2019 et en 2020 pour la SVoD, elle enregistrait des baisses successives entre 2020 et 2022 pour la VoD, que ce soit en achat ou en location (Office fédéral de la statistique (OFS) 2023b).



### En conclusion :

Le smartphone et l'ordinateur portable sont possédés par respectivement 86% et 82% des répondants. Leur usage est généralisé chez les plus jeunes, tandis que les personnes plus âgées ont aussi recours aux tablettes et aux ordinateurs fixes. Les liseuses sont plus spécifiques des personnes de 30 à 75 ans, qui sont près de 30% à en posséder une. L'intérêt pour les consoles de jeu est inversement proportionnel à l'âge tandis que 1% des répondants, de tous âges, disposent d'un casque VR.

Que ce soit pour le travail ou les loisirs, le livre papier reste le format privilégié. 83% l'utilisent pour leur travail ou leur formation, et 93% pour leur loisir, avec un usage fréquent pour 3 personnes sur 4. En parallèle, sur l'année, 70% des répondants ont lu au moins une fois en format numérique pour leur travail ou leur formation, et 62% pour leur loisir, avec un usage fréquent pour plus d'1 personne sur 2. Les moins de 30 ans font même un usage indifférencié des formats papier et numériques dans le cadre de leur travail ou de leur formation. Tandis que ce sont les personnes entre 45 et 74 ans qui lisent le plus en format numérique pour les loisirs. Au total, 79% des répondants ont eu recours au format numérique sur l'année, alors qu'ils n'étaient que 9% en 2014 et 20% en 2019 au sein de la population vaudoise, voire près d'1/3 des diplômé-e-s du tertiaire, selon l'OFS. Outre le fait que, par construction, les lecteurs-trices numériques sont bien évidemment surreprésenté-e-s dans notre échantillon, ces valeurs semblent toutefois témoigner d'une augmentation générale de la lecture numérique. Les données induites, ainsi que d'autres études corroborent cette interprétation. Enfin, là où le format audio est ignoré par 83% des répondants pour le travail, 30% y ont recours pour les loisirs, majoritairement âgés de 30 à 59 ans, et de façon occasionnelle.

Concernant les supports d'écoute musicale, si internet est le plus moyen le plus généralisé (87% des répondants), le téléphone portable est de son côté le support sollicité avec la plus grande assiduité : 83% l'utilisent, dont 62% souvent. Ce taux atteint même 98% des moins de 30 ans. La fidélisation est sûrement dû aux offres de streaming audio par abonnement. Les usages sont générationnels : les plus jeunes utilisent moins les CD/DVD, la radio ou la télévision ; les 30-44 ans sont les plus assidus sur internet, les ordinateurs et les tablettes. Une comparaison avec les données de l'OFS en 2014 et 2019 met en évidence une nette progression des supports numériques (internet, smartphone, ordinateur ou tablette), au détriment de la radio/TV, mais pas forcément des supports physiques (CD, DVD, vinyles). De la même façon, notre échantillon est biaisé du fait que la BCUL – site Riponne possède une riche collection musicale sur support physique. Cependant, d'autres études confirment cette croissance numérique combinée à un regain d'intérêt pour les supports physiques.

De la même façon, l'usage d'internet pour visionner des films téléchargés ou en streaming est plébiscité par les 15-29 ans de notre enquête, et semble en très nette progression en comparaison des données de 2014 et 2019 sur la population vaudoise. Tandis que la télévision continue son recul et que la VoD stagne, les films sur DVD ou BluRay génèrent un intérêt plus marqué parmi nos répondants qu'au sein de la population vaudoise. Les mêmes remarques s'appliquent concernant notre échantillon.

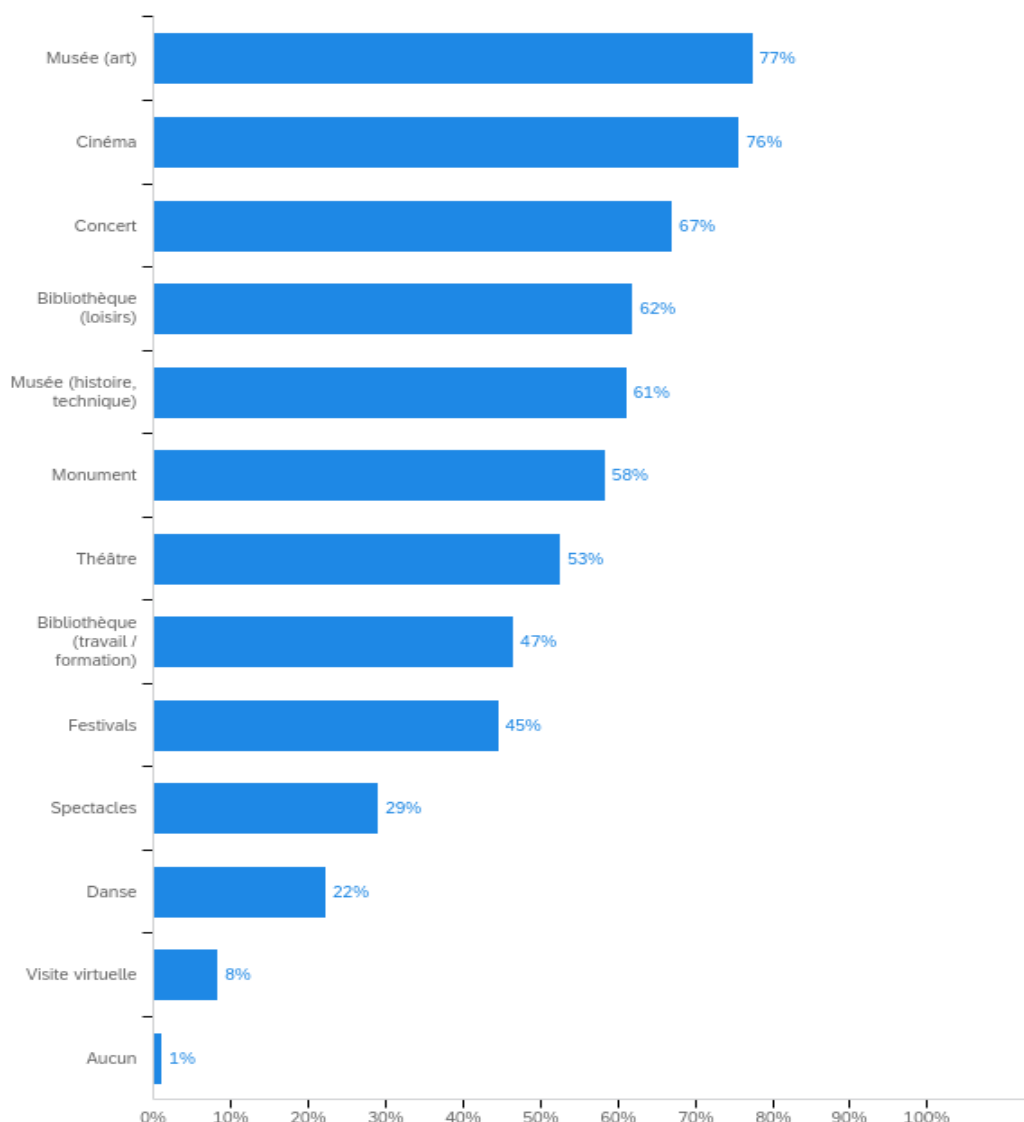
## 5.5 Un public amateur de sorties culturelles variées

### 5.5.1 Types de pratiques

Sur ce point, nous avons conservé le formalisme standard utilisé dans le cadre des enquêtes régulièrement pratiquées par l'OFS.

Q3.9 : « Au cours des 12 derniers mois, quels lieux ou événements culturels avez-vous fréquentés ? »

Figure 85 : Lieux ou événements culturels fréquentés par les répondants (n = 1 900) (Q3.9)



Visiter un musée d'art (exposition ou galerie) (77%) et aller au cinéma (76%) sont les sorties culturelles les plus pratiquées par les répondants au cours des 12 derniers mois, suivi par assister à un concert (67%).

Pour cette population proche des bibliothèques et de leurs services, fréquenter une bibliothèque est une activité pratiquée pour les loisirs par 62% d'entre eux, et à 47% pour le travail ou la formation. En associant ces deux choix, nous obtenons que 77% (n = 1 471) des répondants ont fréquenté une bibliothèque sur l'année dans un but de loisirs, de travail ou de formation. En 2019, ce taux était de 43% au sein de la population vaudoise (État de Vaud 2021, p. 16).

La visite d'un musée historique, technique ou régional, ainsi que celle d'un monument sont pratiquées par respectivement 61% et 58% des répondants. 53% sont allés au moins une fois au théâtre sur l'année, tandis que 45% ont participé à un festival. Nettement moins pratiqués, les spectacles, cabaret-théâtre, revues et cirque ont attiré 29% des répondants, et la danse ou le ballet 22%. Enfin 8% affirment avoir effectué une visite virtuelle de musée ou de monument et 1% n'ont fait aucune sortie culturelle en un an.

L'analyse par tranche d'âge nous révèle en outre des comportements différenciés.

Tableau 11 : Lieux ou événements culturels fréquentés par les répondants, par tranche d'âge : top 5 et spécificités ( $n = 1\,900$ ) (Q3.9)

	15-29 ans	30-44 ans	45-59 ans	60-74 ans	75 ans et +
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cinéma (85%)</li> <li>- Bibliothèque (travail/form) (77%)</li> <li>- Musée (art) (73%)</li> <li>- Concert (72%)</li> <li>- Festival (65%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cinéma (76%)</li> <li>- Musée (art) (75%)</li> <li>- Bibliothèque (loisirs) (69%)</li> <li>- Concert (66%)</li> <li>- Festival (61%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cinéma (79%)</li> <li>- Musée (art) (77%)</li> <li>- Concert (69%)</li> <li>- Bibliothèque (loisirs) (65%)</li> <li>- Monument (64%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musée (art) (83%)</li> <li>- Cinéma (71%)</li> <li>- Concert (65%)</li> <li>- Musée (hist-tech) (64%)</li> <li>- Bibliothèque (loisirs) (63%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musée (art) (78%)</li> <li>- Cinéma (65%)</li> <li>- Concert (62%)</li> <li>- Bibliothèque (loisirs) (58%)</li> <li>- Musée (hist-tech) (57%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> (pic pour cette classe d'âge)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cinéma (85%)</li> <li>- Bibliothèque (travail/form) (77%)</li> <li>- Concert (72%)</li> <li>- Festival (65%)</li> <li>- Visite virtuelle (11%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bibliothèque (loisirs) (69%)</li> <li>- Spectacles (35%)</li> <li>- Danse (25%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monument (64%)</li> <li>- Théâtre (56%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musée (art) (83%)</li> <li>- Musée (hist-tech) (64%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visite virtuelle (12%)</li> <li>- Aucun (4%)</li> </ul>
<b>Nb moyen d'activités</b> / personne	<b>6,4</b>	<b>6,4</b>	<b>6,3</b>	<b>5,7</b>	<b>5,2</b>

En résumé et de manière générale :

- Le cinéma et les musées d'art sont fréquentés par une même proportion des 30-59 ans, alors que le cinéma prédomine chez les 15-29 ans et que les musées d'art sont préférés par les plus de 60 ans.
- La fréquentation des bibliothèques pour le travail ou la formation est très spécifique des 15-29 ans (77%) ; elle diminue fortement avec l'âge pour ne concerner plus qu'1/4 des plus de 60 ans. En parallèle, leur fréquentation à but de loisirs concerne tout de même plus de la moitié des 15-29 ans, atteint un pic chez les 30-44 ans puis décroît lentement avec l'âge.
- Les concerts attirent toutes les tranches d'âge, tandis que les festivals intéressent majoritairement les moins de 45 ans. De la même façon, leur fréquentation diminue ensuite fortement avec l'âge.
- Les autres lieux ou événements culturels sont fréquentés de façon assez homogène sur l'ensemble des tranches d'âge, même si notre tableau de synthèse n'en retient que les maximas. Les monuments attirent tout de même moins les plus de 60 ans.
- Les visites virtuelles intéressent préférentiellement et de manière conjointe les répondants les plus jeunes et les plus âgés.

- Enfin les moins de 60 ans pratiquent en moyenne entre 6,3 et 6,4 types de sorties culturelles différents sur l'année. Ce chiffre diminue ensuite chez les 60-47 ans (5,7) puis les plus de 75 ans (5,2). Ces derniers sont en outre les plus nombreux à ne déclarer aucune sortie culturelle sur l'année.

Le questionnaire a été construit pour être en mesure de mettre en parallèle nos résultats avec ceux de l'étude sur les pratiques culturelles en Suisse de l'OFS (Office fédéral de la statistique (OFS) 2020a), déclinés et augmenté sur Vaud par le Canton (État de Vaud 2021), ainsi que ceux de l'enquête sur les publics de la culture à Lausanne (Moeschler 2019), tous relatifs à l'année 2019. Toutefois, nous avons bien conscience que ces données ne sont pas comparables stricto sensu. En effet, leurs périmètres diffèrent à la fois dans l'« espace » : notre échantillon n'est représentatif ni de la population vaudoise, ni de la population de l'agglomération lausannoise, ni même de l'ensemble des usagers-ères du site Riponne d'ailleurs ; et dans le « temps » : la période étudiée n'est pas non plus la même et une pandémie mondiale est passée par là. Il est donc impossible de tirer des conclusions scientifiquement valables que ce soit sur les spécificités de notre échantillon (la période est différente), ni sur une quelconque évolution des pratiques culturelles (la population n'étant pas la même). En l'état, nous ne nous autoriserons donc qu'à une simple mise en perspective des différents résultats les uns par rapport aux autres, qui pose certes plus de questions qu'elle n'en résout. Notons que cette remarque s'applique à l'ensemble des tableaux de ce type.

Tableau 12 : Fréquentation des lieux ou événements culturels des répondants vs celles de la population en 2019 ( $n = 1\,896$ ) (Q3.13)

	Echantillon site Riponne 2024	Vaud 2019	2024 vs 2019 Vaud	Lausanne et aggl. 2019	2024 vs 2019 Lausanne
Musée (art)	77%	76%	1%	47%	30%
Musée (histoire-technique)	61%			55%	6%
Cinéma	76%	71%	5%	69%	7%
Concert	67%	72%	-4%	59%	8%
Bibliothèque (loisirs)	62%	34%	28%	33%	> 29%
Bibliothèque (travail/formation)	47%	22%	25%		
Monument	58%	81%	-23%	67%	-9%
Théâtre	53%	46%	7%	39%	14%
Festivals	45%	62%	-17%	68%	-23%
Spectacles d'un autre type	29%	~ 45%	~ -16%	-	-
Danse	22%	28%	-6%	19%	3%
Visite virtuelle	8%	18%	-10%	-	-

Sources : (Canton de Vaud - DFA 2020b; État de Vaud 2021, pp. 14 et 19; Moeschler 2019, pp. 33-35)

Très logiquement et par construction, notre échantillon de répondants fréquente nettement plus les bibliothèques que le reste de la population ne le faisait en 2019.

La fréquentation des musées d'art est certainement biaisée en 2024 vs 2019, du fait de l'inauguration de PLATEFORME10 en octobre 2019 (Musée Cantonal des Beaux-Arts de Lausanne (MCBA) 2024), intégrant le MCBA, mais aussi et surtout par le très grand succès de son exposition interactive « Immersion. Les origines : 1949-1969 » clôturée en mars dernier (125 000 visiteurs en 4 mois) (RTS 2024).

A l'exception des visites de monuments et de la participation aux festivals, nous constatons que les répondants font globalement plus de sorties culturelles que la population lausannoise ne le faisait en 2019, tendance confirmée pour les musées, le cinéma et le théâtre uniquement vis-à-vis de la population vaudoise en 2019.

Enfin si le canton de Vaud annonçait en 2019 que 90% de sa population avaient participé à au moins une sortie culturelle sur l'année (État de Vaud 2021, p. 15), constat partagé par O. Moeschler (Moeschler 2019, p. 31), ils et elles sont 99% dans le cadre de notre enquête (dont il est vrai que 77% le font déjà du simple fait de fréquenter une bibliothèque). Les répondants semblent donc faire plus de sorties culturelles que l'ensemble de la population ne le faisait en 2019.

### 5.5.2 Variété

Si l'on se réfère à Christine Détrez, l'« omnivorisme » culturel consiste moins à cumuler les pratiques qu'à les diversifier (Détrez 2020, p. 56). Il est donc intéressant d'analyser le nombre de sorties culturelles différentes pratiquées par les répondants pour évaluer leur rapport à la culture.

Nous avons ainsi traité les données collectées à la question Q3.9 « *Au cours des 12 derniers mois, quels lieux ou événements culturels avez-vous fréquentés ?* » de la même façon que dans l'étude de Olivier Moeschler (2019, p. 71) sur la population de l'agglomération lausannoise en 2018, en répartissant les différents profils sociodémographiques des répondants selon le nombre de domaines culturels différents fréquentés sur l'année.

Cette analyse permet de dimensionner la variété des pratiques culturelles des répondants et d'identifier les profils les plus éclectiques. Elle autorise en outre une comparaison macroscopique avec les résultats de cette précédente étude, moyennant plusieurs approximations importantes qu'il convient de signaler :

- L'étude de 2019 porte sur la population lausannoise ou domiciliée dans l'une des 22 communes membres au 31/12/2016 du Fonds intercommunal de soutien aux institutions culturelles de la région lausannoise<sup>3</sup>. Il s'agit donc d'une population plus proche du centre urbain lausannois. Par ailleurs, la méthodologie appliquée (échantillon probabiliste et redressement des données par pondération) assure la représentativité des résultats avancés, ce qui n'est pas notre cas.
- Les propositions de choix de domaine culturel diffèrent de notre enquête et portent sur 11 types de pratique. De notre côté, des regroupements ont été effectués parmi les modalités de la variable Q.3.9 afin de n'en conserver que 10 approchantes. Des différences persistent néanmoins concernant les genres musicaux, plus détaillés dans l'étude de O. Moeschler [Tableau 13, notes]. L'impact en est cependant réduit par la définition de la catégorie la plus élevée dès 7 domaines fréquentés.

---

<sup>3</sup> Assens, Belmont-sur-Lausanne, Bussigny, Chavannes-près-Renens, Cheseaux-sur-Lausanne, Cugy, Echandens, Ecublens, Epalinges, Froideville, Jouxten-Mézery, Le Mont-sur-Lausanne, Lutry, Paudex, Préverenges, Prilly, Pully, Renens, Romanel-sur-Lausanne, Saint-Sulpice, Savigny et Villars-Sainte-Croix.

Sur cette base, le tableau suivant offre une comparaison des répartitions issues des deux études [Tableau 13].

Tableau 13 : Répartition et moyenne d'âge des répondants BCUL en 2024 et de la population Lausanne+Fonds en 2018, par nombre de domaines culturels fréquentés

			Pratiques culturelles par nombre de domaines fréquentés (sur 10*)				
Total			0	1-2	3-4	5-6	7+
Répondants BCUL	Fréquence	100%	1%	8%	21%	32%	37%
	Moyenne d'âge	50,8	63,3	56,0	53,5	50,6	47,9
Population Lausanne+Fonds en 2018 **	Fréquence	100%	7%	17%	22%	26%	27%
	Moyenne d'âge	46,6	63,3	45,3	43,7	39,5	42,6

\*\* (Moeschler 2019, p.71) avec 11 domaines (Monuments ; Musées/expositions ; Théâtre ; Danse/ballet ; Musique classique/opéra ; Cinéma ; Jazz ; Festivals ; Musiques actuelles ; Variétés/musical/humour ; Bibliothèques à Lausanne), et n = 1'555 personnes, domiciliées sur Lausanne ou une des 22 communes du Fonds intercommunal de soutien aux institutions culturelles de la région lausannoise au 31/12/2016.

\* 10 domaines retenus issus de la question Q3.9 : Monuments/sites ; Concert ; Musées (tous) ; Cinéma ; Cabaret/cirque ; Théâtre ; Festival ; Bibliothèques (toutes) ; Danse ; Visites virtuelles.

Les répondants BCUL constitue un public à la consommation culturelle très variée : au cours des 12 derniers mois, 69% d'entre eux ont fréquenté au moins 5 domaines différents parmi les monuments/sites, les concerts, les musées, le cinéma, le cabaret/cirque, le théâtre, les festivals, les bibliothèques, la danse et les visites virtuelles.

En comparaison, ce ne sont que 53% de la population de l'étude de 2019 sur les pratiques culturelles lausannoises qui présentaient une telle variété de pratiques (Moeschler 2019, p. 71), l'écart atteignant 10 points dans la catégorie de 7 domaines ou plus.

Seul 1% des répondants BCUL (vs 7% de la population de l'étude de 2019) ne fréquente aucun de ces domaines, dont les bibliothèques font partie.

La moyenne d'âge diminue fortement entre les personnes ne pratiquant aucune sortie culturelle et les personnes les plus « omnivores » dans leurs sorties, passant de 63,3 ans dans les deux études, à 47,9 ans (BCUL) et 42,6 ans (Moeschler 2019, p. 71). La comparaison des moyennes d'âge entre les deux études est délicate, néanmoins il mériterait d'être investigué le fait que les répondants BCUL semblent pratiquer plus longtemps une plus grande variété de sorties culturelles.

Le nombre moyen de domaines fréquentés peut également être analysé sous le prisme des variables sociodémographiques collectées.

Tableau 14 : Profils sociodémographiques en fonction du nombre moyen de domaines culturels fréquentés

	Fréquence	Nombre moyen de domaines
<b>Total</b>	<b>1900</b>	<b>5,67</b>
<b>Genre</b>		
Autre	23	6,04
Femme	1120	5,84
Homme	735	5,41
Sans-réponse	22	5,00
<i>n</i>	1900	
<b>Classe d'âge</b>		
15-29ans	359	5,99
30-44ans	345	5,99
45-59ans	470	5,90
60-74ans	523	5,39
75ans+	198	4,71
<i>n</i>	1895	
<b>Domicile</b>		
Lausanne	797	5,98
Vaud	891	5,44
Autres-cantons	183	5,49
Étranger	29	5,14
<i>n</i>	1900	
<b>Formation</b>		
Ecole-obligatoire	27	4,41
Apprentissage_CFC_matu pro	167	4,62
Ecole-pro-sup	99	5,35
Maturité-gymnasiale	141	5,74
HES_HEP	277	5,72
Autre-université/EPF	556	5,76
UNIL	633	5,93
<i>n</i>	1900	
<b>Statut professionnel</b>		
Temps-partiel	520	6,07
Formation	245	6,04
Plein-temps	433	5,76
Autre	54	5,69
Au-foyer	27	5,11
Recherche-emploi	50	5,44
Retraite	571	5,11
<i>n</i>	1900	
<b>Composition du ménage</b>		
1	401	5,57
2	724	5,54
3	283	5,94
4	342	5,87
5+	119	5,75
<i>n</i>	1869	

En gris : valeurs à prendre avec précaution car fréquences < 100

Nous pouvons ainsi mettre en évidence les critères sociodémographiques présentant les plus grandes variétés de consommation culturelle, à savoir le fait d'être à temps partiel ou en formation, d'avoir moins de 45 ans voire moins de 60 ans, d'être domicilié-e à Lausanne, d'être diplômé-e de l'UNIL, de vivre à 3 ou 4 et enfin d'être une femme.

A l'inverse, être de formation en apprentissage/CFC/maturité professionnelle, avoir plus de 75 ans ou même plus de 60 ans, être à la retraite, être un homme et domicilié-e hors de Lausanne sont des catégories sociodémographiques présentant un nombre de domaines culturels fréquentés moindre.

Afin d'évaluer la dépendance éventuelle du nombre de domaines culturels fréquentés à ces différentes variables sociodémographiques, nous avons réalisé des tests de corrélation pour chacune d'entre elles. Les catégories « 0 » et « 1-2 » ont dû être



regroupées, ainsi que certaines modalités des variables « Genre », « Formation » et « Statut » pour garantir des effectifs suffisants (>5) et la validité des tests.

Tableau 15 : Tests d'indépendance entre les profils sociodémographiques et le nombre de domaines culturels fréquentés

			Pratiques culturelles par nombre de domaines fréquentés (sur 10*)							
			0-2		3-4		5-6		7+	
			Nombre de répondants				Pourcentage de répondants			
Femme	1120	59%	83	228	375	434	45%	56%	62%	61%
Homme	735	39%	93	170	218	254	51%	42%	36%	36%
Autre, Sans-réponse	45	2%	7	8	12	18	4%	2%	2%	3%
n			183	406	605	706				
Classe d'âge			Chi^2 = 20.8387 d.f. = 6 p = 0.00196 Spearman's rho = -0.07449 p-value = 0.00116							
15-29ans	359	19%	27	69	108	155	15%	17%	18%	22%
30-44ans	345	18%	22	66	117	140	12%	16%	19%	20%
45-59ans	470	25%	40	81	159	190	22%	20%	26%	27%
60-74ans	523	28%	56	135	160	172	31%	33%	27%	24%
75ans+	198	10%	38	53	59	48	21%	13%	10%	7%
n			183	404	603	705				
Domicile			Chi^2 = 57.6080 d.f. = 12 p = 6.1374e-08 Spearman's rho = -0.14035 p-value = 8.471e-10							
Lausanne	797	42%	58	145	257	337	32%	36%	42%	48%
Vaud	891	47%	101	209	284	297	55%	51%	47%	42%
Autres-cantons	183	10%	20	46	52	65	11%	11%	9%	9%
Étranger	29	2%	4	6	12	7	2%	1%	2%	1%
n			183	406	605	706				
Formation			Chi^2 = 27.0573 d.f. = 9 p = 0.00137 Spearman's rho = -0.10575 p-value = 3.845e-06							
Secondaire I	27	1%	9	5	7	6	5%	1%	1%	1%
Secondaire II	308	16%	46	82	86	94	25%	20%	14%	13%
Tertiaire	1565	82%	128	319	512	606	70%	79%	85%	86%
n			183	406	605	706				
Statut professionnel			Chi^2 = 41.4273 d.f. = 6 p = 2.3852e-07 Spearman's rho = 0.11289 p-value = 8.08e-07							
Formation	245	13%	19	44	74	108	10%	11%	12%	15%
Temps-partiel	520	27%	32	86	181	221	17%	21%	30%	31%
Plein-temps	433	23%	34	94	146	159	19%	23%	24%	23%
Rech. emploi, Au foyer, Autre	131	7%	18	30	35	48	10%	7%	6%	7%
Retraite	571	30%	80	152	169	170	44%	37%	28%	24%
n			183	406	605	706				
Composition du ménage			Chi^2 = 56.7332 d.f. = 12 p = 8.8310e-08 Spearman's rho = -0.1505863 p-value = 4.189e-11							
1	401	21%	42	80	143	136	24%	20%	24%	19%
2	724	39%	73	177	220	254	41%	44%	37%	36%
3	283	15%	27	51	79	126	15%	13%	13%	18%
4	342	18%	22	71	118	131	12%	18%	20%	19%
5+	119	6%	13	20	34	52	7%	5%	6%	7%
n			177	399	594	699				
			Chi^2 = 22.9828 d.f. = 12 p = 0.02787 Spearman's rho = 0.05972 p-value = 0.00981							

\* 10 domaines retenus issus de la question Q3.9 : Monuments/sites ; Concert ; Musées (tous) ; Cinéma ; Cabaret/cirque ; Théâtre ; Festival ; Bibliothèques (toutes) ; Danse ; Visites virtuelles.

**En gras rouge** : valeurs à prendre avec précaution car effectifs ≤ 5.

Il en ressort que tous les tests de Pearson et de Spearman effectués sont statistiquement significatifs. Le nombre de domaines culturels fréquentés n'est donc pas indépendant des variables sociodémographiques considérées, et par conséquent n'est pas



uniformément réparti au sein de la population. La force des liens de corrélation n'est cependant pas très élevée de manière générale.

- L'âge et le statut professionnel sont les variables les plus fortement liées et inversement corrélées au nombre de domaines culturels fréquentés. Ainsi plus les personnes sont âgées, moins leur consommation culturelle est diversifiée. Et les personnes en formation fréquentent plus de domaines culturels différents que les personnes à temps partiel, les temps plein, les autres statuts et surtout les personnes retraitées.
- La formation est quant à elle liée positivement au nombre de domaines culturels fréquentés. Plus les personnes ont un niveau d'études élevé, plus elles sont culturellement « omnivores ».
- Sur le périmètre de notre population de répondants, le nombre de domaines culturels fréquentés dépend aussi du domicile. Plus les personnes sont éloignées de Lausanne, moins elles varient leurs types de sorties culturelles.
- Le genre influe également sur le nombre de domaines culturels fréquentés. Les femmes ont une consommation culturelle plus variée.
- Enfin, dans une moindre mesure, plus les personnes sont nombreuses au sein d'un ménage, plus leurs types de sorties culturelles sont diversifiés.

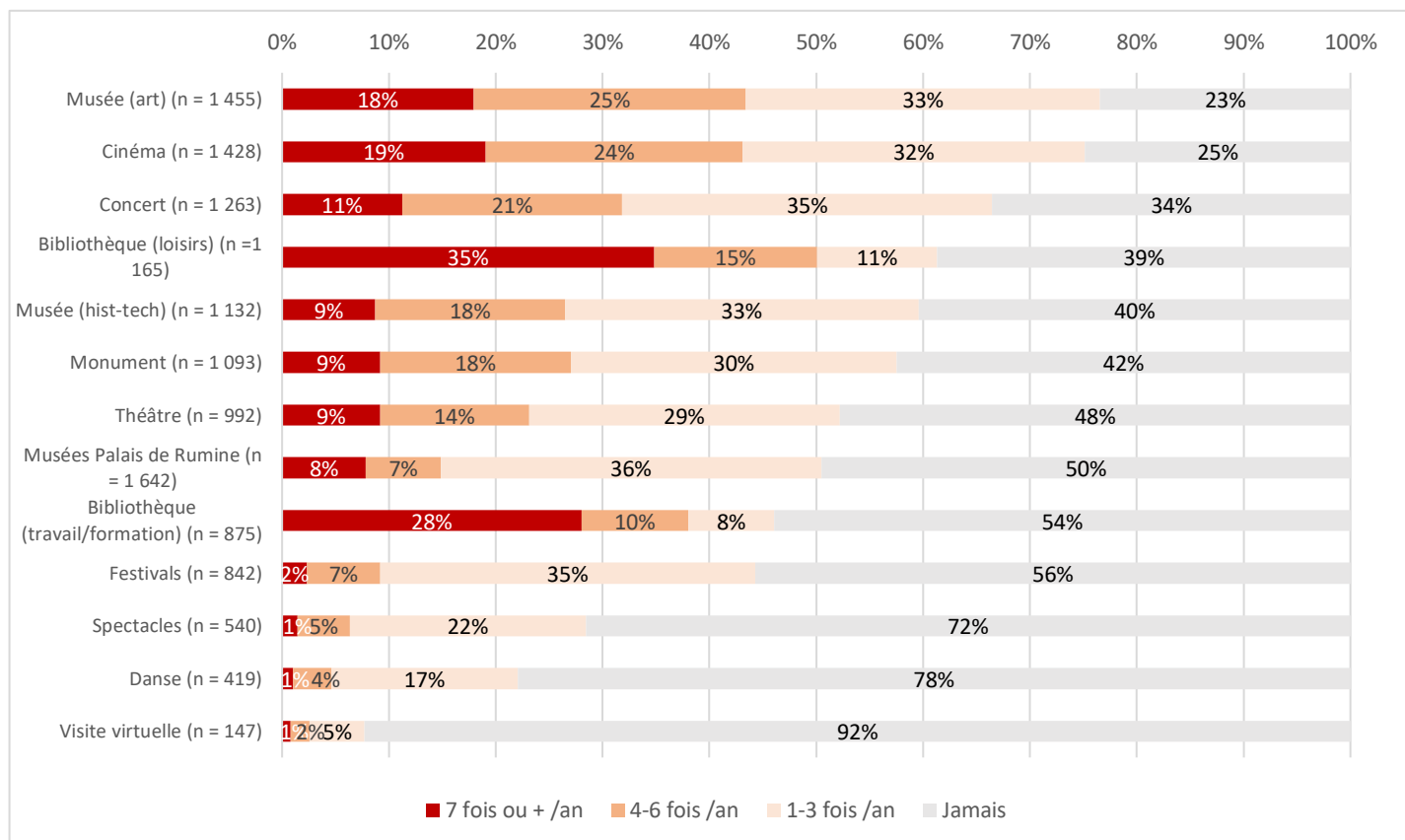
Ces résultats corroborent plusieurs résultats de l'étude de Olivier Moeschler qui conclut que le public d'un nombre élevé de domaines culturels différents est plutôt « féminisé, jeune, très bien formé, aisé, suisse et urbain » (Moeschler 2019, p. 72).

### 5.5.3 Assiduité

Outre la variété des pratiques, nous souhaitons également évaluer la fréquence des sorties culturelles

Q3.10 : « Au cours des 12 derniers mois, combien de fois avez-vous fréquenté ces lieux ou événements culturels ? »

Figure 86 : Fréquence des sorties culturelles des répondants (n = 1 900) (Q3.9 x Q3.10 + Q3.11)



L'analyse de la fréquence de fréquentation met en évidence plusieurs types de pratique selon les lieux ou événements culturels considérés :

- Les usagers-ères des bibliothèques les fréquentent très majoritairement plus de 7 fois par année, que ce soit pour les loisirs ou le travail/formation.
- Plus de 40% des répondants vont au musée d'art ou au cinéma plus de 4 fois par an
- Les publics des concerts, des musées d'histoire ou de science, des monuments et du théâtre qui les fréquentent « 1 à 3 fois », « 4 à 6 fois » ou « plus de 7 fois » par année sont également répartis.
- Les participants aux festivals, spectacles, ballets et visites virtuelles ne le font principalement qu'une à trois fois par année.

Ces résultats sont cohérents avec ceux obtenus par les trois études suisses auxquelles nous nous référons prioritairement (Office fédéral de la statistique (OFS) 2020a, p. 6; Moeschler 2019, p. 34).

En nous focalisant sur le public le plus assidu (7 visites ou + /an), nous pouvons émettre l'hypothèse que les répondants de notre enquête le sont peut-être plus que la population de l'agglomération lausannoise en 2019.

Tableau 16 : Proportion de public le plus assidu parmi les personnes fréquentant les lieux ou événements culturels

	Echantillon site Riponne 2024	Lausanne et aggro. 2019	
Cinéma	25%	22%	3%
Monument	16%	16%	0%
Musée (hist-tech)	15%	9%	6%
Musée (art)	23%	19%	4%
Théâtre	18%	18%	0%
Bibliothèque (loisirs)	57%	42%	15%
Bibliothèque (travail/formation)	61%		19%
Danse	5%	5%	0%

Nos résultats sont très proches de ceux obtenus par O. Moeschler (2019, p. 34). Nous observons que les répondants du site Riponne ont une plus grande assiduité dans leur fréquentation des bibliothèques, que ce soit pour les loisirs ou le travail/formation, ainsi que dans une moindre mesure des musées et du cinéma.

*Q3.11 : « Au cours des 12 derniers mois, combien de fois avez-vous fréquenté les musées du Palais de Rumine ? »*

Enfin, nous disposons d'un dernier indicateur d'évolution. Il concerne la fréquentation des musées du Palais de Rumine (Q3.11). Cette question a souvent été incluse aux enquêtes BCUL antérieures pour connaître la part d'usagers-ères exclusifs-ives du site Riponne, ne fréquentant pas les musées. Nous calculons un taux de 27,8% (370/1331), contre 29% en 2018 (Simonet Chatton, Bezençon 2018, p. 15) et 30,4% en 2008 (Wullyamoz 2008, p. 14). Ces écarts ne semblent pas significatifs. Nous notons au passage que malgré le départ du MCBA, 50% des répondants ont fréquenté au moins une fois un des musées du Palais de Rumine sur l'année.

## 5.5.4 Evolution de la fréquence des sorties culturelles depuis 2019

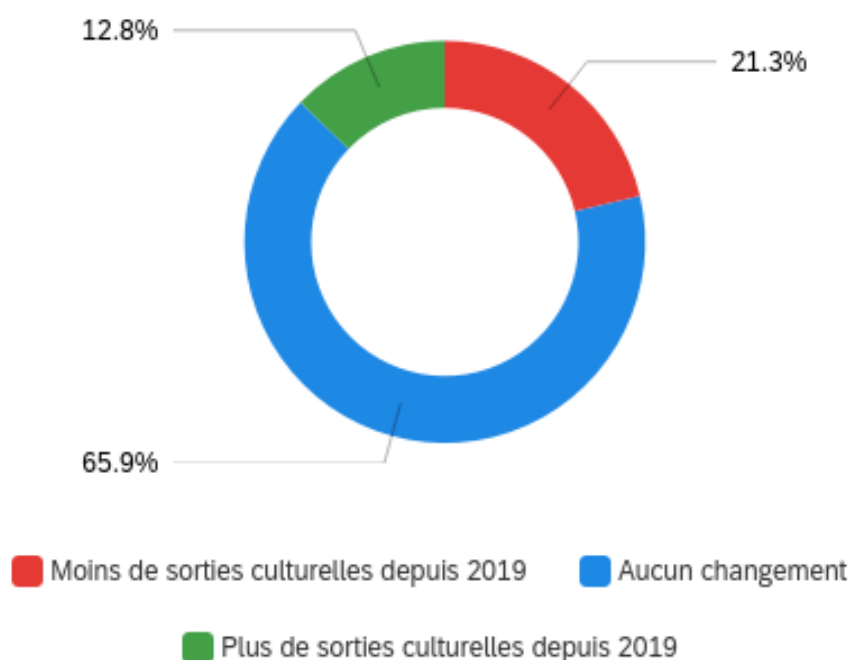
« Bonne question ? Perdu l'habitude ? »  
(Femme, 45-59 ans, Lausanne)

Notre étude portant sur l'évolution des pratiques culturelles post COVID-19 et ne disposant pas d'études relatives à un échantillon comparable, nous avons décidé de demander directement aux personnes concernées si le nombre de leurs sorties culturelles avait diminué, augmenté ou si aucun changement n'était notable dans leurs habitudes depuis 2019.

Q3.6 : « Par rapport à l'année 2019 (avant la crise du Covid-19), vous diriez que :

- Vous faites globalement MOINS de sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...)
- Vos habitudes n'ont pas changé concernant les sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...)
- Vous faites globalement PLUS de sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...) »

Figure 87 : Evolution de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019 (n = 1 900)  
(Q3.6)

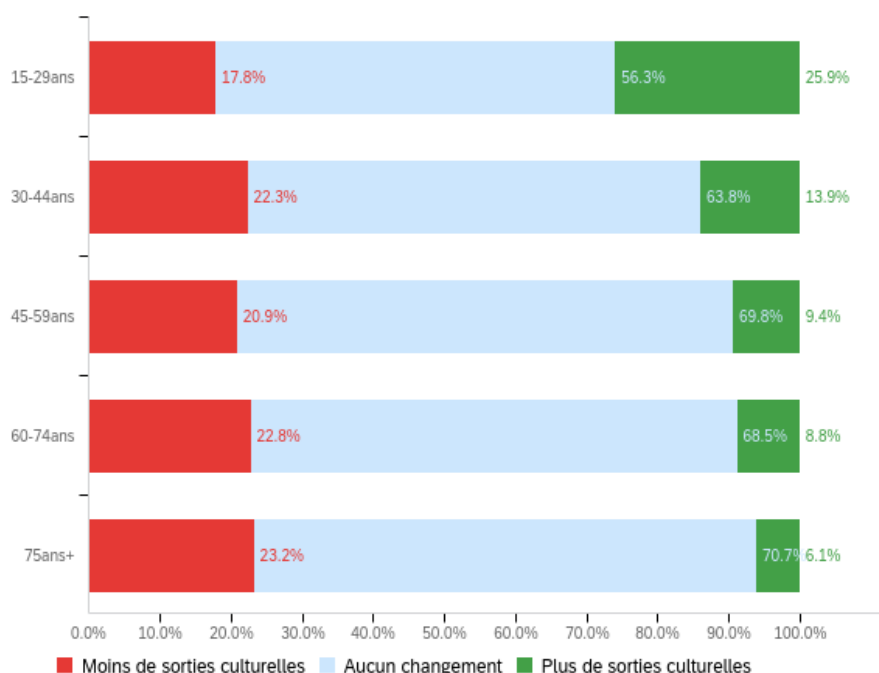


Il en ressort que les 2/3 des personnes interrogées ne relèvent aucun changement relatif au nombre de sorties culturelles pratiquées depuis 2019.

De leur côté, plus d'1 personne sur 5 (21,3%) déclarent avoir réduit la fréquence de leurs sorties culturelles, tandis qu'à l'inverse 12,8% des répondants affirment fréquenter plus assidûment les lieux culturels qu'en 2019.

Une analyse par tranche d'âge met en évidence que si la population est assez uniformément concernée par la réduction du nombre de sorties culturelles (de 17,8% des 15-29 ans à 23,2% des plus de 75 ans), l'augmentation de la fréquentation des lieux culturels concerne principalement les 15-29 ans (plus d'1 sur 4), puis une proportion nettement décroissante des répondants plus âgés, pour atteindre seulement 6,1% des plus de 75 ans.

Figure 88 : Evolution de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019, par tranche d'âge (n = 1 900) (Q3.6)



Parmi les biais potentiels, nous pouvons signaler que la formulation « *Par rapport à l'année 2019 (avant la crise du Covid-19), vous diriez que : ...* » pouvait être interprétée à tort comme « *Est-ce que le Covid a modifié vos habitudes ?* ». Ce biais a été identifié pendant la phase de tests auprès d'utilisateurs-ères. Nous avons décidé de conserver la mention du COVID-19, en l'atténuant, afin de fixer tout de même un repère temporel aux répondants.

Nous reportons ici deux commentaires libres collectés en fin de questionnaire (Q5.1) confirmant le risque de mauvaise interprétation de cette question :



#### Q5.1 – Commentaires libres

##### De la compréhension des questions en mode auto-administré

« *Je m'interroge sur le marquage du COVID 19 comme changement de comportement parce qu'il a probablement un impact sur une partie de la population mais d'autres facteurs comme une naissance par exemple peuvent considérablement influencer sur le temps consacré à la culture au sens large, dans mon cas par exemple c'est ce facteur (qui coïncide avec la période COVID) qui compte et non pas l'impact de la pandémie.* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« *Un grand nombre de mes habitudes ont été modifiées depuis que je suis devenue maman (en 2021) c'est pourquoi j'ai dit ne pas avoir changé mes habitudes avant/après Covid (ce n'est pas la volonté mais la disponibilité qui fait que j'ai diminué mes sorties du type cinéma/expos etc.). Bien entendu la plupart de mes sorties actuelles se font dans les lieux ouverts aux enfants (musée zoologique de Rumine, zoo, espace des inventions...)* » (Femme, 30-44 ans, Vaud)

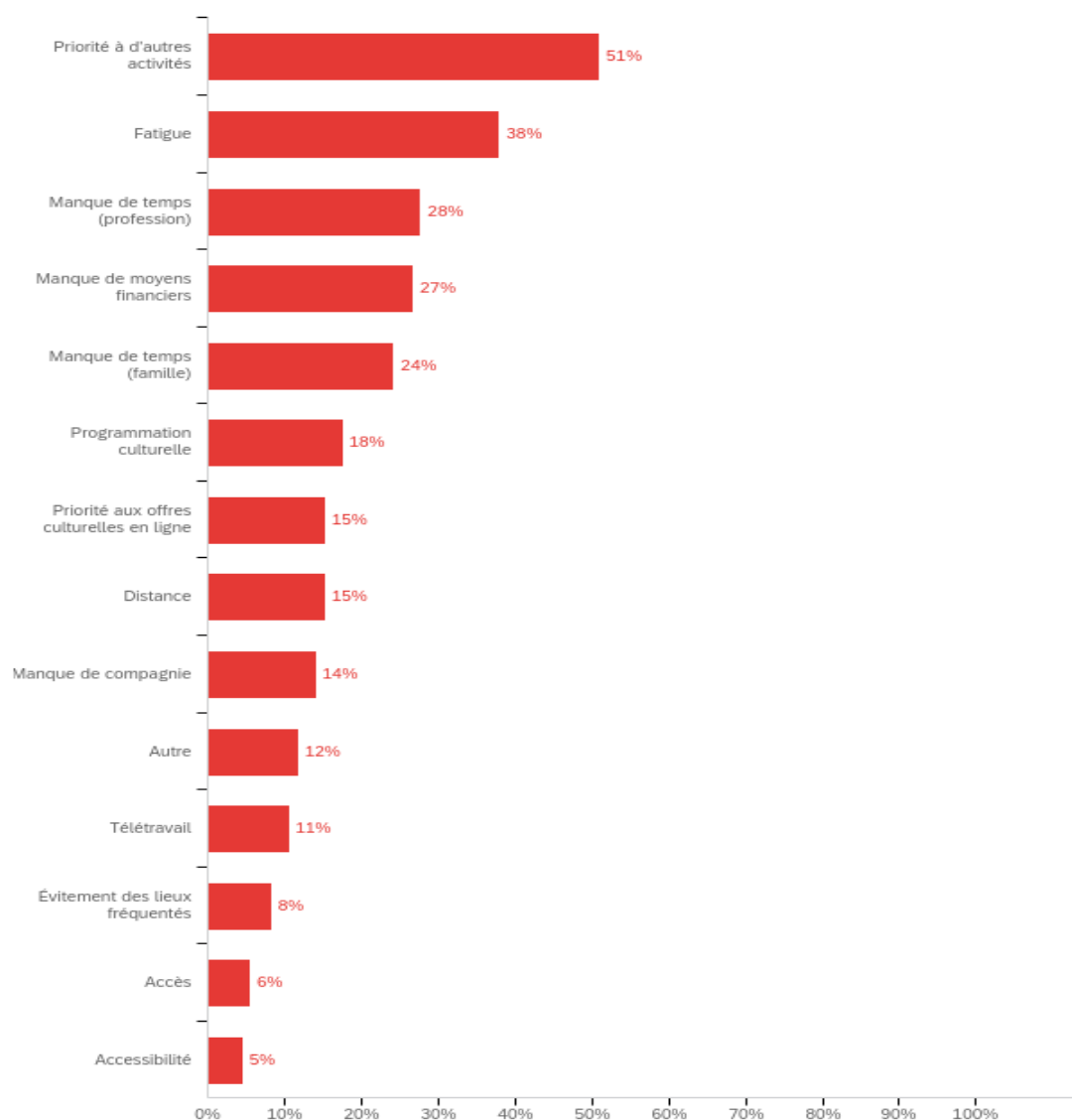
Enfin, nous avons conscience que la réponse obtenue est purement subjective et non dimensionnée, certains répondants-testeurs ont d'ailleurs relaté qu'il était difficile d'évaluer une tendance globale, sans dissocier les différents types de sorties culturelles.

Notre objectif étant d'évaluer un comportement général vis-à-vis des sorties culturelles, nous avons choisi de ne pas développer plus cette question, mais d'interroger ensuite chacun des groupes ayant modifié ses habitudes sur les raisons de ces changements.

#### 5.5.4.1 Les causes de réduction des sorties culturelles

Q3.7 : « Pour quelles raisons avez-vous diminué la fréquence de vos sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...) par rapport à 2019 ? »

Figure 89 : Causes de la réduction de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019 (n = 400) (Q3.7)



Plus de la moitié des 400 répondants, affirmant avoir réduit leur fréquence de sortie culturelles depuis 2019, déclare privilégier d'autres activités sur leur temps libre, telles que pratiquer un sport, rencontrer des ami-e-s ou se reposer.

38% déplorent se sentir souvent trop fatigués et ne pas avoir assez d'énergie pour des sorties culturelles.

Le manque de disponibilité, tant pour des raisons professionnelles (28%) que familiales (24%), est lui aussi très fréquemment invoqué, ainsi que le manque de moyens financiers (27%).

18% ne sont pas attirés par la programmation culturelle actuelle et 15% privilégient les offres culturelles en ligne, telles que la VoD ou le streaming.

Habiter trop loin des lieux culturels jugés intéressants ou n'avoir personne avec qui sortir constituent de réels freins pour respectivement 15% et 14% des répondants.

Parmi les causes a priori plus liées à la période pandémique, 8% des personnes ayant réduit la fréquence de leurs sorties culturelles le font pour volontairement éviter de se retrouver dans des lieux trop fréquentés et 11% sortent moins depuis qu'elles télétravaillent.

Enfin 6% et 5% des répondants rencontrent des difficultés accrues d'accès (parking, transport public) voire d'accessibilité (mobilité réduite, déficience visuelle ou auditive...) depuis 2019.

Bien que certains échantillons ne dépassent pas les 100 individus, nous avons réalisé une analyse par tranche d'âge.

Tableau 17 : Causes de la réduction de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019, par tranche d'âge : top 5 et spécificités (n = 400) (Q3.7)

	15-29 ans (n = 63)	30-44 ans (n = 77)	45-59 ans (n = 98)	60-74 ans (n = 117)	75 ans et + (n = 44)
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres activités (60%)</li> <li>- Temps (prof) (48%)</li> <li>- Fatigue (46%)</li> <li>- Moyens financiers (40%)</li> <li>- Compagnie (29%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps (fam) (47%)</li> <li>- Autres activités (43%)</li> <li>- Fatigue (43%)</li> <li>- Temps (prof) (40%)</li> <li>- Moyens financiers (34%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres activités (51%)</li> <li>- Fatigue (42%)</li> <li>- Temps (prof) (38%)</li> <li>- Temps (fam) (34%)</li> <li>- Programmation (26%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres activités (59%)</li> <li>- Fatigue (42%)</li> <li>- Moyens financiers (26%)</li> <li>- Distance (19%)</li> <li>- Offre en ligne (16%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres activités (30%)</li> <li>- Fatigue (25%)</li> <li>- Accessibilité (20%)</li> <li>- Autre (20%)</li> <li>- Distance (18%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> (pic pour cette classe d'âge)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres activités (60%)</li> <li>- Temps (prof) (48%)</li> <li>- Fatigue (46%)</li> <li>- Moyens financiers (40%)</li> <li>- Compagnie (29%)</li> <li>- Programmation (25%)</li> <li>- Offre en ligne (19%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps (fam) (47%)</li> <li>- Télétravail (18%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programmation (26%)</li> <li>- Evitement des lieux fréquentés (10%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distance (19%)</li> <li>- Accès (10%)</li> <li>- Evitement des lieux fréquentés (10%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accessibilité (20%)</li> <li>- Autre (20%)</li> </ul>
<b>Nb moyen de causes / personne</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>

En résumé, et d'un point de vue général :

- Pour l'ensemble des tranches d'âge, la cause première de réduction du nombre de sorties culturelles depuis 2019 est le fait de privilégier d'autres types d'activité, à l'exception des 30-44 ans, pour qui les contraintes familiales prédominent. Le manque de temps pour raisons familiales est d'ailleurs encore prégnant chez les 45-59 ans, mais dans une moindre mesure (4<sup>e</sup> position).

- La fatigue s'impose à tous les âges, comme 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cause de non sortie, et dans une proportion étonnamment décroissante avec l'âge.
- Le manque de temps pour raison professionnelle suit la fatigue de près chez les moins de 60 ans, hormis pour les 15-29 ans où il est même plus fréquent.
- Le manque de moyens financiers figure en bonne place des obstacles aux sorties culturelles, à la fois pour les moins de 45 ans et les 60-74 ans.
- La programmation culturelle actuelle est un frein pour une partie des 45-59 ans, mais aussi des 15-29 ans.
- Les offres en ligne type VoD ou streaming sont uniformément appréciées par l'ensemble de cette population.

Certaines raisons majeures diffèrent ensuite passablement selon l'âge des répondants :

- Les 15-29 ans sont les plus nombreux à déplorer n'avoir personne pour les accompagner
- Les 30-44 ans sont les plus impactés par le télétravail
- Les plus de 45 ans sont les plus nombreux à éviter les lieux fréquentés
- Et si les plus de 60 ans déplore la distance qui les sépare des lieux culturels qui les intéressent, les 60-74 ans rencontrent en outre des difficultés d'accès (parking, transports publics) et les plus de 75 ans des difficultés d'accessibilité (mobilité réduite, déficience visuelle ou auditive par exemple).
- Les causes « Autre » augmentent avec l'âge. Nous les analyserons ci-après.

Enfin le nombre moyen de causes invoquées par les personnes ayant réduit leur fréquence de sorties culturelles depuis 2019 passe de 3,3 pour les 15-29 ans à 1,9 pour les plus de 75 ans. Ceux qui ressentent le plus d'obstacles sont donc les plus jeunes.

L'analyse des réponses « Autre » (37 réponses) révèle des conséquences directement liées aux restrictions d'accès aux lieux culturels, instaurées pendant l'épidémie de COVID-19. Nous avons ainsi collecté deux témoignages de personnes affirmant ne plus vouloir pratiquer de sorties culturelles à la suite de cet épisode pandémique, et plusieurs autres faisant état de difficultés à reprendre leurs habitudes antérieures. Indépendamment du COVID-19, les lieux fréquentés et bruyants peuvent également constituer un obstacle, voire provoquer une réelle aversion chez certains. L'accessibilité, au sens large, est quant à elle toujours perfectible.



#### Q3.7 - « Autre »

##### Les traces durables du Certificat COVID

« *Les restrictions Covid m'en ont fait perdre l'envie* » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« *Je n'ai pas apprécié l'obligation du certificat covid donc tant pis pour les cinémas et salles de spectacles, j'ai trouvé d'autres occupations* » (Autre, 30-44 ans, Lausanne)

##### Des habitudes installées

« *Bonne question ? Perdu l'habitude ?* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)



« *Le covid a cassé les habitudes de sorties* » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« *Le Covid m'a rendue paresseuse ! Mais ça reprend !* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

« *Le Covid a changé mes habitudes.* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

« *J'ai pris d'autres habitudes et finalement certaines choses ne me manquent pas (ex cinéma)* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Mes habitudes ont changé[] et j'ai du mal à revenir à mes anciennes habitudes.* » (Femme, 45-59 ans, Vaud)

« *La lecture m'occupe déjà beaucoup* » (Homme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Trop d'offres, donc je reste devant [la] TV* » (Homme, plus de 75 ans, Vaud)

#### Du rapport aux lieux fréquentés

« *Je suis agoraphobe* » (Femme, 45-59 ans, Vaud)

« *Le cinéma ne m'attire plus. Public trop bruyant* » (Homme, 60-74 ans, Autre canton)

« *Les incivilités (téléphone, parler, manger) dans les lieux culturels me font renoncer.* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *Je suis hyper sensible au bruit et vibrations (les bibliothèques / mus[ée]s sont devenus très bruyants)* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

#### De l'accessibilité, au sens large

« *Je suis sourd et le brouhaha g[â]che tout, malgré les appareils, raison pour laquelle je me réfugie dans la lecture et la TV avec sous titrage.* » (Homme, 60-74 ans, Vaud)

« *Je suis autiste et les sorties où il y a d'autres personnes que je ne connais pas / où la quantité de sources sonores m'est inconnue sont plus difficiles à vouloir planifier depuis quelques années pour moi* » (Femme, 15-29 ans, Autre canton)

« *J'ai 83 ans, j'ai plus de peine à sortir en ville* » (Homme, plus de 75 ans, Lausanne)

« *J'ai eu un bébé, ça limite grandement le temps/énergie à disposition pour les sorties culturelles. Surtout qu'il y a très peu d'offres pour les moins de 4-5 ans* » (Femme, 30-44 ans, Autre canton)

« *Les sorties fréquentes demande un budget relativement élevé, celui de la retraite ne le permet pas.* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Je trouve trop cher d'effectuer ces sorties.* » (Homme, 15-29 ans, Lausanne)

#### Un bon condensé

« *Je vais moins au cinéma (trop cher, trop bruyant, impersonnel) mais j'essaie d'aller parfois au théâtre, à l'opéra (en dernière minute pour avoir une place à tarifs avantageux, et garder une flexibilité selon l'énergie / envie du moment)* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

Une analyse en composantes principales (ACP) de la modalité « **Réduction du nombre de sorties = Oui** », réalisée sur le tableau disjonctif complet, ne permet pas de mettre en évidence beaucoup de relations significatives ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Nous retiendrons les suivantes, classées par ordre décroissant de leur valeur test : *pratique de 3 à 4 types de sorties culturelles différents, voire 0 à 2 ; pratique de 0 à 4 loisirs différents ; utilise de 0 à 4 sources d'information différentes ; n'a pas fréquenté le site Riponne depuis moins de 12 mois ; n'a pas fréquenté les musées du Palais de Rumine sur l'année ; vit seul-e ; possède un ordinateur de bureau ; ne fait aucune sortie culturelle.*

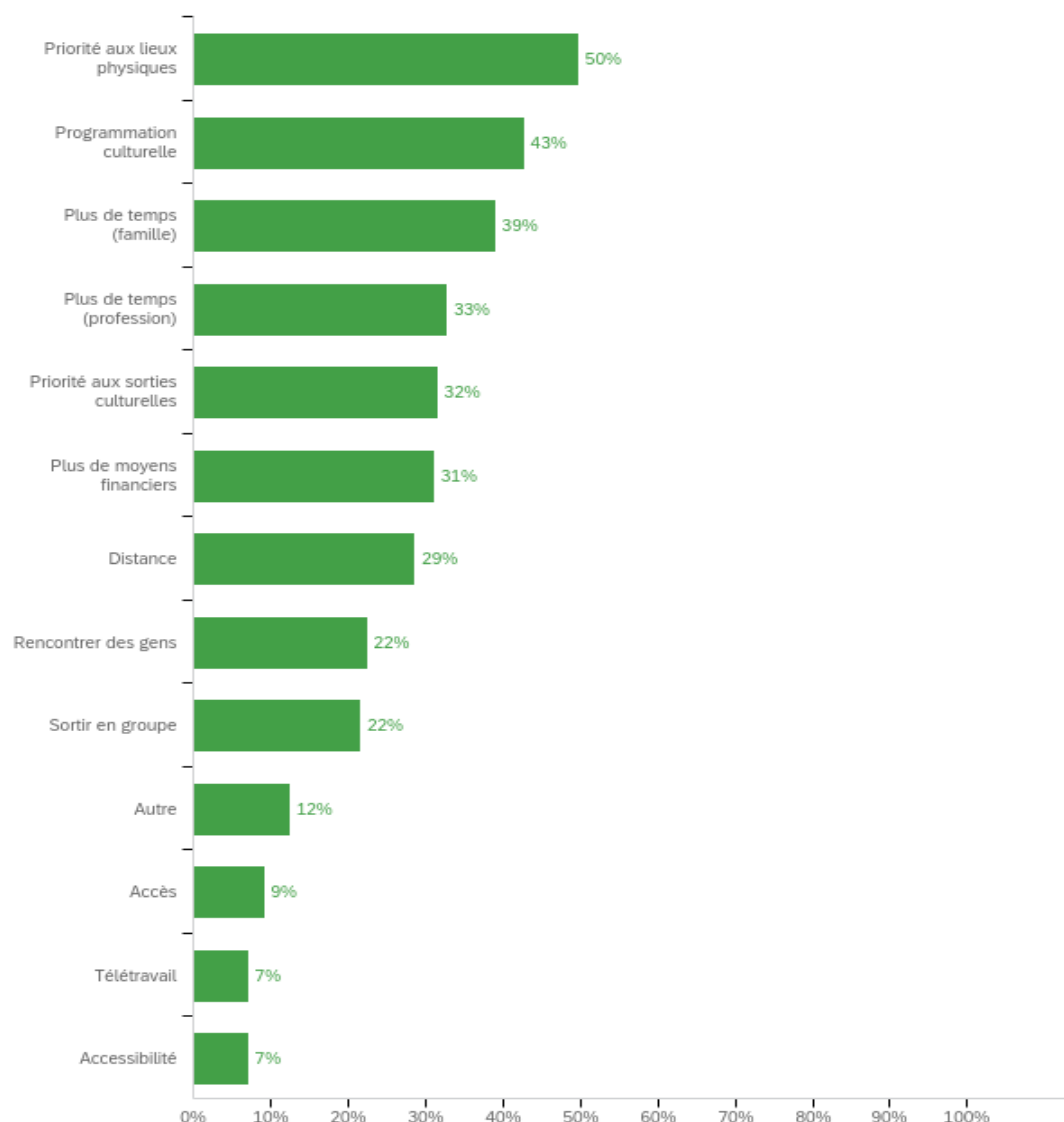
De fait, ces personnes se distinguent des autres par une activité culturelle faible, intégrant les sorties, les loisirs et les sources informationnelles. Elles sont susceptibles

de ne plus fréquenter le site Riponne depuis plus d'un an et de vivre seules. Rien ne semble les caractériser spécifiquement dans leur rapport aux médias et elles ne constituent pas un groupe démographique particulier. Il n'y a aucune relation significative avec l'usage des offres numériques ni la réduction du nombre de prêts physiques.

#### 5.5.4.2 Les causes d'augmentation des sorties culturelles

Q3.8: « Pour quelles raisons avez-vous augmenté la fréquence de vos sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...) par rapport à 2019 ? »

Figure 90 : Causes de l'augmentation de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019 (n = 241) (Q3.8)



La moitié des personnes ayant augmenté la fréquence de leurs sorties culturelles depuis 2019 déclarent le faire car elles apprécient encore plus se rendre physiquement dans les lieux culturels. Cette cause peut témoigner d'une frustration ou d'un manque vécu lors de la pandémie de COVID-19. En effet, peu de gens se posaient la question de la chance d'accéder physiquement à un lieu public avant cet épisode.

43% se déclarent particulièrement attirés par la programmation culturelle actuelle et 32% privilégient volontairement les sorties culturelles à d'autres types d'activités, telles que le sport ou le repos par exemple.

Une disponibilité accrue, que ce soit pour raisons familiales (39%) ou professionnelles (33%), incite une partie de cette population à sortir plus. Par ailleurs, 31% affirment disposer de plus de moyens financiers et 29% habitent plus près de lieux culturels qui les intéressent.

Seule réponse faisant explicitement mention de l'épidémie de COVID-19, 22% des répondants apprécient sortir plus fréquemment et vouloir rencontrer des gens depuis cet épisode. Le fait d'avoir la possibilité de sortir en groupe est aussi un facteur de motivation pour 22% d'entre eux.

Enfin, le télétravail permet à 7% des répondants de sortir plus ; tandis qu'une partie de la population estime que l'accès (parking, transports publics) (9%) ou l'accessibilité (mobilité réduite, déficience visuelle ou auditive) (7%) aux lieux culturels s'est amélioré.

Même si nos échantillons ne dépassent pas les 100 individus, nous nous sommes autorisée à calculer des pourcentages afin de permettre une analyse par tranche d'âge. La population des 12 personnes âgées de plus de 75 ans semble néanmoins apporter un certain déséquilibre à l'ensemble.

Tableau 18 : Causes de l'augmentation de la fréquence des sorties culturelles des répondants depuis 2019, par tranche d'âge : top 5 et spécificités (n = 241) (Q3.8)

	15-29 ans (n = 93)	30-44 ans (n = 48)	45-59 ans (n = 43)	60-74 ans (n = 45)	75 ans et + (n = 12)
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fréquentation lieux physiques (48%)</li> <li>- Programmation (48%)</li> <li>- Moyens financiers (44%)</li> <li>- Compagnie (41%)</li> <li>- Distance (40%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fréquentation lieux physiques (38%)</li> <li>- Moyens financiers (33%)</li> <li>- Programmation (29%)</li> <li>- Distance (29%)</li> <li>- Temps (prof) (29%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps (fam) (56%)</li> <li>- Fréquentation lieux physiques (49%)</li> <li>- Programmation (40%)</li> <li>- Temps (prof) (29%)</li> <li>- Priorité sorties culturelles (28%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fréquentation lieux physiques (62%)</li> <li>- Temps (fam) (51%)</li> <li>- Programmation (40%)</li> <li>- Temps (prof) (29%)</li> <li>- Priorité sorties culturelles (28%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programmation (75%)</li> <li>- Fréquentation lieux physiques (67%)</li> <li>- Priorité sorties culturelles (58%)</li> <li>- Temps (fam) (50%)</li> <li>- Temps (prof) (42%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> (pic pour cette classe d'âge)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moyens financiers (44%)</li> <li>- Compagnie (41%)</li> <li>- Rencontrer des gens (29%)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temps (fam) (56%)</li> <li>- Télétravail (14%)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programmation (75%)</li> <li>- Fréquentation lieux physiques (67%)</li> <li>- Distance (42%)</li> <li>- Priorité sorties culturelles (58%)</li> <li>- Temps (prof) (42%)</li> <li>- Autre (17%)</li> <li>- Accès (42%)</li> <li>- Accessibilité (25%)</li> </ul>
<b>Nb moyen de causes / personne</b>	<b>3,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,0</b>	<b>3,2</b>	<b>4,5</b>

Cela étant signalé, nous retiendrons que :

- Le plaisir de se rendre physiquement dans un lieu culturel est unanimement partagé par toutes les tranches d'âge de cette population. Il s'agit même de la

première raison invoquée par les moins de 45 ans et les 60-74 ans, la 2<sup>e</sup> raison pour les autres.

- La programmation est également un facteur de motivation important, présent à tout âge, mais qui prédomine chez les plus de 75 ans (1<sup>ère</sup> position) et les 15-29 ans (2<sup>e</sup> position ex-aequo).
- Une grande part des plus de 45 ans déclarent privilégier volontairement les sorties culturelles à d'autres types d'activités (sport, repos...).

D'autres causes sont plus liées aux différentes phases de vie rencontrées par les répondants :

- Les moins de 45 ans déclarent sortir plus car disposer de plus de moyens financiers et habiter plus près des lieux culturels qui les intéressent.
- Les 15-29 ans sont, avec les 60-74 ans, les plus nombreux à vouloir sortir plus fréquemment et rencontrer des gens depuis l'épidémie de COVID-19. Le fait de pouvoir sortir en groupe est également un fort stimulant chez les plus jeunes (4<sup>e</sup> position).
- La charge familiale s'allège pour beaucoup à partir de 45 ans et ce « temps retrouvé » constitue un puissant moteur chez les 45-59 ans pour augmenter la fréquence de leurs sorties culturelles, raison qui se maintient jusqu'à un âge avancé.
- A cela s'ajoute du temps supplémentaire dégagé dans le cadre professionnel pour les plus de 30 ans, parfois en lien avec la pratique du télétravail pour les 45-59 ans.
- Les répondants de plus de 75 ans ont invoqué de très nombreuses raisons au fait de sortir plus ; une amélioration des conditions d'accès et d'accessibilité leur sont néanmoins plus spécifiques.

Enfin, ce sont les personnes les plus jeunes et les plus âgées qui identifient le plus de sources distinctes de motivation à pratiquer plus de sorties culturelles depuis 2019.

L'analyse des réponses « Autre » (24 réponses) force par ailleurs au constat que de nombreuses raisons sont intrinsèques aux personnes et à leur parcours de vie ; rappelle que les politiques culturelles permettent d'agir positivement sur la fréquentation des lieux culturels ; et que la recommandation de proches est très efficace pour atteindre de nouveaux publics.



#### Q3.8 - « Autre »

##### Du parcours de vie

« Avant le covid j'avais 15 ans maintenant j'en ai 20 alors forcément je sors plus. » (Femme, 15-29 ans, Autre canton)

« J'ai un salaire maintenant » (Femme, 15-29 ans, Vaud)

« J'ai plus de motivation pour des sorties culturelles et plus d'intérêt pour cela (j'ai quelques années de plus, je pense que ça joue un rôle) » (Femme, 15-29 ans, Autre canton)

« *J'ai suivi une thérapie qui m'a aidé pour mon anxiété sociale* » (Femme, 15-29 ans, Autre canton)

« *retraite en 2019* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

#### De l'efficacité des politiques culturelles

« *Je profite des offres pour jeunes (-25 ans) (théâtre, musées etc)* » (Femme, 15-29 ans, Lausanne)

« *Il y a à Lausanne beaucoup d'offres culturelles gratuites tout en offrant une qualité exceptionnelle* » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

« *Abobo Valais* » (Femme, 60-74 ans, Autre canton)

#### De l'effet d'entraînement

« *Je suis invitée plus régulièrement à des sorties culturelles* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« *Mon compagnon fai[t] plus de sorties cult[u]relles donc moi aussi un peu. Et je fréquente des nouvelles personnes qui font plus de sorties culturelles.* » (Femme, 30-44 ans, Vaud)

« *J'ai [...] rencontré des gens qui m'ont initié au théâtre* » (Femme, 15-29 ans, Vaud)

#### Du risque de surinterprétation

« *J'apprécie rencontrer des gens mais ce n'est pas l'épidémie [de] Covid-19 qui a été déclencheur* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

Une analyse en composantes principales (ACP) de la modalité « **Augmentation du nombre de sorties = Oui** », réalisée sur le tableau disjonctif complet, permet de mettre en évidence de très nombreuses relations significatives ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Nous retiendrons les suivantes : *est âgé de 15 à 29 ans ; sort fréquemment ; pratique une activité artistique ; est en formation ; va en festival, à des spectacles de danse, en concert, au théâtre ; pratique plus de 9 loisirs différents ; utilise entre 10 et 11 supports différents ; n'est pas un homme ; vient fréquemment sur le site Riponne ; a visité plus de 7 fois les musées du Palais de Rumine cette année ; vit à 4 ou plus...*

A contrario des personnes ayant réduit leur nombre de sorties culturelles, ce groupe possède des caractéristiques démographiques prédominantes. Il s'agit majoritairement de personnes âgées de 15 à 29 ans, plutôt du genre féminin. Elles sont en formation, fréquentent assidûment le site Riponne, utilisent fréquemment de nombreux supports culturels différents et ont effectivement une activité culturelle et artistique importante.

### En conclusion :

Visiter un musée d'art (77%), aller au cinéma (76%) et assister à un concert (67%) sont les trois sorties culturelles plébiscitées par les répondants. Les bibliothèques s'affichent logiquement en bonne place, en priorité pour le travail ou la formation chez les 15-29 ans, puis pour les loisirs chez les plus de 30 ans ; auxquelles s'ajoutent les festivals pour les moins de 45 ans, les visites de monuments pour les 45-59 ans et les musées historiques ou techniques pour les plus de 60 ans.

Là où 90% de la population vaudoise avait participé à au moins une sortie culturelle en 2019 (y compris les bibliothèques) ; les répondants sont 99% en 2024.

Cette population se distingue par un plus grand éclectisme culturel que celui de la population lausannoise et agglomération en 2019 : 69% des répondants ont en effet fréquenté au moins 5 domaines différents sur l'année vs 53% dans l'étude de 2019. Plus les personnes sont jeunes, bien formées, domiciliées proches de Lausanne, de genre féminin et nombreuses au sein de leur foyer, plus elles sont susceptibles de varier leurs pratiques culturelles.

Concernant la fréquence des sorties culturelles, la comparaison des proportions de public très assidu (7 visites ou plus /an) entre la population des répondants et celle de Lausanne et agglomération en 2019 révèle une plus forte fréquentation des bibliothèques parmi les répondants, bien sûr, mais aussi, dans une moindre mesure, des musées et des cinémas.

Si les 2/3 (65,9%) des répondants affirment n'avoir rien changé à leurs habitudes concernant leurs sorties culturelles depuis 2019, plus d'1 personne sur 5 (21,3%,  $n = 400$ ) déclare avoir réduit sa fréquentation des lieux ou événements culturels. Parmi elles, plus de la moitié privilégie d'autres types d'activités et 38% estiment ne pas avoir l'énergie suffisante pour participer à des sorties culturelles. Outre les obstacles que constituent le manque de temps, de moyens financiers ou d'accessibilité, certain-e-s sont freiné-e-s par la programmation culturelle actuelle tandis que d'autres privilégient les offres en ligne telles que la VoD ou le streaming. Enfin, quelques personnes évoquent clairement en commentaire un impact négatif et durable des restrictions sanitaires et l'instauration de nouvelles habitudes difficilement réversibles. Au sein de cette population, intégrant assez uniformément toutes les tranches d'âge, ce sont les 15-29 ans qui ressentent le plus d'obstacles distincts. Aucun lien significatif n'a pu être établi avec l'usage des offres numériques proposées par le site Riponne.

De leur côté, les 12,8% de répondants ayant augmenté leur nombre de sorties culturelles depuis 2019 apprécient se rendre physiquement dans les lieux culturels et sont particulièrement attirés par la programmation actuelle. Outre le fait de disposer de plus de temps ou de moyens financiers, ils privilégient souvent volontairement les sorties culturelles à d'autres activités. Certaines personnes en commentaire signalent les avantages des abonnements et offres gratuites ; d'autres vantent l'effet d'entraînement provoqué par des proches. Ce sont majoritairement des personnes âgées de 15 à 29 ans, pratiquant parfois elles-mêmes une activité artistique.

## 5.6 Informations, loisirs, médias : des phénomènes générationnels

*« Je vous trouve très curieux !*

*A part cela, j'adore les bibliothèques, celle de Rumine je la trouve belle.*

*Peut-être faudrait-il organiser des ateliers concernant les réseaux sociaux.[...] » (Femme, 60-74 ans, Vaud)*

Nous n'avions pas pour objectif de décrire plus largement l'évolution des modes de vie. Certains aspects sont néanmoins très liés aux pratiques culturelles et informationnelles. C'est pourquoi, dans le but de dresser des portraits plus complets et d'appréhender plus finement les comportements, nous avons choisi d'ajouter trois questions à cette partie du questionnaire, portant sur les sources d'informations, les activités de loisirs et le rapport aux médias. Elles nous paraissaient pertinentes dans une société où l'économie de l'attention et le rapport à l'information constituent de vrais enjeux ; et où les bibliothèques doivent trouver leur place.

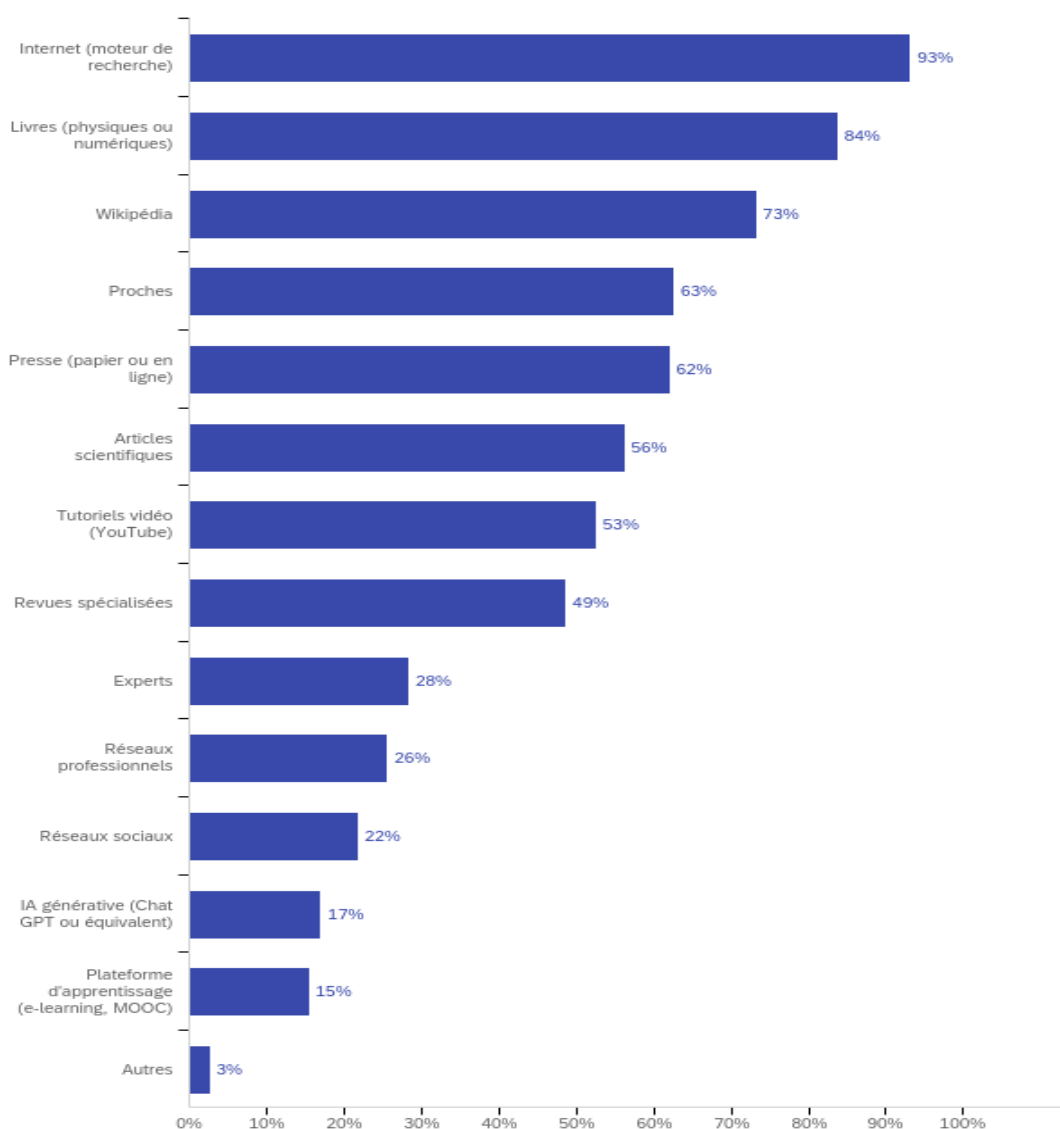
Nous n'entrerons néanmoins pas dans le détail de leur analyse. Nous n'en relèverons que les grandes tendances par tranche d'âge, ces évolutions relevant souvent de phénomènes générationnels. Ces données font en revanche partie intégrante du tableau disjonctif complet utilisé en fin d'analyse pour identifier et caractériser les différents publics du site Riponne.

Enfin, nous craignons que des répondants soient septiques quant au périmètre de nos questions. La personne citée en tête de chapitre est la seule à nous avoir communiqué ce type de remarque. Ces questions, ainsi que la plupart, étaient par ailleurs facultatives.

### 5.6.1 Les sources d'information

Q3.12 : « De manière générale, comment complétez-vous vos connaissances sur un sujet qui vous intéresse ? »

Figure 91 : Sources d'information des répondants pour compléter leurs connaissances ( $n = 1\,898$ ) (Q3.12)



De la même façon que précédemment, nous avons cherché à identifier les caractéristiques de chaque classe d'âge : ce qu'elle pratique majoritairement et ce qu'elle pratique plus spécifiquement.



Tableau 19 : Sources d'information des répondants pour compléter leurs connaissances, par tranche d'âge : top 5 et spécificités (n = 1 898) (Q3.12)

	15-29 ans	30-44 ans	45-59 ans	60-74 ans	75 ans et +
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (95%)</li> <li>- Livres (77%)</li> <li>- Wikipédia (76%)</li> <li>- Tutoriels vidéo (74%)</li> <li>- Proches (70%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (94%)</li> <li>- Livres (90%)</li> <li>- Wikipédia (77%)</li> <li>- Proches (66%)</li> <li>- Articles scientifiques (65%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (94%)</li> <li>- Livres (87%)</li> <li>- Wikipédia (70%)</li> <li>- Presse (69%)</li> <li>- Proches (64%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (91%)</li> <li>- Livres (84%)</li> <li>- Wikipédia (71%)</li> <li>- Presse (67%)</li> <li>- Proches (59%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (94%)</li> <li>- Livres (81%)</li> <li>- Wikipédia (76%)</li> <li>- Presse (62%)</li> <li>- Proches (51%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> (pic pour cette classe d'âge)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet (95%)</li> <li>- Proches (70%)</li> <li>- Articles scientifiques (67%)</li> <li>- Tutoriels vidéo (74%)</li> <li>- Réseaux sociaux (39%)</li> <li>- IA générative (32%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (90%)</li> <li>- Wikipédia (77%)</li> <li>- Plateformes d'apprentissage (24%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presse (69%)</li> <li>- Revues spécialisées (53%)</li> <li>- Experts (36%)</li> <li>- Réseaux pro (40%)</li> </ul>		
<b>Nb moyen d'activités</b> / personne	<b>6,7</b>	<b>7,1</b>	<b>6,8</b>	<b>5,8</b>	<b>5,4</b>

En résumé, et d'un point de vue général :

- Internet et Wikipédia sont unanimement et très fortement sollicités par les répondants pour compléter leurs connaissances, toutes tranches d'âge confondues.
- Les livres (physiques ou numériques) sont également très utilisés. Ils arrivent systématiquement en 2<sup>e</sup> position après internet. Nous relevons néanmoins un décrochage sensible de leur usage chez les 15-29 ans.
- La presse, citée en référence par les plus de 45 ans, plonge quant à elle dès la tranche d'âge des 30-44 ans.
- Les proches sont souvent mis à contribution pour fournir de l'information, et ceci d'autant plus que les répondants sont jeunes.
- Nous remarquons une présence relativement élevée de la consultation d'articles scientifiques, chez les moins de 45 ans et se maintenant avec l'âge, témoignant d'une population au profil souvent académique.
- Les réseaux professionnels, les experts et les plateformes d'apprentissage sont quant à eux sollicités par les 30-59 ans, plus fréquemment par les 30-44 ans pour les plateformes et par les 45-59 ans pour les réseaux professionnels et d'experts.

Le phénomène le plus remarquable est l'émergence de trois nouvelles sources d'information chez les 15-29 ans :

- Les tutoriels vidéo, propulsés en 4<sup>e</sup> position
- Les réseaux sociaux et l'IA générative, dans une moindre mesure certes, mais devançant tout de même les réseaux d'experts, de professionnels ou encore les plateformes d'apprentissage pour cette tranche d'âge.

L'observation des courbes met en outre en évidence que les tranches d'âge supérieures s'approprient elles aussi graduellement ces nouveaux outils.

Enfin, nous relevons que les moins de 60 ans sont ceux qui diversifient le plus leurs sources d'information, avec un pic chez les 30-44 ans. Les 15-29 ans semblent néanmoins réduire la fréquence de leur recours à certaines ressources (livres, presse, revues spécialisées) par rapport aux personnes plus âgées

L'analyse des réponses « Autre » (36 réponses) met en évidence l'absence des choix : « Podcast » (11), « Radio » (7) et « Films documentaires » (télévision, émissions thématiques, chaînes documentaires) (4), ainsi que ceux de la formation continue et des cours dispensés par l'Université Populaire de Lausanne ou l'Université des Seniors (Connaissance 3) par exemple (5). Nous partageons volontiers ces autres réponses qui témoignent de la diversité des sources d'information utilisées :



Q3.12 - « Autre »

- « *Encyclopédie Universalis* » (Homme, 45-59 ans, Vaud)
- « *Expérimentation (par exemple, calcul temps/distance en vélo)* » (Autre, 30-44 ans, Lausanne)
- « *Médias alternatifs [...]* » (Homme, 45-59 ans, Vaud)
- « *Vidéos de vulgarisation par des experts* » (Femme, 30-44 ans, Vaud)
- « *YouTube* » (Homme, 75 ans et plus, Lausanne)
- « *Podcasts sur Spotify* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)
- « *Duolingo espagnol et anglais* » (Homme, 60-74 ans, Vaud)
- « *IA n'est pas connaissance !* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

## 5.6.2 Les loisirs

Q3.13 : « Au cours des 12 derniers mois, quelles activités de loisirs avez-vous pratiquées ? »

Figure 92 : Activités de loisirs pratiquées par les répondants au cours des 12 derniers mois ( $n = 1\,896$ ) (Q3.13)

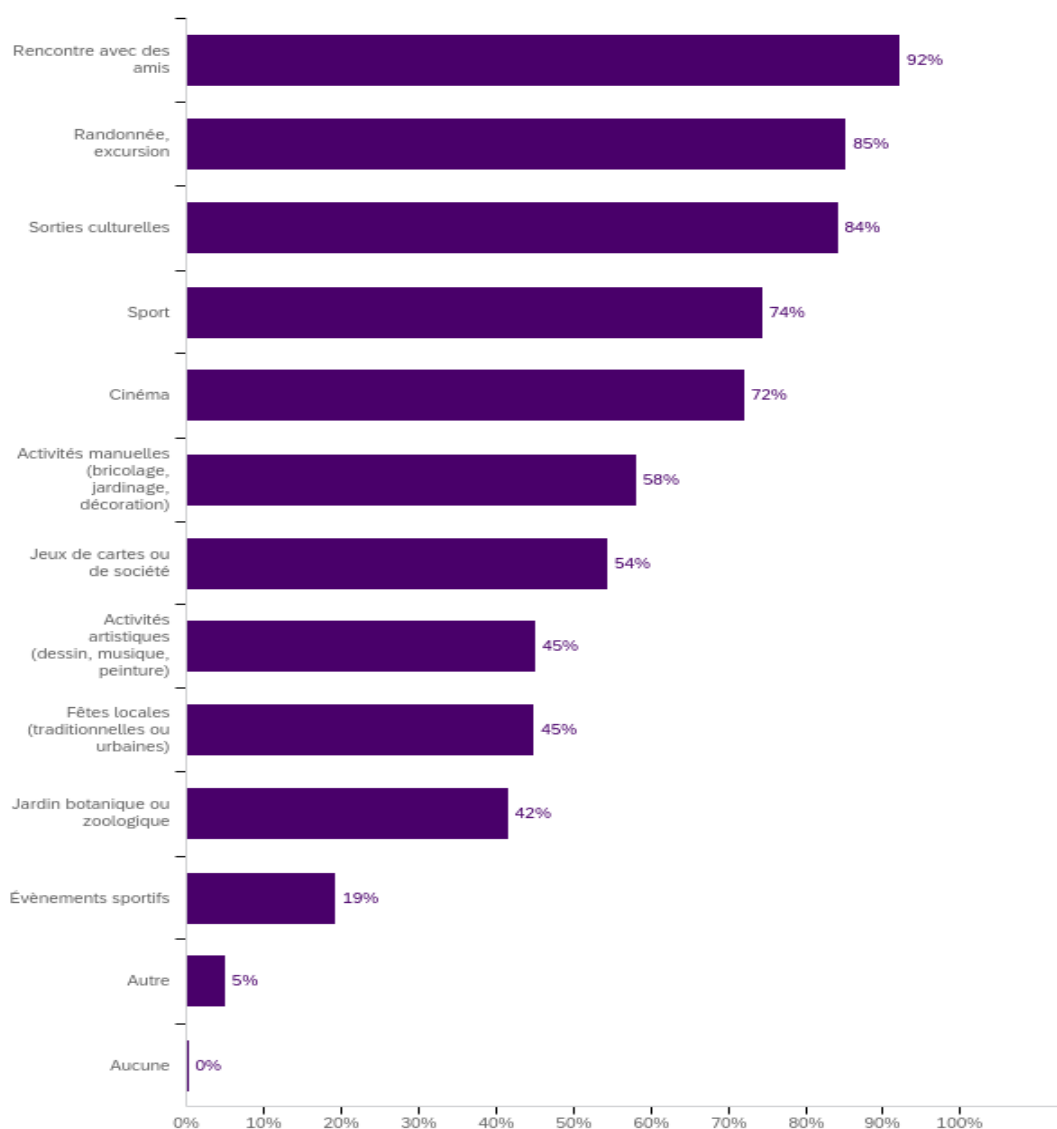


Tableau 20 : Activités de loisirs pratiquées par les répondants au cours des 12 derniers mois, par tranche d'âge : top 5 et spécificités (n = 1 896) (Q3.13)

	15-29 ans	30-44 ans	45-59 ans	60-74 ans	75 ans et +
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (94%)</li> <li>- Excursion (84%)</li> <li>- Sortie culturelle (83%)</li> <li>- Jeux cartes/société (82%)</li> <li>- Cinéma (81%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (94%)</li> <li>- Excursion (90%)</li> <li>- Sortie culturelle (86%)</li> <li>- Sport (78%)</li> <li>- Jeux de cartes/société + Cinéma (73%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (93%)</li> <li>- Excursion (89%)</li> <li>- Sortie culturelle (87%)</li> <li>- Sport (78%)</li> <li>- Cinéma (76%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (91%)</li> <li>- Excursion (88%)</li> <li>- Sortie culturelle (85%)</li> <li>- Sport (73%)</li> <li>- Cinéma (67%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (88%)</li> <li>- Sortie culturelle (75%)</li> <li>- Excursion (66%)</li> <li>- Cinéma (60%)</li> <li>- Sport (58%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> (pic pour cette classe d'âge)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (94%)</li> <li>- Jeux cartes/société (82%)</li> <li>- Cinéma (81%)</li> <li>- Sport (79%)</li> <li>- Activité artistique (69%)</li> <li>- Evènement sportif (34%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre (94%)</li> <li>- Excursion (90%)</li> <li>- Fêtes locales (58%)</li> <li>- Jardin botanique/zoo (50%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sortie culturelle (87%)</li> <li>- Activité manuelle (64%)</li> </ul>		
<b>Nb moyen d'activités</b> / personne	<b>7,6</b>	<b>7,4</b>	<b>7,0</b>	<b>6,3</b>	<b>5,2</b>

En résumé, et d'un point de vue général :

- Le top 3 des activités de loisirs pratiquées par les répondants est homogène sur toutes les tranches d'âge : Rencontre > Excursion > Sortie culturelle se partagent le podium de tête, avec une inversion de place pour les 75 ans et + entre les sorties culturelles et les excursions.
- De même, le cinéma est présent dans le top 5 pour toutes les tranches d'âge, en 5<sup>e</sup> position, hormis pour les 75 ans et + où il supplante la pratique du sport.
- Le sport est le 4<sup>e</sup> loisir pratiqué par les 30-74 ans, le 5<sup>e</sup> pour les 75 ans et +. Il n'est pas présent dans le top 5 des 15-29 ans, bien qu'il soit proportionnellement plus pratiqué par ces derniers (79%). Cela vient du fait que les plus jeunes pratiquent de très nombreuses activités de loisirs et à une large proportion d'entre eux.
- Les jeux de cartes ou de société ont quant à eux un très grand succès chez les 15-44 ans, ce qui les distingue très nettement des plus de 45 ans.
- Deux autres activités de loisirs sont très spécifiques des plus jeunes et chutent nettement avec l'âge : il s'agit de la pratique d'une activité artistique et la participation à des événements sportifs.
- Un dernier constat concerne le nombre moyen de loisirs pratiqués par personne : il se réduit de façon très sensible avec l'âge, passant de 7,6 à 5,2.

Nous pouvons conclure à une certaine constance dans les loisirs pratiqués par la population de répondants, trouvant un équilibre entre les relations sociales, le grand air, la culture et le sport. Nous remarquons par ailleurs une pratique assidue des jeux de cartes et de société chez les moins de 45 ans, ainsi qu'une pratique d'activités artistiques (dessin, musique peinture) plus fréquente chez les plus jeunes.

La comparaison avec les données 2019 de l'OFS sur les activités de loisirs révèle des écarts importants entre notre échantillon de répondants et la population vaudoise (État de Vaud 2021, p. 24; Canton de Vaud - DFA, 2020c) :

Tableau 21 : Activités de loisirs des répondants vs Vaud 2019 ( $n = 1\,896$ ) (Q3.13)

	Vaud 2019	Echantillon site Riponne 2024	Écart 2024 vs 2019
Rencontrer des amis	97%	92%	-5%
Faire une randonnée, pique-nique, excursion	96%	85%	-11%
Sport, exercice, fitness	86%	74%	-12%
Ouvrages manuels, bricolage	72%	58%	-14%
Jeux de cartes ou de société	74%	54%	-20%
Grandes fêtes urbaines	35%	45%	> -30%
Fêtes de village, de quartier, de sociétés	75%		
Grandes fêtes traditionnelles	74%		
Jardin botanique	51%	42%	> -9%
Zoo	47%		
Jeux vidéo ou électroniques	56%	29%	-27%
Événements sportifs	44%	19%	-25%

En effet, les résultats obtenus dans le cadre de notre enquête sont inférieurs, voire très inférieurs aux données 2019 sur la population vaudoise. Ces différences peuvent avoir plusieurs origines, cumulatives : soit la population interrogée pratique de fait moins d'activités de loisirs que la majeure partie de la population vaudoise, dont elle n'est pas représentative ; soit le niveau de pratique des activités de loisirs a globalement baissé au sein de la population. Concernant les fêtes locales, l'année 2019 a vu la tenue de la Fête des Vignerons à Vevey, grande fête traditionnelle qui n'a lieu qu'une fois par génération et qui a certainement biaisé cette donnée par son succès populaire (Confrérie des Vignerons 2019). Comme nous l'avons constaté précédemment [Tableau 20], les activités avec les plus gros écarts (jeux de cartes ou de société, jeux vidéo et événements sportifs) sont pratiquées majoritairement par les plus jeunes. Notre échantillon caractérise certainement une population plus âgée en moyenne. Le reste des écarts n'est pas explicable dans le cadre de notre étude.

Enfin, la formulation de notre question, ainsi que les choix proposés, ont pour référence, sous forme simplifiée, une question posée par l'OFS lors de ses études statistiques régulières portant sur les pratiques culturelles en Suisse (OFS, 2020, p.10) ; elle-même reprise sur Vaud par O. Moeschler en 2019 et par le SERAC en 2021. L'analyse des réponses « Autre » (69 réponses) montre néanmoins que tous les répondants ne trouvent pas toujours un choix approprié. En voici quelques exemples :



Q3.13 - « Autre »

« Lire des livres empruntés à la BCU, quelle question ! Ah, et les jeux vidéo, aussi. » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« se reposer dans des bains thermaux » (Autre, 30-44 ans, Lausanne)

« Escape Game, parcs attractions » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« *Cuisiner* » (Homme, 45-59 ans, Vaud)

« *petits-enfants et voyage* » (Homme, 60-74 ans, Lausanne)

« *Observation des [oiseaux, photographie]* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *Apprendre une langue* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« *faire de la moto, sortie quotidienne avec mon chien* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« *jeu de rôle et festival Ludesco* » (Homme, 30-44 ans, Vaud)

« *Couture, crochet, tricot, Diamond painting, ca[n]evas* » (Femme, 30-44 ans, Autre canton)

« *Ecrire* » (Homme, plus de 75 ans, Vaud)

« *arbitrer des tournois d'échecs* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

« *Danser* » (Femme, 30-44 ans, Vaud)

« *Acquérir de nouvelles connaissances hors de mes champs d'expertise* » (Homme, 30-44 ans, Autre canton)

« *je compose des chansons à la guitare et les chante* » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

### 5.6.3 Les médias

Q3.14 : « Au cours des 12 derniers mois, quels médias avez-vous utilisés pour vos loisirs ? »

Figure 93 : Médias utilisés pour les loisirs par les répondants au cours des 12 derniers mois ( $n = 1\,895$ )  
(Q3.14)

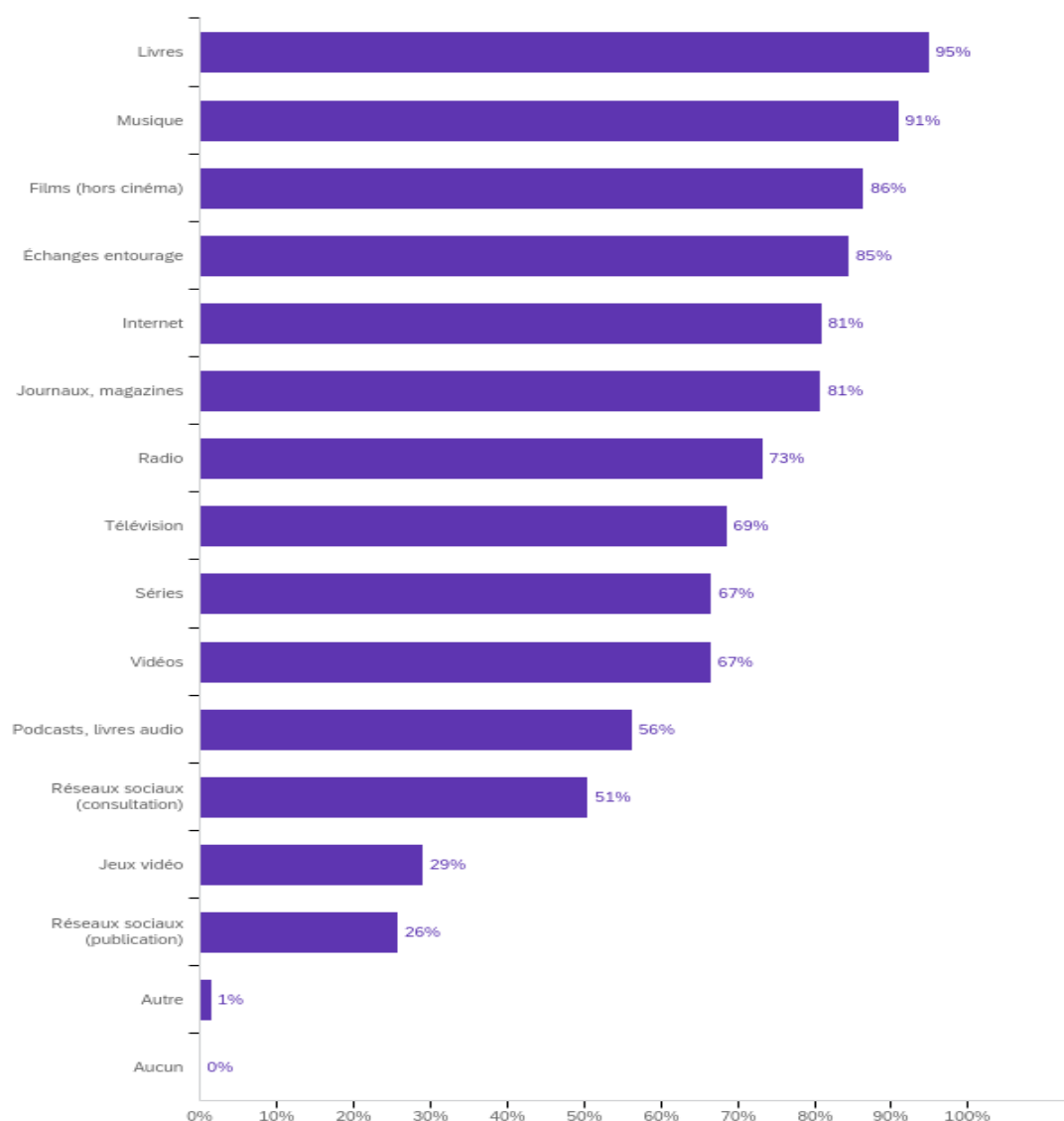


Tableau 22 : Médias utilisés pour les loisirs par les répondants au cours des 12 derniers mois, par tranche d'âge : top 5 et spécificités (n = 1 895) (Q3.14)

	15-29 ans	30-44 ans	45-59 ans	60-74 ans	75 ans et +
<b>Top 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musique (98%)</li> <li>- Film (93%)</li> <li>- Vidéos (93%)</li> <li>- Entourage (92%)</li> <li>- Livres (89%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (96%)</li> <li>- Entourage (94%)</li> <li>- Musique + Film (92%)</li> <li>- Internet (87%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (97%)</li> <li>- Musique (92%)</li> <li>- Film (91%)</li> <li>- Journal /mag. (87%)</li> <li>- Entourage (84%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (97%)</li> <li>- Journal /mag. (90%)</li> <li>- Musique (88%)</li> <li>- Film (81%)</li> <li>- Radio (80%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (94%)</li> <li>- Journal /mag. (91%)</li> <li>- Musique (83%)</li> <li>- Télévision (80%)</li> <li>- Radio (77%)</li> </ul>
<b>Spécificités</b> (pic pour cette classe d'âge)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musique (98%)</li> <li>- Film (93%)</li> <li>- Vidéos (93%)</li> <li>- Séries (85%)</li> <li>- Réseaux sociaux (consultation) (83%)</li> <li>- Jeux vidéo (63%)</li> <li>- Réseaux sociaux (publication) (39%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entourage (94%)</li> <li>- Internet (87%)</li> <li>- Podcast /livres audio (76%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (97%)</li> <li>- Radio (83%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Livres (97%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Journal /mag (91%)</li> <li>- Télévision (80%)</li> </ul>
<b>Nb moyen de médias / personne</b>	<b>10,5</b>	<b>10,5</b>	<b>9,8</b>	<b>8,8</b>	<b>7,7</b>

En résumé, et d'un point de vue général :

- Interrogeant une population d'utilisateurs-ères de bibliothèques, « Lire des livres » (pour les loisirs) arrive assez logiquement en première position pour toutes les tranches d'âge, hormis pour les 15-29 ans (5<sup>e</sup> position).
- Ecouter de la musique est également une pratique partagée par un taux élevé de l'ensemble des répondants. Elle est même la première activité pratiquée par les 15-29 ans.
- Les échanges avec l'entourage, par mail, téléphone ou applications de type whatsapp, sont au cœur des activités des 15-59 ans, puis décroissent lentement.

Les pratiques varient ensuite beaucoup en fonction de l'âge :

- Regarder des films est une activité très pratiquée, qui diminue lentement avec l'âge, au profit de la télévision. Le point de bascule est entre les deux pratiques se situe sur la tranche d'âge 60-74 ans, où la consommation de films et celle de télévision sont égales. A cela s'ajoute une consommation maximale de vidéos et de séries pour les 15-29 ans.
- Ecouter la radio fait partie du top 5 des activités des plus de 60 ans et les 45-59 ans en sont même les plus grands consommateurs. Le point de bascule entre l'écoute de la radio et les celle des « Podcasts et livres audio » se situe sur la tranche d'âge des 30-44 ans, où les deux activités sont également pratiquées.
- La lecture de journaux et de magazines est très prisée des plus de 45 ans et même la deuxième activité pratiquée par les plus de 60 ans. Elle est supplantée par la consultation d'internet par les moins de 45 ans, ainsi que par la consultation des réseaux sociaux par les 15-29 ans. Les 15-29 ans consultent en outre à niveau égal internet et les réseaux sociaux.



- Enfin jouer aux jeux vidéo est une activité très spécifique des 15-29 ans, pratiquée également par les 30-44 ans ; tandis que la publication sur les réseaux sociaux concerne plus majoritairement les moins de 44 ans.
- De nouveau, le nombre de médias différents utilisés par les répondants pour leurs loisirs diminue avec l'âge.

Le phénomène le plus marquant ici est l'émergence de nouvelles pratiques chez les moins de 45 ans (vidéos, séries, réseaux sociaux, podcats/livres audio, jeux vidéo), qui viennent s'ajouter à celles traditionnellement pratiquées par les plus de 45 ans (radio, journaux/magazines, télévision), sans pour autant les remplacer complètement.

L'analyse des réponses « Autre » montre des rapports très différents aux médias utilisés dans le cadre des loisirs, entre mise à distance et appropriation :



Q3.14 - « Autre »

« *Aucun media, juste déconnecter* » (Homme, 45-59 ans, Lausanne)

« *Pêcher en VR en Corée du sud, sauter en parachute en VR...* » (Femme, 60-74 ans, Autre canton)

« *écouter les médias alternatifs qui informent plus honnêtement (Covid!!!!)* » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« *Tout est travail, donc difficile de différencier loisir et travail. Un véritable loisir serait de ne plus réfléchir* » (Homme, 45-59 ans, Autre canton)

« *Ecrire [des] lettres manuscrites à des ami-e-s* » (Femme, 30-44 ans, Lausanne)

### En conclusion :

L'étude du rapport à l'information, aux loisirs et aux médias est surtout révélatrice de phénomènes générationnels et met en évidence l'émergence de nouvelles tendances fortes chez les plus jeunes.

Concernant les sources d'information utilisées pour compléter leurs connaissances, la démarche principale est très homogène sur l'ensemble des répondants : 93% déclarent solliciter les moteurs de recherche, 84% s'en référer aux livres et 73% consulter Wikipédia. Nous observons néanmoins un net décrochage du recours aux livres (physiques ou numériques) chez les 15-29 ans (77%), ainsi que de la presse (papier ou en ligne) et des revues spécialisées chez les moins de 45 ans. En parallèle, trois outils émergent de façon très remarquable chez les plus jeunes, mais conquièrent également graduellement les autres tranches d'âge : il s'agit des tutoriels vidéo (type YouTube) propulsés en 4<sup>e</sup> position des sources d'information des 15-29 ans (74%), des réseaux sociaux (39%) et de l'IA générative (type Chat GPT), nouvelle technologie adoptée par déjà près d'1/3 de cette tranche d'âge (32%). Ce sont les 30-44 ans qui diversifient le plus leurs sources d'information (7,1 en moyenne). Les 15-29 ans semblent substituer certaines ressources à d'autres.

Les principaux loisirs pratiqués démontrent un équilibre stable sur toutes les tranches d'âge entre les relations sociales, le plein air, la culture et le sport. Ainsi les répondants sont 92% à se retrouver entre ami-e-s sur leur temps libre, 85% effectuent des excursions, 84% participent à des sorties culturelles et 74% font du sport. La pratique des jeux de cartes ou de société est quant à elle beaucoup plus présente chez les moins de 45 ans, devançant même le sport pour les 15/29 ans (82%, 4<sup>e</sup> position). Il s'agit là du phénomène le plus remarquable. Les 15-29 ans sont aussi nettement plus nombreux à pratiquer une activité artistique (69%) et à assister à des événements sportifs (34%). Le nombre de loisirs distincts pratiqués diminuent avec l'âge, passant de 7,6 à 5,2.

L'utilisation des médias pour les loisirs est quant à elle beaucoup moins homogène en fonction des tranches d'âge. Si lire des livres (95%) et écouter de la musique (91%) sont les activités les plus fréquemment pratiquées par l'ensemble des répondants, par ailleurs usagers-ères d'une bibliothèque, la lecture n'arrive toutefois qu'en 5<sup>e</sup> position chez les 15-29 ans, bien que restant à un niveau élevé (89%). Nous constatons en effet une multiplication des médias utilisés pour les loisirs par les moins de 45 ans (10,5), qui s'approprient fortement de nouvelles pratiques telles que le visionnage de vidéos (93% des 15-29 ans), de séries (85%), l'usage des réseaux sociaux (consultation (83%) et publication (39%)), l'écoute de podcasts ou de livres audios (67%) et la pratique des jeux vidéo (63%) ; sans pour autant abandonner complètement les médias traditionnellement utilisés par les personnes plus âgées, telles que la radio, la télévision et les journaux/magazines, qu'ils consultent encore pour la moitié d'entre eux.

Enfin le signal est extrêmement faible au sein de notre échantillon (1/1'900) mais nous l'avons néanmoins capté à la lecture de certains commentaires. Il s'agit d'une forme de défiance envers les médias traditionnels au profit de médias dits alternatifs aux théories possiblement complotistes. Il est très important que cette population reste usagère des bibliothèques afin qu'elle puisse librement en exploiter les ressources, historiques, patrimoniales ou scientifiques, et y trouver de façon complémentaire des éléments de réponses à leurs interrogations.

## 5.7 Typologie des publics résultante

A ce stade de l'étude des résultats, et après avoir décrit et comparé les pratiques des usagers-ères sur un certain nombre d'aspects, nous pourrions nous arrêter là.

Sauf que nous n'avons toujours pas fait de liens entre les différents domaines interrogés.

Comment comprendre les relations entre la fréquentation de la bibliothèque, l'usage de ses ressources numériques et la participation à des sorties culturelles, chez les répondants ?

Nous souhaitons poursuivre nos investigations.

### 5.7.1 Retour sur les données sociodémographiques

Dans ce but, nous avons tout d'abord défini trois indicateurs nous apparaissant suffisamment représentatifs de chacune de ces trois pratiques :

- Le nombre de visites annuel du site Riponne de chaque répondant
- Le nombre de connexions annuel aux offres numériques de chaque répondant
- Le nombre de sorties culturelles annuel de chaque répondant

Pour cela, nous avons traduit la fréquence d'usage déclarée aux questions (Q1.3, Q2.5 et Q3.10), en un nombre total de visites, utilisations ou sorties sur une année complète (plusieurs fois /sem = 104, 1 fois/sem = 52, souvent = 52, 1 fois /mois = 12, 2-3 fois/mois = 30, quelques fois = 6, 1-3 fois/an = 1, 4-6 fois/an = 4, plus de 7 fois /an = 7). Nous avons en outre additionné les usages ainsi annualisés des différentes offres numériques, de même que ceux des différents lieux et événements culturels. Ces indicateurs sont donc « indicatifs », en ce sens qu'ils résultent d'approximations et ne correspondant pas à des valeurs réelles mesurées.

Nous avons ensuite croisé ces trois indicateurs avec les données sociodémographiques collectées, à savoir : le genre, l'âge, le domicile, la formation, le statut professionnel et la composition du ménage, en calculant une moyenne par individu, puis un écart à cette moyenne. Nous avons exclu les non-réponses éventuelles.

Un graphique des écarts à la moyenne est ainsi proposé pour chaque critère sociodémographique.

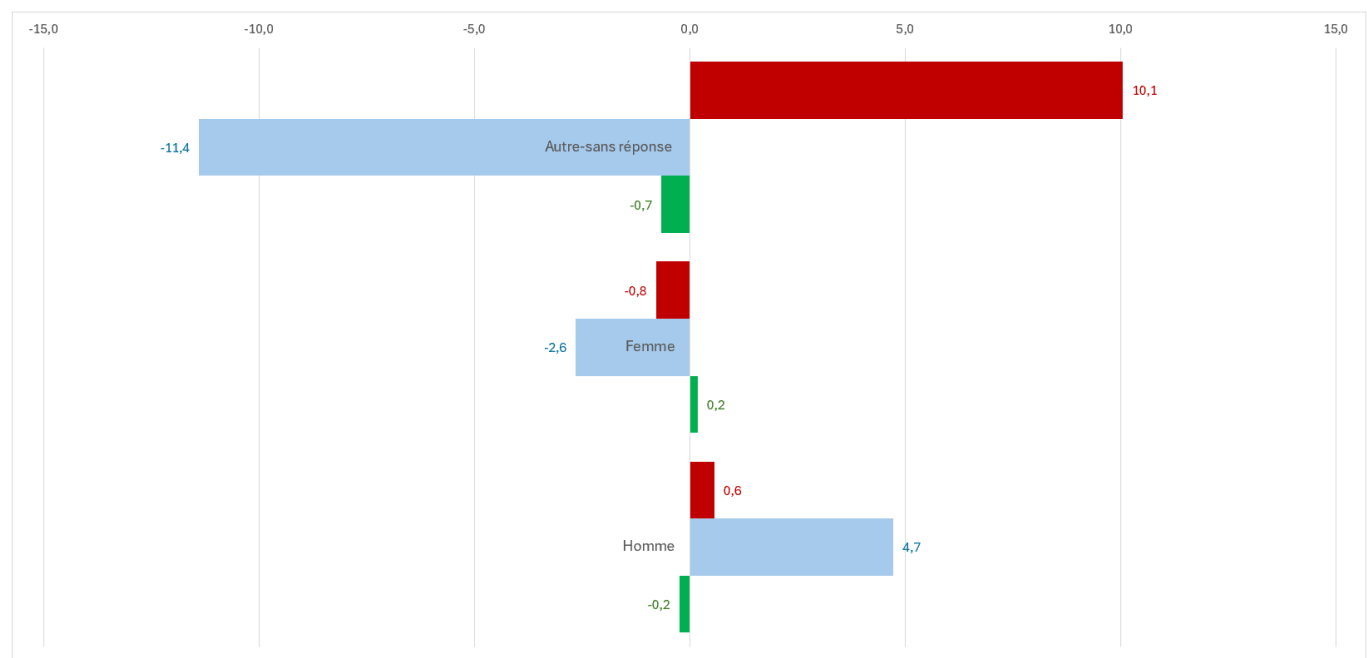
#### 5.7.1.1 Genre

Tout d'abord, nous pouvons constater qu'en moyenne sur l'ensemble des répondants, nous évaluons un nombre annuel moyen de visites du site Riponne à 13,5, de connexions aux ressources numériques à 20 et de sorties culturelles à 13,9 [Figure 94].

La répartition selon le genre déclaré révèle ensuite des écarts de pratique.

Figure 94 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par genre ( $n = 1\,900$ )

Genre	Répondants	Fréquentation du site Riponne			Usage des ressources numériques			Participation aux sorties culturelles		
		Visites	Visites /usager	Différence à la moyenne	Connexions	Connexions /usager	Différence à la moyenne	Sorties cult.	Sorties cult. /participants	Différence à la moyenne
Autre-sans réponse	45	1061	23,6	10,1	387	8,6	-11,4	594	13,2	-0,7
Femme	1120	14269	12,7	-0,8	19423	17,3	-2,6	15729	14,0	0,2
Homme	735	10361	14,1	0,6	18168	24,7	4,7	10010	13,6	-0,2
<b>Total général</b>	<b>1900</b>	<b>25691</b>	<b>13,5</b>		<b>37978</b>	<b>20,0</b>		<b>26333</b>	<b>13,9</b>	



Le graphique ci-dessus montre les écarts à la moyenne des différentes catégories de répondants. Les histogrammes allant vers la gauche (valeurs négatives) démontrent une pratique moins fréquente que la moyenne des répondants. A l'inverse, un histogramme allant vers la droite (valeurs positives) témoigne d'une pratique plus assidue.

Ainsi nous constatons qu'en moyenne les hommes font un peu moins de sorties culturelles que les femmes (en vert). En revanche, ils fréquentent plus régulièrement le site Riponne (en rouge) et sont nettement plus utilisateurs des offres numériques (en bleu).

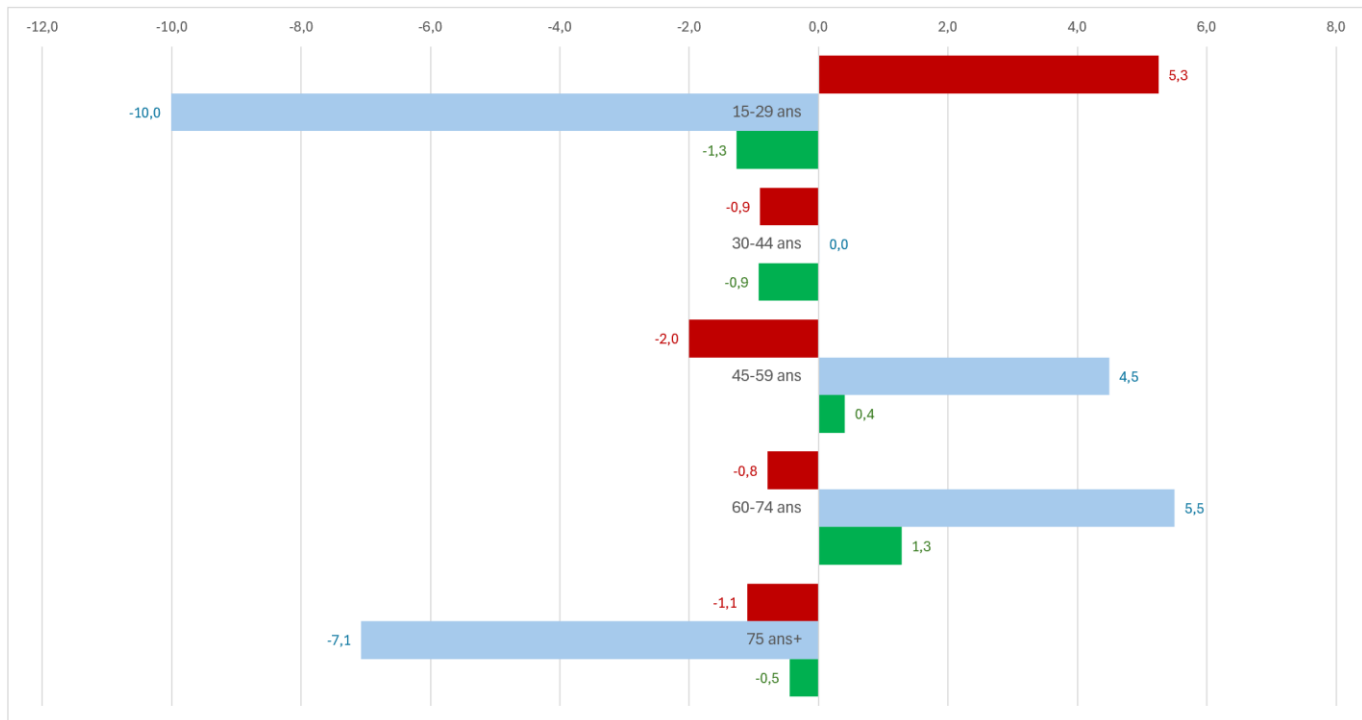
Nous n'interpréterons pas la catégorie « Autre-sans réponse » ; d'un effectif trop restreint elle offre une trop grande variabilité.

### 5.7.1.2 Classe d'âge

Nous réitérons cette analyse par classe d'âge.

Figure 95 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par classe d'âge ( $n = 1\,895$ )

Classe d'âge	Répondants	Fréquentation du site Riponne			Usage des ressources numériques			Participation aux sorties culturelles		
		Visites	Visites /usager	Différence à la moyenne	Connexions	Connexions /usager	Différence à la moyenne	Sorties cult.	Sorties cult. /participants	Différence à la moyenne
15-29 ans	359	6708	18,7	5,3	3577	10,0	-10,0	4518	12,6	-1,3
30-44 ans	345	4322	12,5	-0,9	6894	20,0	0,0	4459	12,9	-0,9
45-59 ans	470	5371	11,4	-2,0	11499	24,5	4,5	6701	14,3	0,4
60-74 ans	523	6611	12,6	-0,8	13326	25,5	5,5	7914	15,1	1,3
75 ans+	198	2441	12,3	-1,1	2555	12,9	-7,1	2653	13,4	-0,5
<b>Total général</b>	<b>1895</b>	<b>25453</b>	<b>13,4</b>		<b>37851</b>	<b>20,0</b>		<b>26245</b>	<b>13,8</b>	



Les profils d'usage sont très différents selon l'âge des répondants.

- Les 15-29 ans sont de loin les usagers-ères qui fréquentent le plus assidûment le site Riponne. En parallèle, ils utilisent très peu souvent les ressources numériques. Ce sont également eux qui font le moins de sorties culturelles.
- Les 30-44 ans ont le profil le plus proche de la moyenne, bien qu'en déficit de visites du site Riponne et de sorties culturelles.
- Les 45-59 ans sont les répondants qui fréquentent le moins fréquemment le site Riponne, tandis qu'ils ont une consommation moyenne des offres numériques soutenue. Ils sortent aussi plus que la moyenne des répondants.
- Les 60-74 ans sont les utilisateurs les plus réguliers des offres numériques mais aussi ceux qui fréquentent les plus souvent les lieux ou les événements culturels.
- Les plus de 75 ans sont en repli dans les trois domaines : avec une fréquence réduite des visites sur le site Riponne, des sorties culturelles et surtout un usage très peu fréquent des offres numériques.

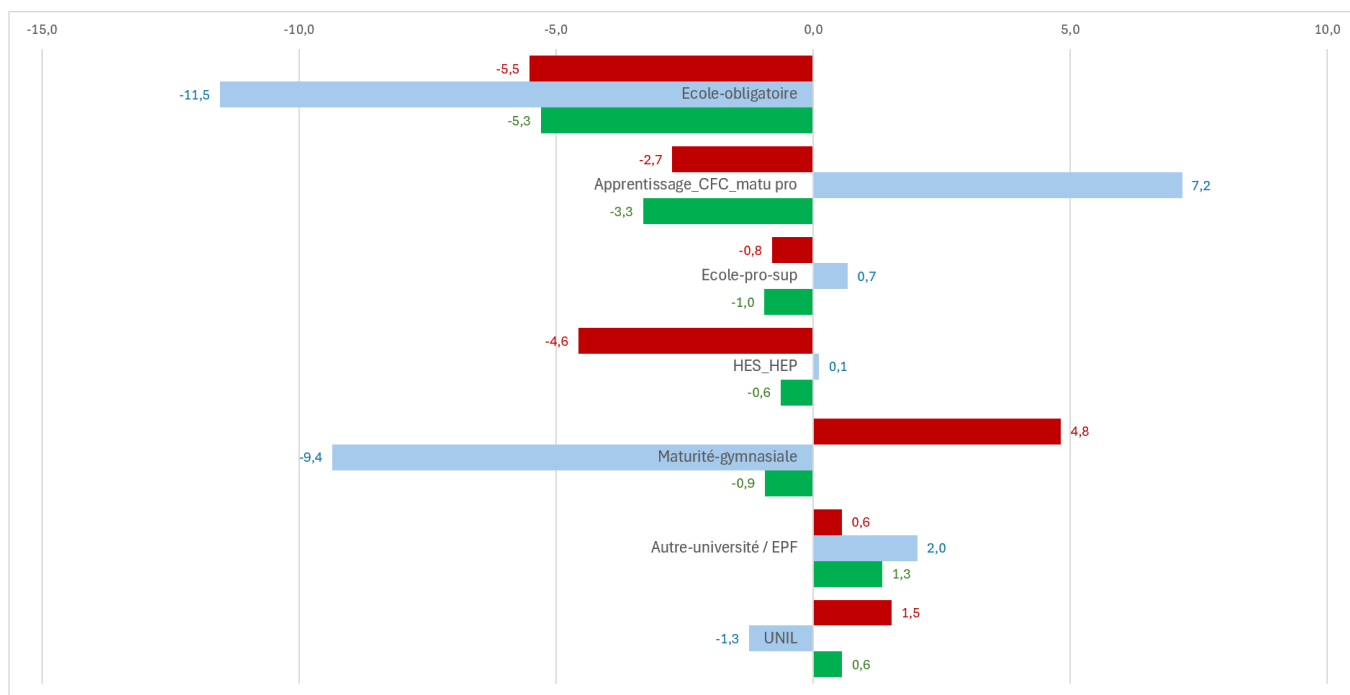
En synthèse, les plus jeunes sont ceux qui fréquentent le plus régulièrement les locaux de la bibliothèque, et les 45-74 ans ceux qui bénéficient le plus souvent des offres numériques, tranche d'âge qui correspond également au maximum de fréquentation des événements et lieux culturels, en repli par la suite.

### 5.7.1.3 Niveau de formation

Nous procédons maintenant à une analyse selon le niveau de formation le plus élevé atteint par les répondants.

Figure 96 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par niveau de formation (n = 1 900)

Formation	Répondants	Fréquentation du site Riponne			Usage des ressources numériques			Participation aux sorties culturelles		
		Visites	Visites /usager	Différence à la moyenne	Connexions	Connexions /usager	Différence à la moyenne	Sorties cult.	Sorties cult. /participants	Différence à la moyenne
Ecole-obligatoire	27	216	8,0	-5,5	228	8,4	-11,5	231	8,6	-5,3
Apprentissage_CFC_matu pro	167	1800	10,8	-2,7	4536	27,2	7,2	1761	10,5	-3,3
Ecole-pro-sup	99	1259	12,7	-0,8	2045	20,7	0,7	1278	12,9	-1,0
HES_HEP	277	2479	8,9	-4,6	5568	20,1	0,1	3663	13,2	-0,6
Maturité-gymnasiale	141	2586	18,3	4,8	1499	10,6	-9,4	1821	12,9	-0,9
Autre-université / EPF	556	7826	14,1	0,6	12241	22,0	2,0	8452	15,2	1,3
UNIL	633	9525	15,0	1,5	11861	18,7	-1,3	9127	14,4	0,6
<b>Total général</b>	<b>1900</b>	<b>25691</b>	<b>13,5</b>		<b>37978</b>	<b>20,0</b>		<b>26333</b>	<b>13,9</b>	



Nous faisons abstraction des personnes ayant terminé l'école obligatoire, trop peu nombreuses.

Les répondants ayant obtenu leur maturité gymnasiale comme diplôme le plus élevé constituent de loin le public le plus régulier du site Riponne. Les étudiant-e-s en Bachelor font partie de cette catégorie et sont effectivement un des publics cibles de la BCUL. Les diplômé-es de l'UNIL et d'autres universités/EPF sont ensuite les usagers-ères les plus assidu-e-s de la bibliothèque.

Les diplômé-e-s d'une HES ou HEP fréquentent en revanche beaucoup moins le site Riponne, suivi-e-s par les apprentis/CFC/maturités professionnelles, ainsi que, dans une moindre mesure, les diplômé-e-s d'une école professionnelle supérieure. La présence dans notre population d'étudiant-e-s de la HEP-Vaud, disposant d'un site BCUL dédié, vient peut-être amplifier cet écart.

Concernant les sorties culturelles, ces résultats corroborent une partie de ceux obtenus précédemment [Chapitre 5.5.2], à savoir que plus les personnes sont diplômées, plus elles fréquentent les lieux ou événements culturels.

Les ressources numériques sont quant à elles largement plébiscitées par les personnes au titre d'un apprentissage, d'un CFC ou d'une maturité professionnelle. Elles sont

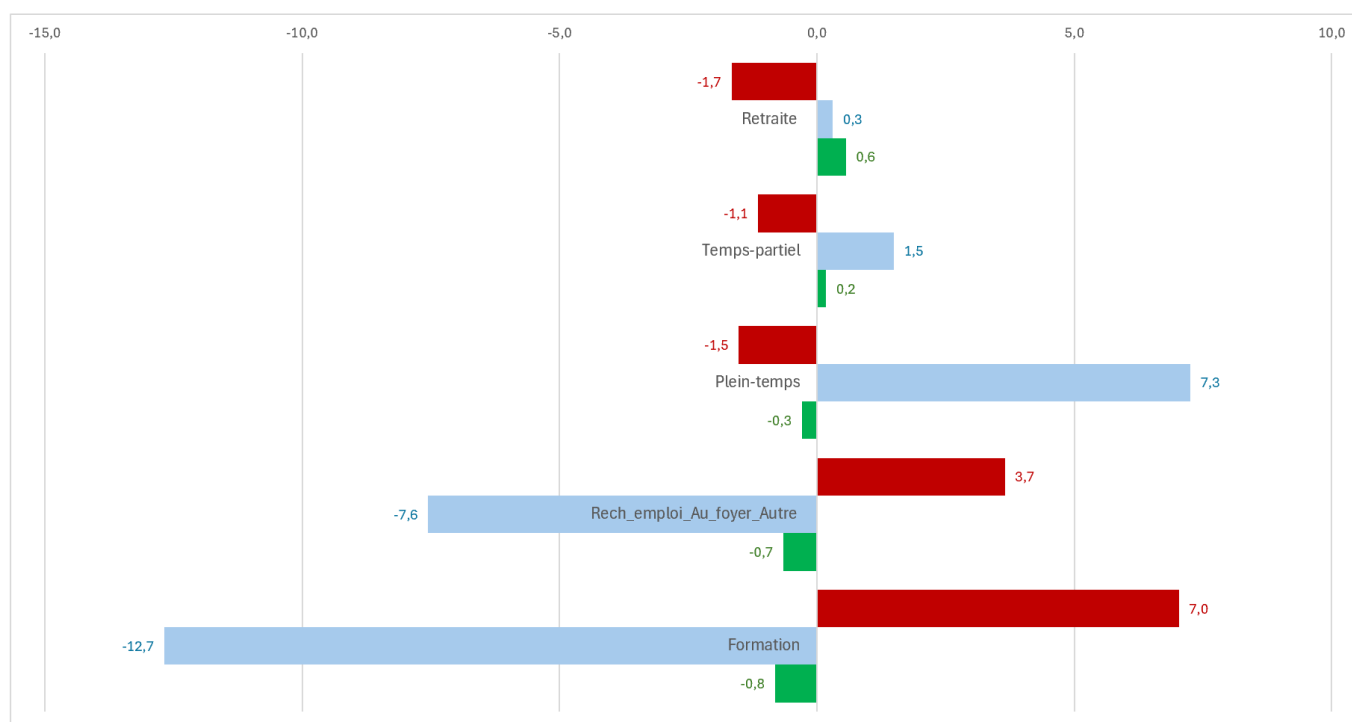
suivies par les diplômé-e-s des EPF et autres universités, puis des écoles professionnelles. Nous constatons à nouveau un décrochage chez les gymnasien-ne-s et diplômé-e-s de l'UNIL, dont une large partie doit être composée des moins de 30-15 déjà identifiés comme peu utilisateurs-trices de ces offres.

#### 5.7.1.4 Statut professionnel

Le critère du statut professionnel vient lever l'ambiguïté sur les personnes diplômées encore en formation ou non, aux comportements très différenciés.

Figure 97 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par statut professionnel ( $n = 1\,895$ )

Statut professionnel	Répondants	Fréquentation du site Riponne			Usage des ressources numériques			Participation aux sorties culturelles		
		Visites	Visites /usager	Différence à la moyenne	Connexions	Connexions /usager	Différence à la moyenne	Sorties cult.	Sorties cult. /participants	Différence à la moyenne
Retraite	571	6772	11,9	-1,7	11590	20,3	0,3	8235	14,4	0,6
Temps-partiel	520	6437	12,4	-1,1	11172	21,5	1,5	7300	14,0	0,2
Plein-temps	433	5197	12,0	-1,5	11797	27,2	7,3	5873	13,6	-0,3
Rech_emploi_Au_foyer_A	131	2250	17,2	3,7	1629	12,4	-7,6	1730	13,2	-0,7
Formation	245	5035	20,6	7,0	1790	7,3	-12,7	3195	13,0	-0,8
<b>Total général</b>	<b>1900</b>	<b>25691</b>	<b>13,5</b>		<b>37978</b>	<b>20,0</b>		<b>26333</b>	<b>13,9</b>	



Ici les profils sont très facilement interprétables.

Les personnes en formation sont de loin celles qui ont le plus souvent besoin de venir sur le site Riponne, suivies des personnes en recherche d'emploi, au foyer ou d'un autre statut. En parallèle, elles n'ont que très peu recours aux offres numériques.

Les personnes salariées à plein temps sont les plus consommatrices des offres numériques, sensiblement plus que les personnes à temps partiel ou retraitées. La lecture numérique semble particulièrement satisfaire cette population, au temps libre réduit.

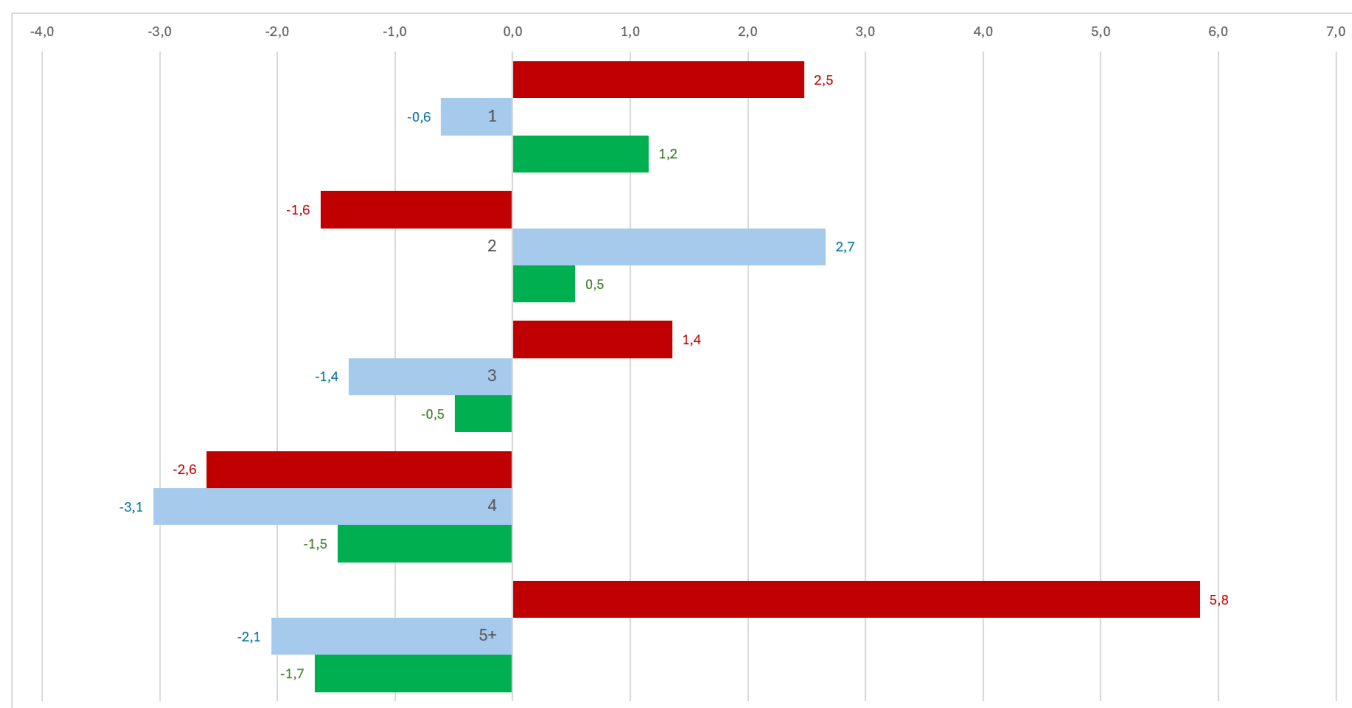
Les personnes retraitées et dans une moindre mesure à temps partiel constituent le public le plus assidu des lieux ou événements culturels.

### 5.7.1.5 Composition du ménage

Nous imaginions ce critère potentiellement révélateur de résultats complémentaires.

Figure 98 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par composition du ménage ( $n = 1\,895$ )

Composition ménage	Répondants	Fréquentation du site Riponne			Usage des ressources numériques			Participation aux sorties culturelles		
		Visites	Visites /usager	Différence à la moyenne	Connexions	Connexions /usager	Différence à la moyenne	Sorties cult.	Sorties cult. /participants	Différence à la moyenne
1	401	6328	15,8	2,5	7761	19,4	-0,6	6032	15,0	1,2
2	724	8447	11,7	-1,6	16379	22,6	2,7	10439	14,4	0,5
3	283	4148	14,7	1,4	5255	18,6	-1,4	3791	13,4	-0,5
4	342	3660	10,7	-2,6	5782	16,9	-3,1	4240	12,4	-1,5
5+	119	2278	19,1	5,8	2131	17,9	-2,1	1452	12,2	-1,7
Total général	1869	24861	13,3		37308	20,0		25954	13,9	



Moins on est nombreux au sein de son foyer, plus on sort. Les sorties culturelles sont majoritairement pratiquées par des personnes vivant seules ou à deux.

Les ressources numériques sont quant à elle nettement privilégiées des personnes vivant à deux.

Pair ou impair ? Les usagers-ères les plus régulier-ères du site Riponne sont majoritairement 5 ou plus, 1 ou 3 au sein de leur ménage. Ce résultat nous laisse quelque peu dubitatif... Sachant que cette population se compose par ailleurs majoritairement des plus jeunes, en formation, nous pouvons les imaginer vivant soit encore au sein de leur famille, soit en colocation, soit en logement étudiant. D'où cette disparité dans la composition des ménages. La fonction de tiers-lieu de la bibliothèque est aussi à considérer : on y trouve de la compagnie quand on est seul-e, et du calme quand on est nombreux.

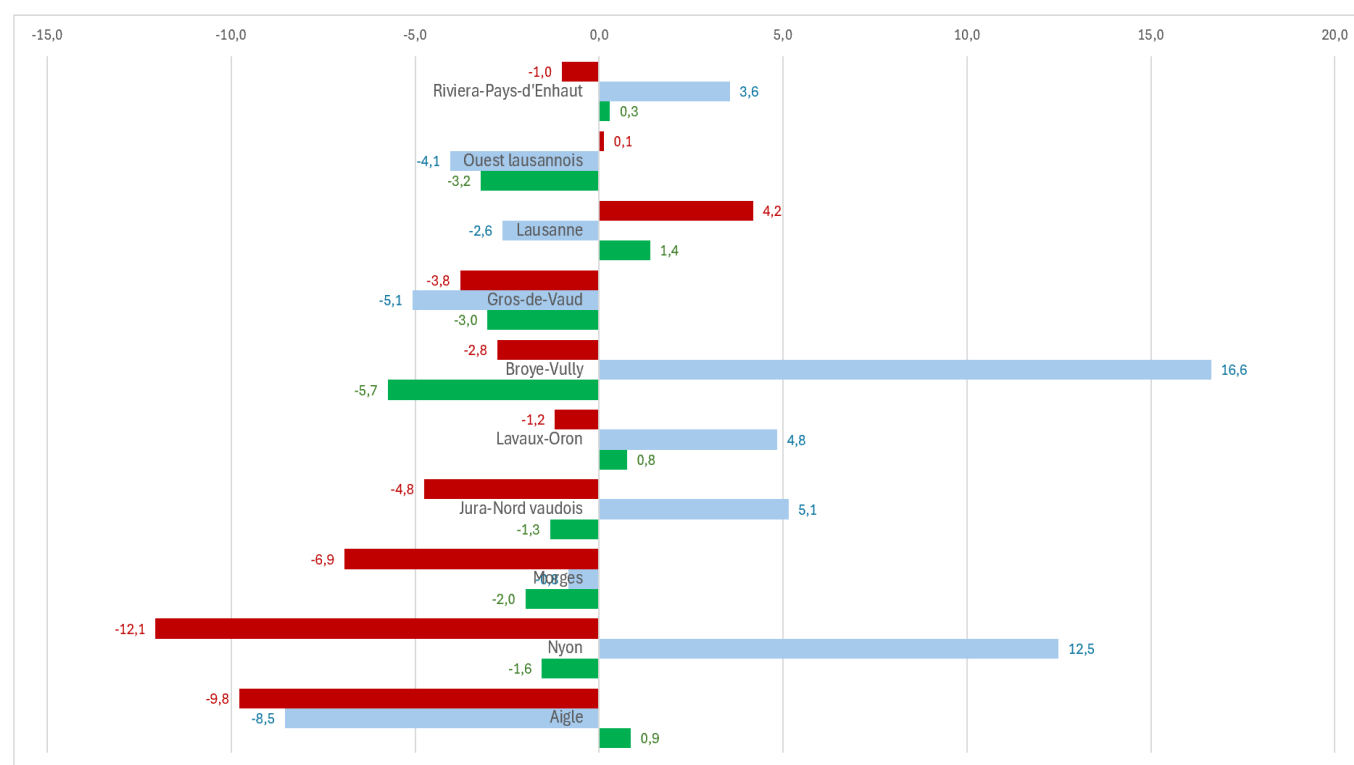


### 5.7.1.6 District vaudois

Enfin nous considérons le critère géographique, ici restreint aux répondants domiciliés sur le territoire vaudois.

Figure 99 : Fréquences des visites sur le site Riponne, des connexions aux offres numériques et des sorties culturelles, par district vaudois ( $n = 1\,625$ )

District	Répondants	Fréquentation du site Riponne			Usage des ressources numériques			Participation aux sorties culturelles		
		Visites	Visites /usager	Différence à la moyenne	Connexions	Connexions /usager	Différence à la moyenne	Sorties cult.	Sorties cult. /participants	Différence à la moyenne
Vevey	90	1179	13,1	-1,0	2102	23,4	3,6	1295	14,4	0,3
Renens	132	1881	14,3	0,1	2078	15,7	-4,1	1436	10,9	-3,2
Lausanne	797	14586	18,3	4,2	13680	17,2	-2,6	12342	15,5	1,4
Échallens	68	703	10,3	-3,8	1001	14,7	-5,1	752	11,1	-3,0
Payerne	23	261	11,3	-2,8	838	36,4	16,6	192	8,3	-5,7
Bourg-en-Lavaux	177	2286	12,9	-1,2	4361	24,6	4,8	2629	14,9	0,8
Yverdon-les-Bains	92	861	9,4	-4,8	2295	24,9	5,1	1174	12,8	-1,3
Morges	122	877	7,2	-6,9	2314	19,0	-0,8	1475	12,1	-2,0
Nyon	100	206	2,1	-12,1	3229	32,3	12,5	1254	12,5	-1,6
Aigle	24	104	4,3	-9,8	270	11,3	-8,5	359	15,0	0,9
<b>Total</b>	<b>1625</b>	<b>22944</b>	<b>14,1</b>		<b>32168</b>	<b>19,8</b>		<b>22908</b>	<b>14,1</b>	



Nous savions déjà que les Lausannois-es étaient très nombreux à avoir répondu à cette enquête [Chapitre 5.1], qu'ils et elles étaient également les plus susceptibles de fréquenter le site Riponne [Chapitre 5.2.1]. Nous savons désormais qu'ils et elles sont aussi ceux-celles qui le fréquentent le plus assidûment. Les personnes domiciliées dans l'Ouest lausannois et les districts de la Riviera-Pays d'Enhaut et du Lavaux-Oron sont ensuite celles qui viennent le plus souvent à la bibliothèque. Les répondants domiciliés dans les districts de Nyon, Aigle et Morges sont quant à eux les moins assidus.

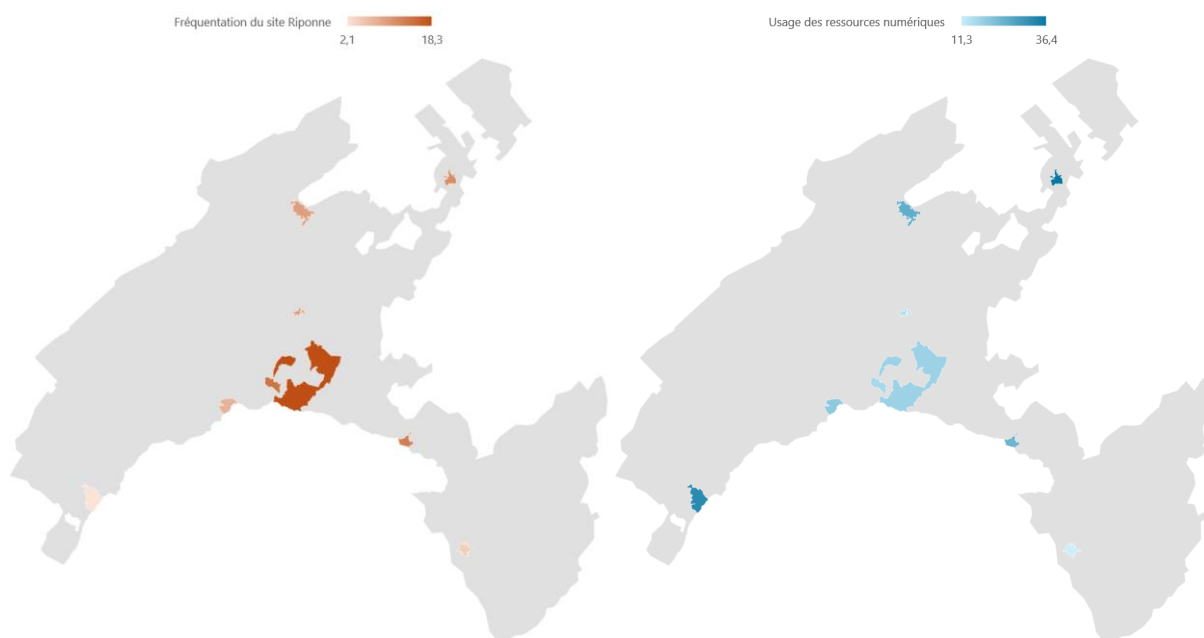
La répartition des usages des ressources numériques est de son côté toute autre. Les Lausannois-es les utilisent moins que la moyenne des répondants, ainsi que les personnes domiciliées dans l'Ouest lausannois, le Gros-de-Vaud, et les districts de Morges et surtout d'Aigle ; tandis que nous observons une utilisation beaucoup plus

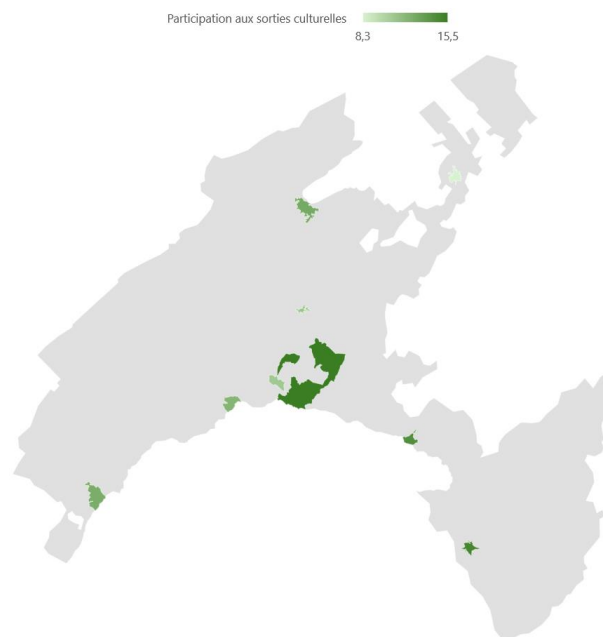
intense dans les districts de la Broye-Vully, de Nyon, du Jura Nord vaudois, du Lavaux-Oron et de la Riviera-Pays d'Enhaut.

Plusieurs autres paramètres devraient être étudiés pour pouvoir comprendre cette répartition : de toute évidence l'éloignement géographique des répondants, mais aussi leur proximité avec une autre bibliothèque, et les services promus ou proposés par celles-ci. Car en effet, de nombreuses bibliothèques de lecture publique proposent elles-aussi des ressources numériques à leurs lecteurs-trices, notamment par l'intermédiaire de la plateforme e-bibliomedia, gérée par Bibliomedia et à laquelle elles souscrivent. En parallèle, elles peuvent tout à fait promouvoir eLectures auprès de leur lecteurs-trices, service gratuit sous condition d'inscription à la BCUL.

Quoi qu'il en soit, nous observons schématiquement un usage plus intensif centralisé du site Riponne et décentralisé de ses offres numériques. Les cartes ci-dessous permettent de visualiser ces résultats [Figure 100].

Figure 100 : Répartition géographique de la fréquence de visite du site Riponne, de connexions aux ressources numériques et de sorties culturelles des répondants





De son côté, les sorties culturelles sont plus nombreuses chez les personnes domiciliées sur Lausanne, sans surprise, mais aussi sur l'Est lausannois, la Riviera jusqu'à Aigle.

### 5.7.2 Classification des publics

Nous entamons la dernière étape de nos analyses.

En effet, une fois les données complètement nettoyées et les outils d'analyse factorielle sur R découverts et suffisamment maîtrisés (via les packages FactoMineR et Factoshiny), nous avons été en mesure de réaliser une ACM, puis une CAH. Une fois comprise, cette exploration visuelle des graphes des individus et des modalités des variables s'avère ludique... et abyssale ! Dans la mesure où elle confirme nos résultats précédents, nous ne multiplierons pas ici les visualisations. Nous nous en tiendrons à la présentation de la démarche, afin de garantir la reproductibilité de nos résultats.

#### 5.7.2.1 Analyse en Composantes Multiples (ACM)

Notre dataset se composait exclusivement de données qualitatives, à l'exception de 4 variables quantitatives calculées. Il s'agit des trois indicateurs mesurant la fréquence d'usage du site Riponne, des offres numériques et des visites culturelles, étudiés précédemment, auxquels nous avons ajouté la fréquence d'usage annuelle moyenne des différents supports proposés pour les livres, la musique et les films (Q3.2-3.5, avec « quelques fois » = 6, « souvent » = 52).

Ces variables permettent de rapidement saisir les grandes tendances d'usage lors de la visualisation des nuages de points.

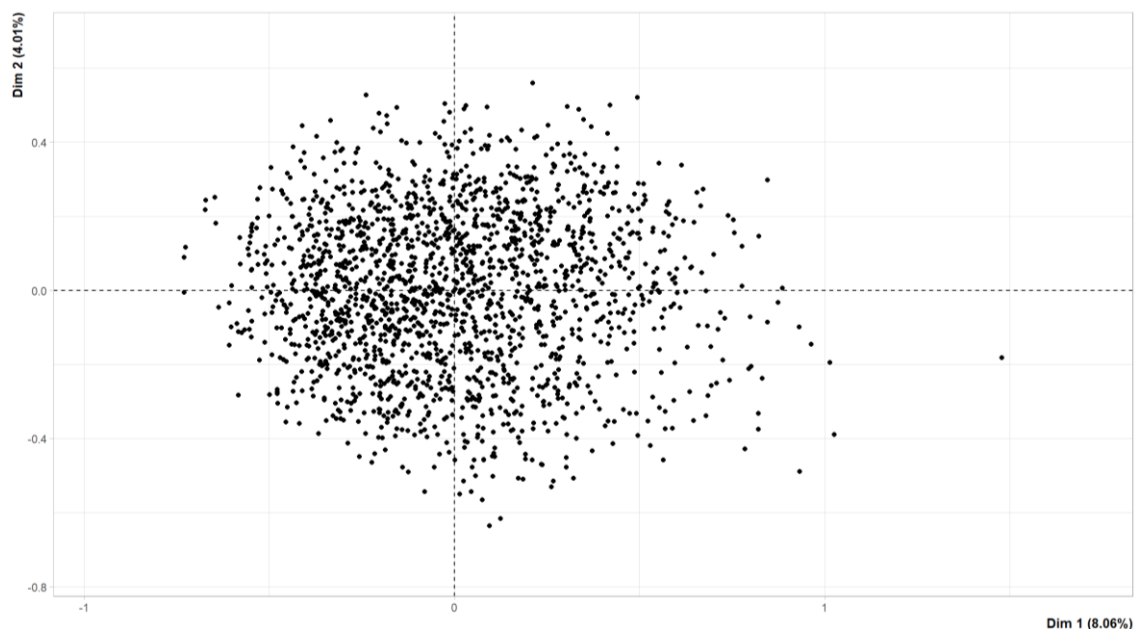
Conservant le même principe de dissociation entre la diversité des usages et l'assiduité des pratiques [Chapitre 5.5], nous avons ajouté des variables qualitatives quantifiant le nombre (et non plus la fréquence) de sorties culturelles, de sources d'informations, de loisirs et de médias distincts utilisés, par catégories. Pour définir des catégories pertinentes et équilibrées, nous avons consulté la distribution, de type gaussienne, de chacune de ces variables. Il en résulte les catégories suivantes : [0-2, 3-4, 5-6, 7-8, 9+] pour les sorties culturelles, [0-4, 5-6, 7-8, 9+] pour les sources d'information et les loisirs et [0-7, 8-9, 10-11, 12+] pour les médias et les supports.

Nous avons par ailleurs déjà traité les données manquantes sur Excel, selon trois principes [Chapitre 4.3.3.1, p. 50]. Les variables à choix multiples ont quant à elles été dissociées sur R afin de créer une colonne par modalité et obtenir un tableau disjonctif partiel.

A l'issue de ces traitements, l'ACM est lancée sur une matrice de dimension 1 849 (observations) x 158 (variables), avec comme variables supplémentaires, n'influant donc pas sur la construction du modèle : les critères sociodémographiques, mais aussi les évaluations du site Riponne et des offres numériques (NPS), les variables sur l'évolution des prêts numériques et des sorties culturelles (IMPACT), ainsi que les variables relatives à l'usage du site Riponne (fréquentation, durée, fréquence et activités).

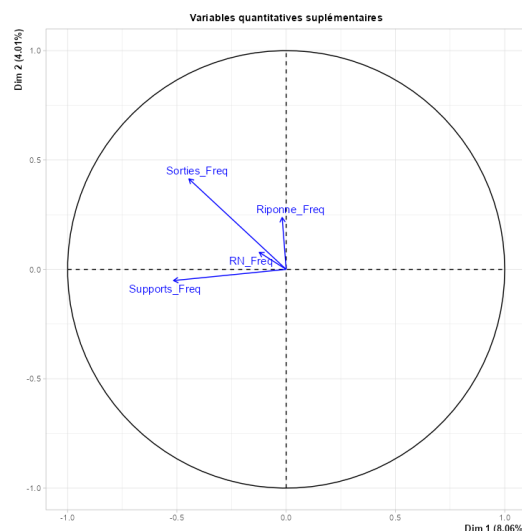
La première visualisation est celle des individus, dont le nuage de points a été projeté sur le 1<sup>er</sup> plan factoriel. Ce dernier est défini par les dimensions 1 et 2, qui expliquent respectivement 8,06% et 4,01% de la variabilité des données.

Figure 101 : Résultats de l'ACM - Nuage des individus (Dim. 1-2) ( $n = 1\,849$ )



Le nuage des individus ne signale rien de particulier.

Figure 102 : Résultats de l'ACM - Graphe des variables quantitatives (Dim. 1-2)

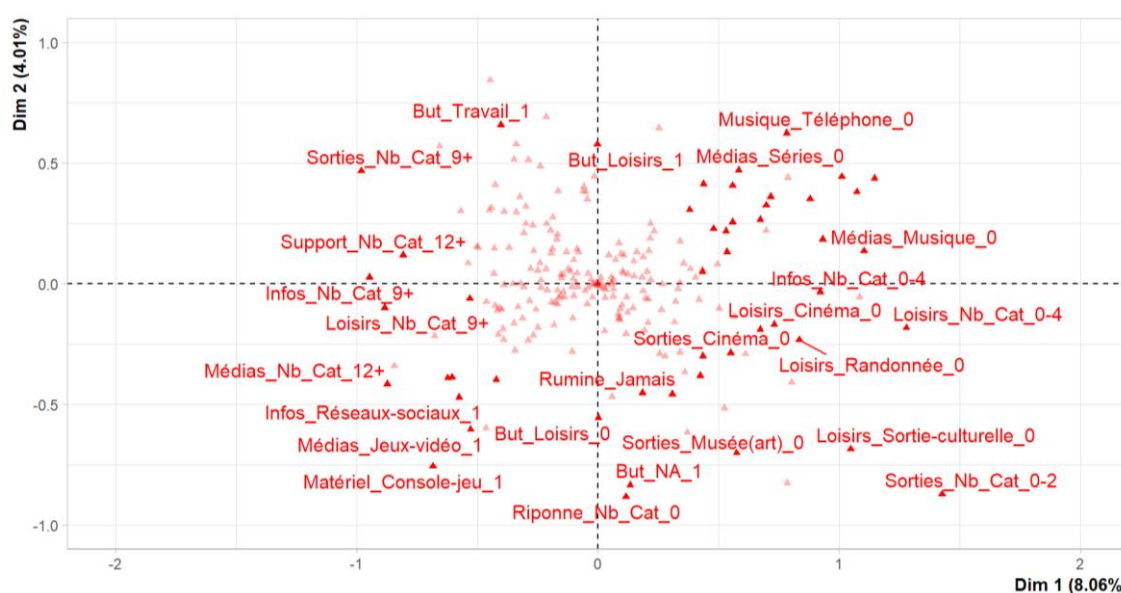


Le graphe des variables quantitatives [Figure 103] fournit ensuite une première information sur la répartition des répondants selon ces dimensions :

- Les individus se situant vers le haut du plan (valeurs positives sur l'axe des ordonnées) ont une fréquentation plus assidue du site Riponne que ceux se situant vers le bas et la droite du plan (valeurs négatives sur l'axe des ordonnées)
- Les répondants se situant sur la gauche du plan (valeurs négatives sur l'axe des abscisses) ont une consommation plus soutenue de contenus culturels (livres, musiques ou films) que ceux se situant sur la droite (valeurs positives sur l'axe des abscisses)
- Les individus de trouvant dans le quadrant en haut à gauche fréquentent plus souvent les lieux ou événements culturels et utilisent plus les ressources numériques du site Riponne, à l'inverse de ceux se situant dans le quadrant en bas à droite

Notons que l'usage des ressources numériques n'est pas très bien représenté sur ce plan. Lors de nos explorations, nous avons apprécié visualiser le plan factoriel 1-3 qui dissocie très bien ces usagers-ères.

Figure 103 : Résultats de l'ACM - Graphe des modalités des variables actives (Dim. 1-2)

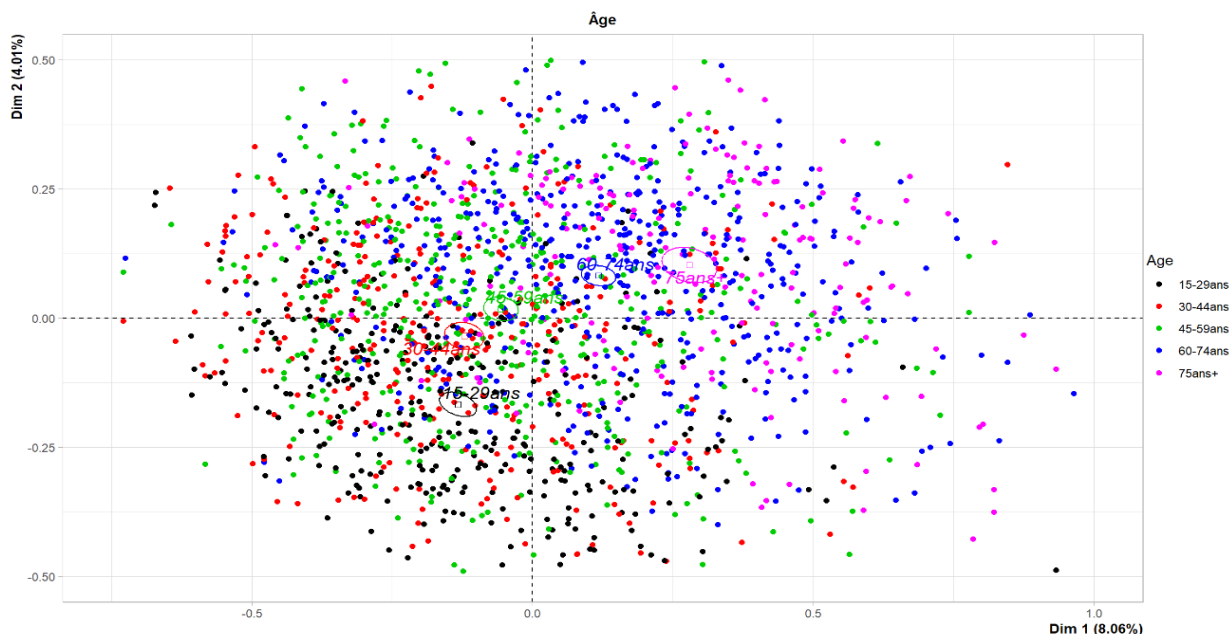


Par soucis de lisibilité, seules quelques modalités des variables actives parmi les plus contributrices sont représentées sur le graphe [Figure 103]. Au sein des libellés, « \_0 » correspond à une négation de la modalité et « \_1 » à sa sélection. Par exemple : « But\_Travail\_1 » correspond au choix de « Travail » à la question portant sur le but de visite à la bibliothèque, et « Musique\_Téléphone\_0 » correspond à « Jamais » à la question de l'usage du téléphone portable pour écouter de la musique.

Sur cette visualisation, le barycentre des individus venant sur le site Riponne pour les loisirs se situe en haut au milieu, sur l'axe des ordonnées. Ce qui signifie que la majorité des individus présentant cette modalité se situe dans cette partie du plan. De même, les individus utilisant les réseaux sociaux pour s'informer, les jeux vidéo comme médias et possédant une console de jeu se situent majoritairement en bas à gauche du plan.

Sur cette base, il est alors possible d'analyser la répartition des individus selon l'ensemble des variables du jeu de données, en leur affectant une couleur par modalité et en en plaçant leur barycentre.

Figure 104 : Résultats de l'ACM – Visualisation des individus selon leur âge (Dim. 1-2) ( $n = 1\,849$ )



Le graphe ci-dessus [Figure 104] montre par exemple la répartition des individus selon leur âge, calcule les barycentres de chaque modalité et construit les ellipses de confiance associées.

Nous constatons une répartition par âge significative des répondants selon ces axes. Il est alors possible d'interpréter des profils d'activité. Par exemple : les personnes de 15-29 ans sont plus susceptibles d'utiliser les réseaux sociaux pour s'informer, les jeux vidéo comme médias et de posséder une console de jeu. Les nombreuses observations réalisées dans le cadre ce travail ont été cohérentes avec nos précédents résultats et ont confirmé nos conclusions. Nous ne développerons donc pas plus ces investigations.

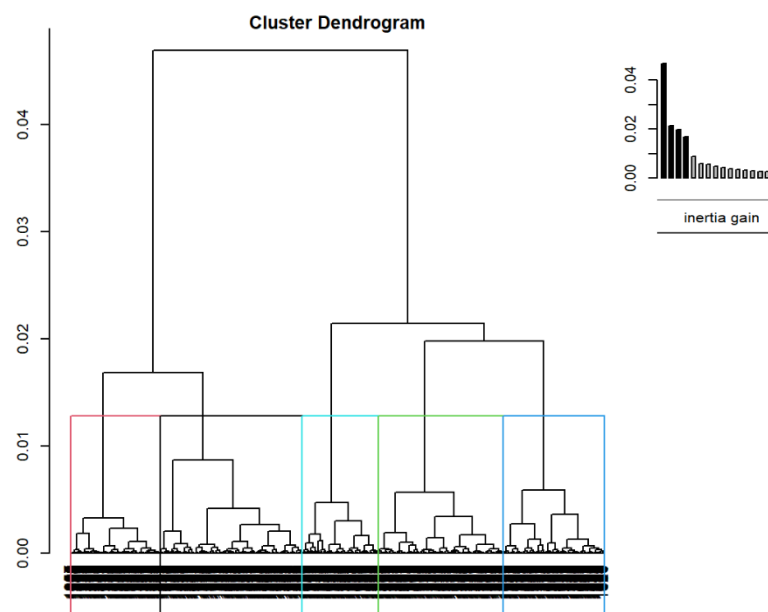
Le deuxième intérêt de l'ACM est de pouvoir procéder à une classification, sur la base de données désormais quantitatives (coordonnées des individus) et dont une partie du bruit a été réduit (réduction du nombre de dimensions) [Chapitre 4.3.3.2].

### 5.7.2.2 Classification Hiérarchique Ascendante (CAH)

La première visualisation est celle de l'arbre hiérarchique [Chapitre 4.3.3.3][Figure 105].

Nous décidons de le sectionner à une hauteur définissant 5 classes. 4 classes aurait généré un groupe d'individus trop volumineux, peu spécifique ; et 6 classes aurait créé un groupe avec trop peu d'individus qu'il aurait peut-être été difficile d'interpréter. C'est aussi un nombre qui nous semble exploitable pour la BCUL par la suite.

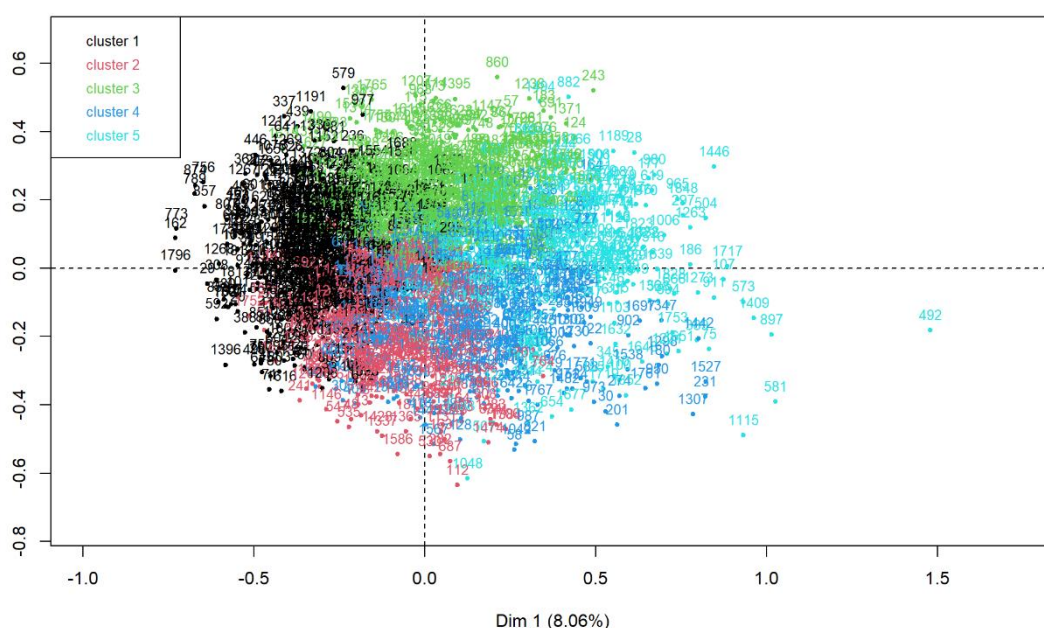
Figure 105 : Résultats de la CAH - Arbre hiérarchique des individus ( $n = 1\,849$ )



Les effectifs de chacune de ces classes sont en outre assez homogènes.

Enfin le graphe ci-dessous montre à nouveau la répartition des individus sur le plan factoriel 1-2, mais désormais affectés à chacune des 5 classes.

Figure 106 : Résultats de la CAH - Visualisation des 5 classes sur le plan factoriel 1-2 ( $n = 1\,849$ )



Chaque cluster est bien délimité, hormis le 4<sup>e</sup> qui paraît plus confondu sur ce plan factoriel. Nous renvoyons à notre précédente remarque sur l'intérêt d'observer d'autres projections, dont celle sur les dimensions 1 et 3.

Chacune de ces classes étant caractéristique d'un profil d'activité particulier. Il nous reste donc qu'à décrire plus précisément ces 5 catégories de publics parmi les répondants.



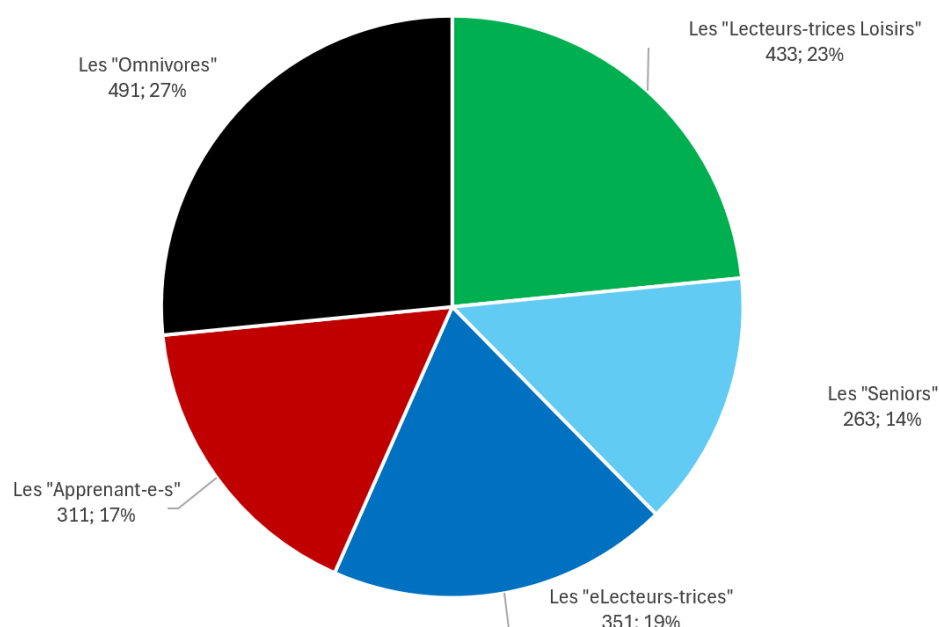
### 5.7.2.3 Description des publics

Pour saisir la densité et toute la richesse des informations collectées et ainsi exploitées, nous vous renvoyons à l'annexe correspondante [Annexe 14], qui liste de façon exhaustive toutes les modalités spécifiques de chaque classe (valeur test  $\geq 1,96$ ). Elles sont classées par thème et par degré de significativité décroissante.

Sur cette base, nous avons identifié, caractérisé et nommé 5 types d'utilisateurs du site Riponne et/ou de ses services parmi les répondants [Figures 105, 106, 107] :

- Classe 1 : Les « Omnivores »
- Classe 2 : Les « Apprenant-e-s »
- Classe 3 : Les « Lecteurs-trices loisirs »
- Classe 4 : Les « eLecteurs-trices »
- Classe 5 : Les « Seniors »

Figure 107 : Typologie des publics et répartition des répondants ( $n = 1\,849$ )



L'arbre hiérarchique nous informe en outre que le public des « Omnivores » pourrait être exploré plus en avant et scindé en deux classes distinctes si besoin [Figure 105].

Pour terminer notre analyse, et afin de ne pas multiplier les explications textuelles, nous avons trouvé intéressant de réaliser des fiches synthétiques et visuelles du profil d'activité de chaque classe, vis-à-vis du site Riponne et de ses offres numériques, ainsi que de l'ensemble de ses pratiques culturelles, en fréquence et en diversité.

Afin de ne pas surinterpréter ces profils, nous alertons néanmoins sur le fait que, par construction :

- Les critères retenus sont ceux qui distinguent le plus chaque classe des autres, ce qui a pour effet de tirer le trait et de caricaturer les comportements,
- Il s'agit de profils « barycentriques », ce qui signifie que la plupart des individus d'une classe donnée présentent ces caractéristiques, mais de loin pas tous ! Il ne faut donc pas généraliser à outrance.



Afin de donner vie à ces persona, des visages ont été générés par AI<sup>4</sup> et correspondent à des personnages fictifs.

Les notations « nd » signifie « non déterminé » car ces variables ne sont pas discriminantes pour la classe considérée (valeur tests < 1,96).

Les « + » correspondent aux prestations que ces usagers-ères apprécient spécifiquement sur le site Riponne ; ce sont les évaluations notées 7 les plus significatives [Chapitre 5.2.5]. A l'inverse, les « - » correspondent aux prestations que cette classe apprécie le moins sur le site Riponne ; ce sont les évaluations notées 1 à 4 les plus significatives de cette classe.

Le NPS est le Net Promoter Score [Chapitre 5.2.5].

Pour chaque offre numérique, un cercle blanc signifie que cette offre n'est pas connue de ce public, un cercle pâle qu'elle lui est connue et un cercle foncé qu'elle est utilisée.

Les fréquences d'usage ou de pratique correspondent aux 4 indicateurs quantitatifs calculés [Chapitre 5.7.1] : 0% signifie que cette variable n'est pas caractéristique de ce public, 50% qu'elle lui est un peu spécifique et 100% beaucoup, par rapport aux autres types de public.

La diversité dans les pratiques culturelles correspond au nombre de types de sorties, sources d'information, loisirs, médias et supports de contenus distincts utilisés, par tranche, le plus spécifique de ce public [Chapitre 5.7.2.1].

Nous n'entrons pas plus dans le détail des activités pratiquées.

---

<sup>4</sup> <https://this-person-does-not-exist.com/fr>



## Les "Omnivores"

Effectif : 491 (27% des répondants)

Age : 30-44 ans, 45-59 ans

Domicile : Lausanne

Genre : nd

Statut professionnel : Temps partiel, Plein temps

Composition du ménage : 3, 5+

Formation : Tertiaire UNIL

### SITE RIPONNE

Fréquentent le site Riponne < 12 mois

**Durée :** 1h-3h

**Fréquence :** Quelques fois

**But :** Travail, Formation

**Activités :** Travail seul, Évènements, Recherches documentaires, Passer le temps, Équipements techniques, Prêts, Ressources électroniques, Formations, Nouveautés, Lecture

**+** : Localisation, Médiation

**-** : Espaces, Ambiance, Horaires, Bâtiment

NPS : nd

### OFFRES NUMÉRIQUES

eLectures Pressreader Assimil Scriptorium Autres



Augmentation des prêts physiques

NPS : Promoteur, Détracteur

### AUTRES BIBLIOTHÈQUES

BU hors Lausanne, Autres sites BCUL,

BM hors Lausanne

### FRÉQUENCE

Riponne



Offres numériques



Sorties culturelles



Supports de contenus



Depuis 2019 : Plus de sorties

### DIVERSITÉ

Sorties



Informations



Loisirs



Médias



Supports



Les « Omnivores » viennent sur le site Riponne en priorité pour le travail et pour effectuer des recherches documentaires ; ils et elles participent également aux événements proposés. Ce public exploite l'ensemble des offres numériques à disposition et présente la plus grande diversité de pratiques, dans tous les domaines (sorties culturelles, sources d'information, loisirs, médias et supports de contenus culturels). Ces personnes fréquentent très souvent les lieux ou événements culturels et ont un usage très soutenu des produits culturels (livres, musique, films), indépendamment de leurs supports. Elles ont globalement augmenté leurs prêts physiques, et leurs sorties culturelles depuis 2019.



## Les “Apprenant-e-s”

Effectif : 311 (17% des répondants)

Age : 15-29 ans	Domicile : nd
Genre : Femme, Autre	Statut professionnel : En formation, En rech. emploi
Composition du ménage : 4, 5+	Formation : Secondaire II, Tertiaire UNIL

### SITE RIPONNE

Ne fréquentent pas tou-te-s le site

**Durée** : 1/2 journée, Journée

**Fréquence** : nd

**But** : Formation

**Activités** : Travail seul, Travail en groupe, Équipement techniques

+ : nd

- : Collections

NPS : Passif, Détracteur

### OFFRES NUMÉRIQUES

eLectures Pressreader Assimil Scriptorium Autres



Aucun impact sur les prêts physiques

NPS : Passif

### AUTRES BIBLIOTHÈQUES

Autres sites BCUL, Autres BU-HES à Lausanne

### FRÉQUENCE

Riponne



Offres numériques



Sorties culturelles



Supports de contenus



Depuis 2019 : Plus de sorties

### DIVERSITÉ

Sorties



Informations



Loisirs



Médias



Supports



Les « Apprenant-e-s » ont majoritairement entre 15 et 29 ans et sont en formation ou en recherche d'emploi. Quand ces personnes viennent sur le site Riponne, elles travaillent souvent seules, parfois en groupe, à la journée ou à la ½ journée, et font usage des équipements techniques. Les offres numériques ne leur sont pas connues. Ce public présente une grande diversité de loisirs, médias et supports utilisés, moindre concernant les sorties culturelles et les sources d'information. Ils et elles font un usage soutenu des produits culturels et ont augmenté la fréquence de leurs sorties depuis 2019.



## Les “Lecteurs-trices Loisirs”

Effectif : 433 (23% des répondants)

Age : 60-74 ans, 75 ans et +

Domicile : Lausanne

Genre : nd

Statut professionnel : Retraité-e

Composition du ménage : 1, 2

Formation : nd

### SITE RIPONNE

Fréquentent le site Riponne < 12 mois

**Durée :** < 1h, (1h-3h)

**Fréquence :** 1 fois/mois, Quelques fois, 2-3 fois/mois, 1 fois/sem

**But :** Loisirs, (Travail)

**Activités :** Prêts, Nouveautés, Presse papier, Événements, Autre, Lecture, Formations, Repos, Renseignements, Inscriptions, Recherches

**+** : Localisation, Personnel, Collections

**-** : Accès

NPS : Promoteur

### OFFRES NUMÉRIQUES

eLectures Pressreader Assimil Scriptorium Autres



Aucun impact sur les prêts physiques

NPS : Détracteur

### AUTRES BIBLIOTHÈQUES

Bibliothèques de la Ville de Lausanne

### FRÉQUENCE

Riponne



Offres numériques



Sorties culturelles



Supports de contenus



Depuis 2019 : Aucun changement

### DIVERSITÉ

Sorties



Informations



Loisirs



Médias



Supports



Les « Lecteurs-trices Loisirs » font des visites courtes et fréquentes sur le site Riponne, en priorité pour les prêts de documents, les nouveautés et la presse papier. Ces personnes connaissent l'ensemble des offres numériques mais l'usage de Scriptorium, Artfilm, Medici.tv, Qwest.tv et/ou Fringale leur est plus spécifique. Elles se caractérisent par une grande diversité de loisirs pratiqués et une fréquence forte de sorties culturelles, bien que moins variées que les « Omnivores ». Elles sont aussi des utilisatrices assez assidues des produits culturels, mais sur un nombre de supports limité. Ce public ne déclare aucun changement dans ses habitudes ces dernières années.



## Les “eLecteurs-trices”

Effectif : 351 (19% des répondants)

Age : 60-74 ans, 75 ans et +

Domicile : Vaud, Autres cantons

Genre : nd

Statut professionnel : Retraité-e

Composition du ménage : 2

Formation : Secondaire II, Tertiaire

### SITE RIPONNE

Ne fréquentent pas ou plus le site

**Durée** : nd

**Fréquence** : nd

**But** : nd

**Activités** : nd

**+** : nd

**-** : nd

NPS : Passif

### OFFRES NUMÉRIQUES

eLectures Pressreader Assimil Scriptorium Autres



Réduction des prêts physiques ou jamais emprunté  
NPS : Promoteur

### AUTRES BIBLIOTHÈQUES

Aucune, BM hors Lausanne

### FRÉQUENCE

Riponne



Offres numériques



Sorties culturelles



Supports de contenus



Depuis 2019 : Moins de sorties

### DIVERSITÉ

Sorties



Informations



Loisirs



Médias



Supports



Les « eLecteurs-trices » ne fréquentent pas ou plus de site Riponne. Ces personnes font un usage exclusif et intensif d’eLectures ; et ne connaissent pas les autres offres numériques. Elles n’empruntent pas ou moins de documents physiques sur le site Riponne depuis qu’elles lisent sous format numérique. Elles ont une pratique peu diversifiée de sorties culturelles, sources d’information et loisirs. Leur fréquentation des lieux ou événements culturels a d’ailleurs diminué depuis 2019. Ils et elles utilisent en outre des médias et des supports variés.



## Les "Seniors"

Effectif : 263 (14% des répondants)

Age : 75 ans et +	Domicile : nd
Genre : Homme	Statut professionnel : Retraité-e
Composition du ménage : 1	Formation : nd

### SITE RIPONNE

Fréquentent le site Riponne < 12 mois

**Durée :** 1h-3h, < 1h

**Fréquence :** 1 fois /sem, 1 fois

**But :** Autre

**Activités :** Prêts, Presse papier, Lecture

**+** : Personnel, Accès, Bâtiment, Ambiance, Équipement, Horaires, Espaces

**-** : Localisation, Médiation

NPS : Promoteur, Détracteur

### OFFRES NUMÉRIQUES

eLectures Pressreader Assimil Scriptorium Autres



Aucun impact sur les prêts physiques

NPS : Passif

### AUTRES BIBLIOTHÈQUES

Aucune

### FRÉQUENCE

Riponne



Offres numériques



Sorties culturelles



Supports de contenus



Depuis 2019 : Moins de sorties

### DIVERSITÉ

Sorties



Informations



Loisirs



Médias



Supports



Les « Seniors » sont les plus assidus à la bibliothèque et viennent en particulier pour les prêts, la presse papier et la lecture. Ce public ne connaît pas les offres numériques. La diversité de leurs pratiques est restreinte et la fréquence de leurs usages limitée, dans tous les domaines, phénomène accentué depuis 2019.

## 6. Recommandations

Nous abordons la dernière étape de notre recherche, qui consiste à proposer des recommandations d'actions à la BCUL.

Elles s'articulent autour de deux axes de réflexions principaux, issus de ce travail :

- l'évolution des usages constatés
- les besoins des publics identifiés,

complétés par :

- les conclusions d'un dossier de prospective sur le Site Riponne, que nous avons réalisé au semestre dernier avec deux autres étudiantes du Master IS de la HEG (Cortés, Hochart, Leboulleur 2023, pp.34-40),

en tenant compte :

- du plan directeur 2021-2025 de la BCUL (BCUL 2021)
- et des lignes directrices de la politique culturelle vaudoise 2024-2027, qui viennent d'être émises par le DCIRH (Canton de Vaud - DCIRH 2024).

### 6.1 Les suites de l'enquête

*« Il serait intéressant de connaître les résultats de votre sondage. »*  
(Homme, 45-59 ans, Lausanne)

*« Je me réjouis de lire les conclusions auxquelles vous serez arrivés, si tant est que vous nous les transmettiez. »* (Femme, 45-59 ans, Vaud)

Nos premières recommandations concernent l'enquête, car la rédaction de ce mémoire n'en constitue qu'une étape intermédiaire.

A très court terme, certains répondants ont posé des questions ou rédigé des demandes très concrètes en commentaire, qui nécessiteraient une réponse de la part de l'institution.

Les résultats obtenus doivent ensuite se traduire en plan d'action, passant peut-être par une étude qualitative complémentaire pour identifier de nouveaux services pertinents par type de public. Il est à noter que 910 personnes ont accepté d'être recontactées pour échanger sur l'évolution des usages et des services de la BCUL, soit 48% des répondants, et que 878 adresses mail ont été collectées à cette fin. La diffusion des résultats auprès de l'ensemble des parties prenantes est également essentielle.

Enfin, de nouvelles pistes d'investigation pour améliorer la connaissance des publics peuvent être envisagées, y compris le renouvellement de cette enquête dans 5 ans.

N°	Proposition	Public cible	Remarque, références
« SAV »			
A.1	Répondre aux demandes spécifiques des commentaires libres	Répondants	
Validation des résultats et plan d'action			
A.2	Procéder à une réunion-bilan, en interne, sur les résultats de l'enquête et l'augmenter d'une interprétation collective	BCUL	(Coron 2020, Dossier 8, Outil 47)

A.3	Compléter l'étude par une enquête qualitative	BCUL	Poursuivre les investigations à l'aide de focus groups, par typologie de publics, pour identifier de nouveaux services et/ou en tester l'intérêt (Evans 2017, p. 93)
A.4	Comparer les résultats obtenus avec la prochaine enquête de l'OFS sur les pratiques culturelles	BCUL	Prévue sur 2024, elle devrait paraître en 2025 Portant sur la même période, elle pourra apporter un éclairage très intéressant sur la validité de nos résultats et interprétations
A.5	Construire un plan d'action	BCUL	Mobiliser les concepts du Design Thinking
<b>Synthèse et diffusion des résultats pertinents, par partie prenante</b>			
A.6	En interne	Collaborateurs-trices, Autres sites, Direction	Faire une restitution de l'enquête
A.7	Auprès des publics	Tous publics	Par newsletter, site internet, réseaux sociaux
A.8	Auprès des autorités de tutelles	DGC, DCIRH	Comme arguments de priorisation d'actions
A.9	Auprès du réseau professionnel	Bibliosuisse, RESSI, Observatoire romand de la Culture	Pour partage et réflexions
<b>Développer les démarches de connaissance des publics</b>			
A.10	Mettre en place un questionnaire systématique annuel pour les personnes ne renouvelant pas leur inscription à la BCUL	Tous publics	Pour en connaître les raisons : J'ai terminé mes études, j'ai déménagé, je fréquente une autre bibliothèque...
A.11	Enquêter sur les besoins documentaires et les centres d'intérêt pour les collections physiques et numériques	Tous publics	Pour orienter le développement des collections
A.12	Reconduire cette enquête dans 5 ans	Tous publics	(Moeschler 2019) Ajouter des fréquences d'usage

## 6.2 La bibliothèque en tant que tiers-lieu attractif

*« Les bibliothèques sont des lieux de concentration et de calme sensoriel extrêmement précieux pour moi. [...] Merci de faire vivre ces oasis dans la ville, seuls endroits (à part les maisons de quartier) où l'on n'est pas considéré comme un consommateur, en plus d'avoir accès gratuitement aux arts et aux sciences. »*  
(Homme, 30-44 ans, Lausanne)

*« Je trouverai[s] intéressant que vous ayez encore plus de places de travail (car les nouvelles générations avons davantage besoin d'étudier à l'extérieur de chez nous pour nous motiver). [...] »*  
(Femme, 15-29 ans, Vaud)

*« Les bibliothèques sont très importantes pour moi et le vivre ensemble. C'était très choquant et éprouvant de constater lors de la crise sanitaire que ces espaces n'étaient plus accessibles pour tout le monde. J'espère ne plus revivre ça. »* (Homme, 30-44 ans, Lausanne)

Comme nous l'avons vu, le site Riponne est un intense lieu de vie, où plusieurs types de publics cohabitent, avec des besoins et des usages très différents. L'objectif visé ici est de renforcer la bibliothèque dans son rôle de tiers lieux et d'espace ressources, au cœur de la ville.

Ces recommandations trouvent leurs origines dans les commentaires libres et l'évaluation de la satisfaction des répondants. Elles ont pour but de supprimer les points de friction pour améliorer l'expérience utilisateur, contribuer au confort des usagers-ères et à la polyvalence des espaces, et faciliter l'accès aux collections.

A ce sujet, nous savons que le développement des prestations du site Riponne est grandement limité par les contraintes actuelles du bâtiment. Nous ne pouvons que souhaiter que le vaste projet de rénovation du Palais de Rumine intègre les nouveaux besoins et usages de la population et représente une réelle opportunité d'y répondre encore mieux à l'avenir !



N°	Proposition	Public cible	Remarque, références
<b>Confort</b>			
B.1	Revoir la régulation thermique et l'aération des locaux	Apprenant-e-s, Seniors, Omnivores	
B.2	Auditer le confort d'éclairage	Apprenant-e-s, Seniors, Omnivores	
B.3	Améliorer l'hygiène des toilettes	Tous publics	
<b>Equipement</b>			
B.4	Créer une cafétéria ou un espace repas	Apprenant-e-s, Omnivores	Micro-ondes, distributeurs, restauration
B.5	Augmenter le nombre de prises électriques	Apprenant-e-s, Omnivores	
B.6	Ajouter des fauteuils de lecture	Omnivores, Seniors	
<b>Accès aux collections</b>			
B.7	Agrandir le libre accès	Lecteurs-trices Loisirs	
B.8	Améliorer le classement	Lecteurs-trices Loisirs, Apprenant-e-s	
B.9	Améliorer la découvrabilité des ressources dans le catalogue	Apprenant-e-s, Omnivores	(Guay, Leroux, Bouliane 2024, pp. 332-334)
B.10	Revoir les conditions du PEB	Tous publics	
B.11	Réduire les tarifs d'amende	Tous publics	
B.12	Améliorer l'accès aux collections du réseau swisscovery	Apprenant-e-s, Omnivores	
<b>Accès à la bibliothèque</b>			
B.13	Améliorer l'accessibilité du bâtiment	Seniors, Lecteurs-trices loisirs avec enfants	(Canton de Vaud - DCIRH 2024)
B.14	Elargir et harmoniser les horaires d'ouverture	Apprenant-e-s, Omnivores, Nouveaux publics ?	Tester l'Open Library ? Faisabilité à évaluer vs environnement de la Place de la Riponne.
<b>Modularité</b>			
B.15	Mettre à disposition des espaces de travail fermés pour des groupes	Apprenant-e-s	
B.16	Proposer des salles de coworking (particuliers, associations, ateliers, formations...)	Apprenant-e-s, Nouveaux publics ?	
<b>Développement et valorisation des collections</b>			
B.17	Conserver la musique et les films sur supports physiques (CD, DVD, vinyles)	Nouveaux publics ?	Tant que la demande existe Promouvoir la collection
B.18	Proposer des salles d'écoute, de visionnage, de répétition ?	Nouveaux publics ?	Auditer l'offre existante et les projets en cours en ville de Lausanne
<b>Détente, convivialité</b>			
B.19	Organiser un cercle de lecture	Lecteurs-trices Loisirs	Cf. BVL
B.20	Organiser des ateliers méditation, yoga, gestion du stress	Apprenant-e-s, Nouveaux publics (Actifs)	Pendant la pause déjeuner Tester intérêt : le sport est dans le Top 5 des loisirs de toutes les tranches d'âge.
B.21	Organiser des soirées jeux de société	Apprenant-e-s, Nouveaux publics (Jeunes)	Top 5 des loisirs pratiqués chez les 15-44 ans
B.22	Proposer un espace jeux vidéo	Apprenant-e-s, Nouveaux publics (Jeunes)	Cf. EPFL
B.23	Organiser des animations familiales	Nouveaux publics (Familles)	Cf. Escape Game organisé sur le site Riponne en décembre 2023



#### Q5.1 – Commentaires libres

##### Un lieu physique essentiel...

« En situation de recherche d'une activité professionnelle rémunérée, c'est vraiment appréciable de pouvoir accéder à la bibliothèque de la Riponne - le site est convivial, le matériel adéquat. C'est aussi une manière de sortir du domicile et 'voir du monde'. [...] » [Femme, Vaud, 45-59 ans]

« J'adore la BCUL. Ses services ont été absolument vitaux pour mon parcours de formation (thèse de doctorat avec trois enfants à charge ; je venais emprunter tout ce dont j'avais besoin à la Riponne, à deux pas de chez moi). Ils continuent de l'être dans mes pratiques professionnelles [...]. Aujourd'hui c'est ma fille aînée qui fréquente assidûment les locaux de la BCU pour préparer ses examens de maturité. Merci pour ces services. Nous sommes chanceux. » [Femme, 45-59 ans, Lausanne]

« Les bibliothèques sont mes endroits préférés. [...] Quand j'habiterai à nouveau plus proche de la BCUL, j'y viendrai régulièrement, pour satisfaire mon immense curiosité ou ne serait-ce que pour la régulation sensorielle et émotionnelle que les bibliothèques m'apportent. » [Femme, 15-29 ans, Autre canton]

« J'apprécie particulièrement l'accueil des bibliothécaires, toujours chaleureux, disponible, à l'écoute et j'aime pouvoir leur transmettre et parler du livre que je rapporte. Ailleurs cela n'est pas possible ...la machine de restitution n'a pas grand chose à nous dire. La présence des guichets avec des personnes est prioritaire pour moi. » [Femme, 75 ans et +, Vaud]

##### ...avec des aménagements nécessaires

« bonne bibliothèque mais peur des vols et rentrer tard le soir à cause du lieu » [Femme, 15-29 ans, Vaud]

« L'accès au site de la Riponne est un problème central qui ne vous étonnera pas... » [Femme, 75 ans et +, Vaud]

« J'ai découvert, avec l'arrivée de mon fils et mon usage de la poussette, la gaine technique de la honte que vous réservez aux personnes handicapées ou à mobilité réduite pour accéder au "palais" de rumine. » [Homme, 30-44 ans, Vaud]

« - avoir un horaire régulier pour éviter la mauvaise surprise de ne pouvoir retirer des réservations le jeudi - le fauteuil noir pour lecture et consultation de grands ouvrages est top. Dommage qu'il n'y en ait qu'un. [...] » [Femme, 60-74 ans, Vaud]

« [...] dans une autre université (Sherbrooke, Qc) je pouvais aller dans les rayons et consulter. Quand on a un sujet, on a devant soi les livres... c'est plus facile que de chercher par numérique. L'espace intérieur, l'accès aux places, aux dicos, etc étaient très larges. Évidemment le bâtiment était neuf et sur mesure, ce qui n'est pas le cas de Rumine. Pourrait-on en trouver un plus grand aussi bien centré? » [Homme, 60-74 ans, Autre canton]

« La Riponne est vétuste, sent le renfermé, il faut commander des livres avant d'y aller. A mon avis Lausanne a besoin d'une bibliothèque moderne. Mais le personnel est toujours agreable et pret à aider, je pense qu'ils ont du courage de travailler dans cette vieille bibliothèque. » [Femme, 75 ans et +, Vaud]

« Il pourrait y avoir des distributeurs avec encore plus de choix [...] pour ceux qui passent des journées entières ou longtemps à lire, étudier, réviser etc. dans ces bibliothèques [...] je pense que ça aurait un succès fou. [...] Ou simplement juste une offre restauration un peu plus grande, ou pourquoi pas même ouvrir un vrai kiosque carrément ?[...] » [Homme, 30-44 ans, Vaud]

### 6.3 Les offres numériques pour desservir le territoire

« Pouvoir choisir et commander un livre en ligne à n'importe quel moment, jour, nuit, we etc et n'importe où, puis pouvoir le lire après quelques clics...que du bonheur! Découvrir tout azimut d'autres livres proposés sur des thèmes qui à priori ne m'auraient pas interpellés...que du bonheur quand on est curieuse. Ne pas devoir trimbaler un sac plein de livres lourds...et pouvoir avoir accès n'importe où à ses livres choisis en ne transportant [qu']un Ipad...que du bonheur. Ne plus dépendre d'une lampe de chevet, pouvoir agrandir la taille des caractères...que du bonheur. [...] » (Femme, 60-74 ans, Autre canton)

« Concernant l'e.lecture, la bibliothèque m'a prêté une tablette de lecture pour tests, mais je n'ai jamais réussi à télécharger des livres de la bibliothèque, malgré une formation reçue à la Riponne, donc j'ai abandonné. » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

Comme nous l'avons vu, les offres telles que eLectures et Pressreader sont globalement peu connues des répondants alors que qu'elles révèlent un bon taux de conversion et de fidélisation auprès des personnes informées. En outre, ces offres numériques sont accessibles à l'ensemble de la population vaudoise et permettent à la BCUL d'étendre le territoire et les publics desservis. Nous recommandons donc d'en accentuer la promotion auprès d'un large public, y compris empêché. Les bibliothèques de lecture publique, implantées sur tout le territoire vaudois et assurant un service de proximité, sont de bons prescripteurs, potentiels ou déjà effectifs. Il conviendrait néanmoins de clarifier le positionnement de eLectures par rapport à e-bibliomedia, afin de rendre l'offre plus compréhensible pour les lecteurs-trices et de garantir la coexistence de ces deux prestations. Bien qu'existants, la formation et l'accompagnement mériteraient d'être accentués, afin d'aider les personnes intéressées à dépasser les éventuels problèmes techniques et autres difficultés d'accès aux ressources. De leur côté, les eLecteurs-trices émettent des demandes de développement du catalogue. Enfin, en collaboration avec les fournisseurs, il conviendrait de rendre l'expérience utilisateur-trice plus fluide quant aux divers processus de connexion (SSO ?) et de disposer de statistiques d'usages standardisées.

Comme nous l'avons vu, la consommation des produits culturels sous format numérique est un marché en pleine expansion, qui ne s'effectue d'ailleurs par toujours au détriment des supports physiques, il convient donc de vérifier régulièrement que les offres numériques proposées par la BCUL restent pertinentes par rapport aux offres pléthoriques extérieures, commerciales ou non.

N°	Proposition	Public cible	Remarque, références
<b>Promouvoir</b>			
C.1	Promouvoir les offres numériques	Population vaudoise	Auprès des publics cibles + entreprises, EMS, hôpitaux, prisons
C.2	Valoriser les fonds physiques et numériques conjointement, à la bibliothèque et sur les plateformes	Tous publics	
C.3	Clarifier le positionnement d'eLectures vs e-bibliomedia	Bibliothèques vaudoises, Bibliomedia	
C.4	Promouvoir l'offre auprès des bibliothèques de lecture publique	Bibliothèques vaudoises, population vaudoise	(Bibliothèque de Nyon 2024)
C.5	Proposer une formation aux bibliothécaires si besoin	Bibliothèques vaudoises	
<b>Former et accompagner</b>			
C.6	Former les utilisateurs-trices	Lecteurs-trices loisirs, Seniors	Existent pourtant déjà
C.7	Prêter des liseuses	Lecteurs-trices loisirs, Seniors	Améliorer la visibilité et la promotion de ces services ? Proposer des formations en ligne ?

C.8	Accompagner les utilisateurs-trices	eLecteurs-trices	
<b>Améliorer les accès</b>			
C.9	Faciliter l'accès aux plateformes et aux ressources	eLecteurs-trices	Améliorer la visibilité des offres Réduire les étapes de connexion Uniformiser et simplifier les processus d'accès (DRM) Possibilité d'une authentification unique (SSO) ?
C.10	Auditer l'ergonomie des interfaces	eLecteurs-trices	Retour aux prestataires pour améliorations, Création de tutoriels pour les usagers-ères
<b>Développer l'offre</b>			
C.11	Vérifier la pertinence de l'offre	eLecteurs-trices	vs offres du marché
C.12	Enquêter sur les centres d'intérêt des lecteurs-trices	eLecteurs-trices	
C.13	Augmenter le catalogue	eLecteurs-trices	
C.14	Explorer les offres de lecture adaptée (troubles DYS, lecture simplifiée FALC, déficience visuelle...)	Nouveaux publics, Seniors	(Guay, Leroux, Bouliane 2024, pp. 330-332) (Canton de Vaud - DCIRH 2024)
<b>Piloter</b>			
C.15	Disposer des statistiques d'usage	BCUL	De la part des fournisseurs, données de type COUNTER

La question de l'attachement à l'institution de la part des utilisateurs-trices exclusifs-ves des services à distance reste entière. Néanmoins, nous constatons qu'une part de ces usagers-ères a volontiers participé à l'enquête et que leurs commentaires témoignent d'une vraie reconnaissance de pouvoir bénéficier de ces offres gratuites.



#### Q5.1 – Commentaires libres

« Merci d'exister ! Seul bémol : avoir été exclue physiquement de la bibliothèque faute de certificat covid. Mais la lecture numérique a fait passer plus ou moins la pilule » [Femme, 45-59 ans, Vaud]

« Il faudrait faire plus de publicités sur tous les moyens et supports que la BCUL possède. Car nombreux des choses cités je n'étais pas au courant de leur existence. » [Femme, 15-29 ans, Vaud]

« [...] Je me suis mise à écouter des livres audio quand je voyage plusieurs heures .... c'est magnifique et je peux continuer à regarder le paysage dans le train ! » [Femme, 75 ans et +, Vaud]

« Je trouve l'offre à distance exceptionnelle, mais il est difficile pour nos usagers (je suis bibliothécaire dans le réseau Renouvaud), de comprendre son fonctionnement (inscription à la BCU Riponne, puis procédures pour emprunter les contenus). [...] » [Femme, 45-59 ans, Vaud]

« Le site Scriptorium est une excellente ressource, mais sa consultation est laborieuse et instable. La conception est mauvaise, dès que l'on ouvre un article et que l'on revient à la recherche, la page entière doit être rechargée, cela doit surcharger le serveur. Je suis prêt à payer un abo pour un meilleur service. » [Homme, 45-59 ans, Vaud]

« des problèmes de chargement de livres sur ma liseuse ont été résolus récemment Merci J'apprécie votre volonté d'améliorer vos services...c'est rare ! la tendance vas plutôt vers la restriction » [Homme, 75 ans et +, Vaud]

« Pour info, je suis bibliothécaire dans le réseau Renouvaud. Et je recommande E-lecture qui a changé ma façon de lire des livres. Je lis presque toujours du numérique sur liseuse alors qu'avant j'empruntais des livres "papier", principalement en provenance de la Riponne. » [Femme, 45-59 ans, Vaud]

## 6.4 Des partenariats pour soutenir le secteur culturel

« Bcul est fantastique !!! C'est une offre exceptionnelle qui rend accessible la culture à tous. »  
(Femme, 45-59 ans, Vaud)

La sortie de la période pandémique nécessite de continuer à soutenir le secteur culturel. Parmi les causes de réduction des sorties culturelles, beaucoup ont déclaré privilégier d'autres activités, avoir perdu l'habitude ou manquer de moyens financiers. Des services de type « J'emprunte un musée » ou « J'emprunte un spectacle » (Bibliothèque municipale de Vevey 2024), créés en partenariats avec les institutions culturelles, pourraient encourager certains publics à reprendre le chemin des lieux culturels ou à diversifier leurs pratiques, tout en les fidélisant à la BCUL. De la même façon, nous avons vu que la pratique d'une activité artistique en tant qu'amateur était corrélée à l'augmentation du nombre de sorties culturelles depuis 2019 (mais aussi à l'âge en tant que variable confondue !). Pourquoi ne pas proposer des ateliers découverte ou des cours d'initiation en partenariat avec des professionnels ou des associations (écriture, dessin, peinture, musique, chant...) ?

En parallèle, et dans le but de faire prendre vie à cette potentielle « Cité des Savoirs » au sein du Palais de Rumine (RTS 2021; Cortés, Hochart, Lebouleur 2023, p. 34), il conviendrait d'accentuer les synergies avec les Musée cantonal d'archéologie et d'histoire et le NATUREUM, en créant des actions de médiation et de visibilité communes.

Enfin, des balades littéraires ou patrimoniales, animées ponctuellement sur le tout territoire vaudois, une artothèque ou une exposition immersive pourrait également augmenter l'attractivité et la notoriété de l'institution.

N°	Proposition	Public cible	Remarque, références
D.1	Mettre en place un service « J'emprunte un spectacle » et « J'emprunte un musée »	Lecteurs-trices loisirs, Nouveaux publics	Pour fidéliser les publics, en attirer d'autres. Pour contribuer à la diversification des sorties culturelles et lever l'obstacle financier (Bibliothèque municipale de Vevey 2024; Ville de Lausanne 2022) Ne semble plus exister sur Lausanne.
D.2	Créer des actions de médiation partagées avec les musées du Palais de Rumine	Omnivores, Nouveaux publics (Familles, Visiteurs-euses des Musées)	Pour créer un pôle cohérent, mutualiser les ressources, créer des synergies et être plus visible du grand public. Investir la Place de la Riponne
D.3	Créer une artothèque	Lecteurs-trices Loisirs, Nouveaux publics ?	Pour faire découvrir et valoriser les artistes vaudois-es, Pour sensibiliser à l'art et permettre d'en disposer chez soi à moindre coût. Pour échanger sur les œuvres.
D.4	Organiser des balades culturelles	Lecteurs-trices Loisirs, Seniors, e-Lecteurs-trices ?, Nouveaux publics ?	Alliant les loisirs « Randonnées » et « Sorties culturelles », en milieu ouvert
D.5	Promouvoir la pratique artistique	Tous publics sauf Apprenant-e-s	Créer des ateliers découverte en partenariat avec des artistes ou des associations, ou Créer un service « J'emprunte un cours d'activité artistique », « J'emprunte un instrument » (Canton de Vaud - DCIRH 2024)
D.6	Créer une exposition immersive virtuelle	Tous publics	Pour créer l'événement (La Fabrique culturelle 2015)



#### Q5.1 – Commentaires libres

*« Je tiens à préciser que je m'efforce de ne pas être uniquement une consommatrice de culture, mais d'être aussi active, bénévolement, dans ce domaine. Je suis passeuse de culture [...], et j'expose mon travail artistique [...] »* [Femme, 75 ans et +, Lausanne]

## 6.5 De la médiation pour contribuer à la cohésion sociale

*« Je considère la BCUL une des institutions qui me font sentir content d'habiter à Lausanne. [...] »*  
(Homme, 45-59 ans, Lausanne)

*« [...] En tout temps j'ai pu observer la diversité des utilisateur·ices de la Riponne, que ce soit des gens qui viennent travailler, se divertir, se rencontrer ou se reposer au sec / au chaud. Je trouve vraiment bien que ce soit un lieu vivant où tout le monde peut cohabiter et où tout le monde est le bienvenu et qu'il ne s'agisse pas d'un lieu aseptisé où seule(s) une / quelques catégories d'utilisateur·ices sont considérées comme légitimes. [...] »* (Femme, 15-29 ans, Lausanne)

Si les répondants que nous avons recensés dans le cadre de notre enquête se composent en grande majorité de personnes de formation tertiaire présentant un intérêt pour la Culture, le site Riponne est aussi un lieu de mixité sociale. Les commentaires font mention de l'apprentissage des langues, de recherche d'emploi et d'intégration. Des personnes y viennent pour les équipements techniques et les ordinateurs publics, d'autres pour se reposer, se rencontrer voire trouver un abri. Dans le contexte social et géopolitique actuel, les bibliothèques ont un rôle majeur à jouer en faveur de l'intégration et de la cohésion sociale, en soutien des politiques publiques.

A l'heure où l'accès à la connaissance et le rapport à l'information sont en pleine mutation au profit de formats souvent plus immédiats, condensés voire éphémères (émergence des tutoriels vidéo, des réseaux sociaux et de l'IA générative ; recul de la presse et ralentissement du recours aux livres), les bibliothèques devraient intensifier la formation de la population aux pratiques informationnelles et accompagner leur évolution.

Au sein d'une société vieillissante, les liens intergénérationnels sont aussi précieux. La BCUL - site Riponne pourrait s'attacher à valoriser les parcours de vie et cultiver le vivre ensemble.

Enfin, pour accompagner les nouveaux arrivants, le site Riponne, sous autorité cantonale, pourrait proposer, outre un soutien à l'apprentissage des langues, un service d'aide à l'intégration et d'orientation vers les services publics administratifs ad hoc ou vers le tissu associatif.

N°	Proposition	Public cible	Remarque, références
E.1	Créer des ateliers sur les pratiques informationnelles (réseaux sociaux, « fakes news », recherche d'information)	Tous publics	
E.2	Organiser des activités de type « bibliothèque vivante » (témoignages de « livres humains »)	Omnivores, Seniors, Nouveaux publics ?	(Université du Québec à Trois-Rivières 2022)
E.3	Favoriser les liens intergénérationnels	Seniors, Nouveaux publics (Familles), Nouveaux arrivants	
E.4	Favoriser l'apprentissage des langues	Tous publics, allophones	
E.5	Proposer un service d'aide aux démarches administratives et à l'intégration	Nouveaux arrivants, allophones	Guichet de conseil et d'orientation vers les services publics ou associations adaptés aux besoins
E.6	Proposer les services d'écrivains publics	Allophones, Personnes en difficulté avec la lecture ou l'écriture	Pour favoriser les relations humaines, l'autonomie (et concurrencer Chat GPT !)



#### Q5.1 – Commentaires libres

« Merci pour cette chance d'avoir une bibliothèque telle que la vôtre! J'ai pu proposer un nouveau livre à l'achat! [...] Cette offre gratuite est d'une qualité exceptionnelle. Elle représente énormément pour moi. Si je ne pouvais pas aller en bibliothèque, je ne sais pas ce que je ferais de ma vie. Je n'ai pas les moyens de partir en voyage. La bibliothèque est donc ma destination préférée!! [...] » [Femme, 45-59 ans, Vaud]

« [...] mon mari et moi apprécions bcp l'offre de livres papier, aussi en italien. Cela a bcp contribué à notre intégration et qualité de vie ! Merci ! » [Femme, 60-74 ans, Vaud]

« Merci, vous sauvez mes études ! » [Femme, 15-29 ans, Vaud]

« Ma première inscription à la BCU date de 1954 » [Homme, 75 ans et +, Vaud]

« Merci aux collaborateurs du BCUL d'aider les seniors dans leurs recherches de documents. La présence physique d'un(e) bibliothécaire est importante dans ces lieux. Rest[ons] humain dans nos bibliothèques. » [Homme, 60-74 ans, Vaud]

« Je suis fort étonné du grand nombre de livres numériques mis à disposition en anglais, plus grand que le nombre de livre en français, me semble-t-il. La majorité de vos lecteurs "numériques" est-il anglophone? Et pourquoi donc pratiquement aucun livre numérique en allemand ... ou est-ce aucun? Il serait pourtant avantageux de favoriser les romands qui souhaitent lire en allemand! » [Homme, 75 ans et +, Vaud]

« Sera excellente si orthodidacte était disponible (comme à Geneve) pour les gen que veulent améliorer leur Français. » [Femme, 60-74 ans, Vaud]

« Attention, la nouvelle génération d'étudiants a tendance de ne plus mettre les pieds dans une bibliothèque croyant pouvoir se limiter à ce qu'il trouve en ligne - je trouve cela très dangereux : il toujours privilégier l'achat d'un livre format papier sur un livre format numérique pour les obliger à aller en bibliothèque. » [Femme, 30-44 ans, Vaud]

## 6.6 Des actions pour encourager l'engagement citoyen

« [...] La seule institution pour laquelle je ne regrette pas de payer (trop) d'impôts. »  
(Homme, plus de 75 ans, Lausanne)

« [...] Je trouve que les lieux se finissant en "-thèque" c'est super (bibliothèques, ludothèques, "bibliothèques" d'objets, etc.) ! Peut-être que la BCUL pourrait communiquer davantage sur son inscription dans l'économie circulaire. » (Homme, 30-44 ans, Vaud)

« [...] Donnez accès aux outils informatiques sous licence libre (licence GPLv3 surtout). Formez les citoyens-citoyennes à ces outils. Ils/elles pourront développer et maintenir nos saines démocraties qui ne se maintiennent pas seules.... les politiques actuelles font de la participation citoyenne un simulacre. [...] »  
(Sans réponse, 30-44 ans, Lausanne)

Le statut quelque peu hybride du site Riponne constitue une réelle opportunité pour créer une interface entre la population et la communauté académique de l'UNIL. Ainsi, la bibliothèque pourrait être un lieu pédagogique de présentation et de valorisation de la recherche, voire d'implication de la population par des projets de sciences citoyennes.

Conservatrice du patrimoine vaudois, la BCUL pourrait également impliquer le public plus fortement par des actions de crowdsourcing, d'édition sur Wikipédia ou des hackathons en lien avec ses activités.

Enfin, certains commentaires de répondants invitent à ouvrir des débats publics, confronter les points de vue et encourager chacun-e à être acteur-trice d'une démocratie vivante.

N°	Proposition	Public cible	Remarque, références
F.1	Créer des actions de médiation en lien avec les recherches en cours à l'UNIL	Omnivores, Nouveaux publics ?	Développement durable avec la faculté de Biologie par exemple
F.2	Créer des actions de type crowdsourcing, marathon d'édition, hackathon	Omnivores, Apprenant-e-s	(Opendata.ch 2023; Libre ABC 2024; Leboueur 2022)
F.3	Organiser des débats publics, contextualisation historique, valorisation du patrimoine	Omnivores	En collaboration avec des associations, des personnalités politiques, des personnes issues de la communauté académique





#### Q5.1 – Commentaires libres

##### Des antagonismes et des prises de position

*« Prédominance des thématiques progressistes dans les affichages et les choix éditoriaux (inclusion, féminisme, antiracisme, immigrationisme etc.) au détriment d'une vision conservatrice de la société. La BCU étant financée par tous les publics il est injuste de militer ainsi ouvertement sur ces sujets. Par ailleurs l'usage systématique de l'écriture inclusive est confuse intellectuellement. Mes 3 enfants actuellement en train d'apprendre à lire ne la comprennent pas (en plus de constituer un acte militant supplémentaire). »* [Homme, 30-44 ans, Vaud]

*« Il est possible de tomber sur des livres qui défendent des paradigmes oppressifs tel que le sexisme, l'homophobie et la transphobie. Leurs présences m'ont été justifiées par la pluralité d'opinions comme si signifier que je suis une personne dangereuse par le simple fait de mon identité était une opinion et pas un délit, voir un crime. Je vais donc réaffirmer la suggestion de mettre une fiche informative collée à ses livres pour dire que vous condamnez ces propos mais que ces livres sont à des fins de recherches et de critiques ainsi qu'en ajoutant une contextualisation à ce genre d'ouvrages »* [Femme, 30-44 ans, Vaud]

*« Ce serait super d'avoir plus de jeux pour les enfants dans la bibliothèque et un programme de médiation culturelle plus clair et avec plus d'événement en lien avec l'UNIL pour que l'université se rapproche de la ville. [...] »* [Femme, 30-44 ans, Vaud]

*« [...] J'aimerais noter que la décision de se désunir de Swisscovery rend mon travail d'universitaire bien plus difficile. J'enseigne aussi à Fribourg, et maintenant j'utilise les bibliothèques fribourgeoises pour me procurer mes livres. L'abandon de Swisscovery a vraiment rendu l'offre, autant digitale que physique, de livres très mauvaise sur Lausanne. J'avais avant l'habitude de faire parvenir seulement les propositions d'achats de livres qui n'étaient pas sur Swisscovery, mais maintenant je me rends compte que nombreux ne sont pas en fait accessibles. C'est un gros problème pour mes étudiants aussi, qui se jettent sur Library Genesis et autres plateformes pour pirater des livres au lieu de les avoir sous forme physique et légale par le biais de la bibliothèque. J'espère que ceci va changer! [...] »* [Femme, 30-44 ans, Autre canton]

*« Je trouve déplorable que la BCU en général ne fasse pas partie de Swisscovery et que les PEB soient des prestations chères. Ceci est un frein énorme à la recherche scientifique, soulignant le retard que votre institution a décidé de prendre. »* [Homme, 15-29 ans, Vaud]

*« Surtout ne cédez pas aux mirages du numérique en matière d'abonnements à des revues ou d'acquisition d'ouvrages. L'accessibilité aux collections physiques comporte toutes sortes d'intérêts, d'avantages et de ressources que la consultation numérique ne possède pas. Sans parler de l'imprévisibilité de la dégradation des supports électroniques, leur évanescence (abonnements limités, etc.) et leur impact écologique désastreux (stockage, connexions transatlantiques, etc., etc.). Quels que soient les chiffres qui ressortiront de votre enquête (fréquentation, recours à tel ou tel mode de lecture-consultation par ex.), ne cédez pas aux mirages de l'immédiat : votre vocation est de conserver et de mettre à disposition des matériaux sur la longue durée. Il y a une dimension "archéologique" dans toute bibliothèque et l'un des pires crimes affectant ce type d'institution est ce qu'on appelle le "désherbage" déterminé par le nombre de consultation d'un ouvrage ou d'une revue qui condamne le chercheur futur à se confronter à la destruction de ce qui fut (pensé, discuté, fabriqué). »* [Homme, 75 ans et +, Autre canton]

## 7. Discussion méthodologique

Menant pour la première fois une enquête d'une telle ampleur, nous avons dû nous approprier un nombre conséquent de nouveaux concepts, outils et techniques d'analyse statistiques sur un temps très court. Dans ce contexte, notre préoccupation première a été avant tout d'adopter une méthodologie suffisamment rigoureuse et valide.

En ce sens, il nous semble avoir abordé la conception du questionnaire de manière documentée et partagée, garantissant une certaine fiabilité des données collectées. L'existence de biais reste cependant inévitable dans ce type d'enquête, et une autre approche, qualitative par exemple, en aurait produit d'autres de la même façon. Finalement, il convient surtout de les identifier, de les minimiser, puis de faire avec !

D'un autre côté, le choix de la population cible, contraint par la population réellement accessible, n'est certainement pas optimal. Et la décision de ne pas appliquer de pondération reste un point de fragilité, discutable mais au demeurant réversible. Notons que les rapports Qualtrics pondérés et non pondérés seront fournis à la BCUL parallèlement à ce rapport, ainsi que les données brutes collectées, le programme générant l'ACM et la CAH sur R et les rapports Factoshiny associés.

Les pourcentages globaux sont donc à prendre avec précaution et en connaissance de cause. C'est pourquoi nous avons multiplié les analyses par tranche d'âge, principal axe de déséquilibre de notre échantillon, afin de rendre les analyses plus fiables. Il n'en demeure pas moins que nos résultats non pondérés ne sont pas représentatifs de la population cible, ni généralisables. Précisons que les analyses factorielles (ACP et ACM) ne sont pas affectées par ce point.

En conséquence, les comparaisons initialement envisagées avec de précédentes enquêtes se sont avérées difficiles voire risquées. Les différences méthodologiques (populations cibles, modalités d'enquête, écarts temporels ou territoriaux, échantillonnages, formulations des questions, traitement des données, méthodes d'analyse...) ne permettent jamais de disposer de données de références comparables, y compris avec les études antérieures déjà menée sur le site Riponne. Pour tendre vers les enquêtes barométriques ou longitudinales stricto sensu, il faudrait appliquer systématiquement le même protocole.

Nous restons cependant très curieuse des résultats de la prochaine enquête de l'OFS sur les pratiques culturelles, portant sur la même période que notre étude. Ayant repris à dessein une partie des questions, nous pourrions à minima caractériser notre échantillon par rapport au reste de la population.

Nous constatons néanmoins que les résultats issus de ce type d'enquête sont rarement révélateurs de phénomènes insoupçonnés et viennent plutôt confirmer des ressentis opérationnels ou des perceptions générales, sur lesquels des valeurs chiffrées peuvent alors être avancées... avec toutes les précautions requises, et idéalement corroborées par les données induites.

Concernant les persona, nous avons déjà signalé que l'ACM et la CAH accentuent la tendance à la généralisation et nous rappelons que la segmentation des publics obtenue n'est issue que de la seule population des répondants. C'est pourquoi nous conseillons de les confronter à la réalité du terrain (focus groups) et d'évaluer les défauts de

couverture de l'enquête pour y ajouter d'autres portraits, réels et singuliers, de personnes dont les spécificités n'ont pas pu émerger dans le cadre de notre enquête (« séjournateurs non-emprunteurs », « personnes allophones », etc.).

D'un point de vue plus académique, nous sommes consciente de la longueur excessive de notre mémoire. Ceci dit, ayant de toute façon eu ce travail systématique d'analyse des données collectées à faire, il nous a semblé pertinent d'en présenter les résultats. Nous avons considéré agir ainsi dans l'intérêt de l'institution mandante. En parallèle et malgré le temps investi, nous regrettons de ne restituer qu'une revue de littérature limitée, le périmètre de recherche ayant été très large et le *timing* de l'enquête serré.

Enfin, si nous avons souligné les inconvénients et défauts des données d'enquête, l'exercice n'en reste pas moins vertueux :

- Une telle étude challenge l'organisation en interne.
- Elle donne la parole aux usagers-ères et crée de l'engagement (30% des répondants ont laissé un commentaire). A ce titre, les commentaires faisant référence à l'enquête sont fournis en annexe [Annexe 15].
- Dans notre cas, elle a même fait la promotion indirecte des offres numériques [Annexe 15].
- Elle ouvre la voie à d'autres investigations, sous la forme de focus groups par exemple, afin d'approfondir les besoins de certains publics identifiés.
- La prise en compte des résultats permet bien sûr d'élaborer des plans d'action.
- Leur diffusion auprès des parties prenantes permet de communiquer sur la base de données chiffrées et de témoignages d'usagers-ères récents, de justifier des choix stratégiques et de construire des plaidoyers documentés.

## 8. Conclusion

Notre enquête a porté sur un échantillon non représentatif d'usagers-ères de la Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL), que ce soit pour ses collections physiques, ses offres numériques grand public ou ses prestations sur le site de la Riponne.

A travers cette étude de cas, nous avons souhaité apporter des éléments de compréhension sur l'évolution des pratiques culturelles depuis 2019 et l'épidémie de COVID-19, en abordant la fréquentation des lieux culturels et l'usage des offres et supports numériques, mais aussi plus largement les rapports à l'information, aux loisirs et aux médias.

Il ressort de ce travail que la bibliothèque reste un lieu important pour ses usagers-ères, dont la fonction première est certes de prêter des documents, mais qui constitue également un véritable espace ressources, tant pour les loisirs, que pour le travail ou la formation ; un tiers-lieu qui répond à une grande pluralité d'usages. Dans notre cas, sa localisation, son personnel, ses collections et son ambiance sont particulièrement appréciés.

Bien qu'encore trop peu connues, les offres numériques proposées par la BCUL séduisent un public grandissant, en particulier concernant les livres électroniques et audios (eLectures), la presse numérique (Pressreader) et les archives numérisées de la presse vaudoise (Scriptorium). Cet usage a entraîné la réduction des prêts physiques pour près d'1 personne sur 4 (23%), tandis que 13% déclarent même n'avoir jamais emprunté de documents physiques à la BCUL. L'enquête a effectivement révélé l'existence d'un public usager exclusif des offres numériques, principalement eLectures, plutôt féminin, de formation tertiaire et domicilié hors Lausanne.

L'appropriation des formats numériques représente certainement une des évolutions les plus perceptibles. 79% des répondants ont lu au moins une fois un livre numérique sur les 12 derniers mois. Ce taux reste très spécifique de notre échantillon et n'est pas généralisable. Même si le livre papier reste le format privilégié, les moins de 30 ans font un usage indifférencié des documents physiques et numériques pour le travail ou la formation, tandis que les 45-74 ans utilisent les livres numériques pour les loisirs. La domination du streaming se confirme concernant l'écoute musicale et le visionnage de film, dont les abonnements fidélisent en premier lieu les moins de 30 ans. Cette progression semble s'effectuer au détriment des autres formats, à l'exception des supports physiques (CD, DVD, vinyles) qui suscitent un regain d'intérêt, certainement surévalué dans notre échantillon.

Si les répondants privilégient les musées, le cinéma et les concerts pour leurs loisirs, ce qui les distingue de la population lausannoise et agglomération est une plus grande variété dans leurs sorties culturelles, favorisée par plusieurs facteurs sociodémographiques tels que le fait d'être jeune, bien formé-e, domicilié-e en zone urbaine, de genre féminin et habiter à plusieurs. En revanche, plus d'1 personne sur 5 (21%) déclare avoir réduit sa fréquentation des lieux ou événements culturels depuis 2019, aux principaux motifs de privilégier d'autres types d'activité (51%) ou de manquer d'énergie (38%). En parallèle, 13% ont augmenté le nombre de sorties culturelles.

Les types de loisirs pratiqués ne révèlent pas beaucoup d'évolution, hormis le fort taux de pratique des jeux de cartes ou de société chez les moins de 30 ans. L'analyse des sources d'information utilisées pour compléter ses connaissances révèle quant à elle un décrochage de l'usage des livres, quel qu'en soit le support, chez les 15-29 ans, mais aussi de la presse et des revues spécialisées chez les moins de 45 ans. Les 15-29 ans semblent substituer ces sources d'informations conventionnelles au profit d'un recours massif aux tutoriels vidéo, mais aussi aux réseaux sociaux et à l'IA générative, qu'ils sont déjà près d'1/3 à solliciter (32%). Du côté de l'utilisation des médias pour les loisirs, le phénomène est différent, en ce sens que les moins de 45 ans ont plutôt tendance à multiplier les pratiques qu'à les substituer. Ces derniers consomment ainsi des vidéos, des séries, des réseaux sociaux, des podcasts et des livres audios, ou des jeux vidéo, sans pour autant abandonner complètement le recours aux médias plus traditionnels.

La réalisation d'une analyse factorielle (ACM) et d'une classification (CAH) a en outre permis de définir une nouvelle typologie des publics parmi les répondants.

Enfin nos recommandations portent sur l'attractivité de la bibliothèque en tant que tiers-lieu, la diffusion des offres numériques pour desservir le territoire, l'initiation de partenariats avec d'autres acteurs-trices culturel-le-s, la médiation pour favoriser la cohésion sociale et l'encouragement à l'engagement citoyen.

Informar, servir ; former, accompagner ; soutenir, collaborer ; intégrer, connecter ; construire et réengager, voici les verbes qui nous habitent au moment de clore cette étude.

Ce vaste paysage dépeint invite effectivement à l'action, avec la conviction que :

- Dans un contexte incertain et face aux risques de repli, le secteur culturel est en mesure de (re)créer des expériences communes et du dialogue.
- Les pratiques culturelles in situ et numériques sont complémentaires et peuvent s'enrichir mutuellement.
- Véritables interfaces, les bibliothèques doivent accentuer leur rôle de passeur et de facilitateur et ainsi oeuvrer au développement des talents de chacun-e, dans l'intérêt de toutes et tous.

Ainsi, soutenues par les pouvoirs publics, des institutions culturelles telles que la BCUL – site Riponne pourront continuer à nous inviter à cultiver notre jardin commun.

## Bibliographie

ALBENQUE, Laurent, 2013. *BCUL 2035 - Etape 1 : Définir les publics-cibles de la BCUL Riponne-Palais de Rumine en terme de besoins et de comportements*. Lausanne : BCUL. [document interne]

BAIN & COMPANY, 2024. Net Promoter Score® (NPS) & System. *Bain & Company* [en ligne]. 18 juillet 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.bain.com/consulting-services/customer-strategy-and-marketing/net-promoter-score-system/> [consulté le 15 août 2024].

BAKER, David et ELLIS, Lucy, 2021. *Libraries, digital information, and COVID: Practical applications and approaches to challenge and change*. Witney, Oxford, UK : Chandos Publishing. Chandos Digital Information Review. ISBN 978-0-323-88493-8.

BCUL, 1882. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1881* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/709710/view?page=1&p=separate&tool=info&view=0,0,1353,2161> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1899. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1898* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/684386/view?page=1&p=separate&tool=info> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1901. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1900* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/684391/view?page=1&p=separate&tool=info&view=0,0,1321,2225> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1911. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1910* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/684372/view?page=2&p=separate&tool=info&view=0,0,1364,2175> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1927. *Rapport annuel de la BCU Lausanne : Exercice 1926* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292317/view?page=1&p=separate&tool=info&view=0,0,1533,1312> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1931. *Rapport annuel de la BCU Lausanne : Exercice 1930* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292281/view?page=7&p=separate&tool=info&view=0,0,1600,2378> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1951. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1950* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292238/view?page=3&p=separate&tool=info&view=0,0,1696,2405> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1961. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1960* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292232/view?page=5&p=separate&tool=info&view=0,0,1680,2432> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1971. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1970* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu->

[lausanne.ch/zoom/292325/view?page=18&p=separate&tool=info&view=0,0,1679,2401](https://lausanne.ch/zoom/292325/view?page=18&p=separate&tool=info&view=0,0,1679,2401) [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 1991. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 1990* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292308/view?page=7&p=separate&tool=info&view=0,0,1620,2425> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2001. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 2000* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292245/view?page=10&p=separate&tool=info&view=0,0,1630,2429> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2011. *Rapport annuel de la BCU Lausanne de 2010* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : <https://scriptorium.bcu-lausanne.ch/zoom/292307/view?page=3&p=separate&tool=info&view=0,0,2222,3472> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2021. *Plan directeur 2021-2025* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : [https://www.bcu-lausanne.ch/wp-content/uploads/2021/12/20211130\\_bcul-plan-directeur\\_2021-2025\\_web.pdf](https://www.bcu-lausanne.ch/wp-content/uploads/2021/12/20211130_bcul-plan-directeur_2021-2025_web.pdf) [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2022. Site Riponne : Plan interactif des salles. *BCU-Lausanne* [en ligne]. Disponible à l'adresse : [https://app.loupe.sh/api/map/client/serve?key=loupe\\_9xUb3CkXm2BAoIMDaXTbzGXP\\_TdgsdJ3nfF5zKua0HuRnLya2pFKCFEgURj6E0BBBUWeP7](https://app.loupe.sh/api/map/client/serve?key=loupe_9xUb3CkXm2BAoIMDaXTbzGXP_TdgsdJ3nfF5zKua0HuRnLya2pFKCFEgURj6E0BBBUWeP7) [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2023. *Rapport annuel 2022* [en ligne]. Lausanne : BCUL. Disponible à l'adresse : [https://www.bcu-lausanne.ch/wp-content/uploads/2023/05/20230510\\_ra2022-bcul\\_visu.pdf](https://www.bcu-lausanne.ch/wp-content/uploads/2023/05/20230510_ra2022-bcul_visu.pdf) [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2024a. Site Riponne : Collections et patrimoine. *BCU-Lausanne* [en ligne]. 3 juillet 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.bcu-lausanne.ch/site/site-riponne/> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2024b. BCU Lausanne. *BCU-Lausanne* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.bcu-lausanne.ch> [consulté le 15 août 2024].

BCUL, 2024c. *Service du prêt de la BCUL site Riponne : Rapport d'activité 2023*. Lausanne : BCUL. [Document interne]

BCUL, 2024d. *Rédaction égalitaire : utilisation de l'écriture inclusive à la BCUL*. Lausanne : BCUL. [Document interne]

BIBLIOMEDIA, 2024. e-bibliomedia. *Bibliomedia* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.bibliomedia.ch/fr/theme/e-bibliomedia/> [consulté le 15 août 2024].

BIBLIOSUISSE, 2023. *Guide de la protection des données*. Aarau : Bibliosuisse. [sur abonnement]

BIBLIOTHÈQUE DE NYON, 2024. Offre numérique. *Ville de Nyon* [en ligne]. 30 mai 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.nyon.ch/vivre-a-nyon/festivals-culture/bibliotheque/decouvrir/offre-numerique/> [consulté le 15 août 2024].

BIBLIOTHÈQUE MUNICIPALE DE VEVEY, 2024. Les pass de la Biblio ! *Bibliothèque municipale Vevey* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://biblio.vevey.ch/default/emprunte-un.aspx?lg=fr-FR> [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD - DCIRH, 2024. *Politique culturelle vaudoise : Lignes directrices 2024-2027* [en ligne]. Lausanne : DCIRH. Juin 2024. Disponible à l'adresse : [https://www.vd.ch/fileadmin/user\\_upload/themes/culture/aides\\_creation/fichiers\\_pdf/POLCulturelle\\_1page.pdf](https://www.vd.ch/fileadmin/user_upload/themes/culture/aides_creation/fichiers_pdf/POLCulturelle_1page.pdf) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD - DFA, 2019a. *Supports de l'écoute musicale utilisés au cours de l'année, Vaud, 2014, 2019* [en ligne]. [Excel]. Statistique Vaud. Disponible à l'adresse : [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser\\_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom\\_16%2FTableaux%2FSupport-ecoute-musicale.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom_16%2FTableaux%2FSupport-ecoute-musicale.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD - DFA, 2019b. *Part de la population ayant visionné un film en privé, selon le support, Vaud, 2014 et 2019* [en ligne]. [Excel]. Statistique Vaud. Disponible à l'adresse : [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser\\_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom\\_16%2FTableaux%2FSupport\\_films.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom_16%2FTableaux%2FSupport_films.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD - DFA, 2020a. *Lecture selon le type et la fréquence, Vaud, 2019* [en ligne]. [Excel]. Statistique Vaud. Disponible à l'adresse : [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser\\_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom\\_16%2FTableaux%2FLecture\\_type\\_et\\_frequence.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom_16%2FTableaux%2FLecture_type_et_frequence.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD - DFA, 2020b. *Fréquentation des institutions culturelles au cours de l'année, Vaud, 2014, 2019* [en ligne]. [Excel]. T16.02.07. Statistique Vaud. Disponible à l'adresse : [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser\\_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom\\_16%2FTableaux%2FT16.02.07.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom_16%2FTableaux%2FT16.02.07.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD - DFA, 2020c. *Activités de loisirs au cours de l'année, Vaud, 2014, 2019* [en ligne]. [Excel]. Statistique Vaud. Disponible à l'adresse : [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser\\_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom\\_16%2FTableaux%2FActivites-loisirs.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.vd.ch%2Ffileadmin%2Fuser_upload%2Forganisation%2Fdfin%2Fstatvd%2FDom_16%2FTableaux%2FActivites-loisirs.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD, 2017. Des tutos à gogo. *La Gazette, média de la fonction publique vaudoise* [en ligne]. 9 novembre 2017. No 281. Disponible à l'adresse : [https://gazette.vd.ch/fileadmin/user\\_upload/archives/2017/281/index.html](https://gazette.vd.ch/fileadmin/user_upload/archives/2017/281/index.html) [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD, 2020a. Construction du Palais de Rumine. *Palais de Rumine* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://palaisderumine.ch/le-palais/construction-du-palais-de-rumine/> [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD, 2020b. Plan Palais de Rumine. *Palais de Rumine* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://palaisderumine.ch/le-palais/plan-palais-de-rumine/> [consulté le 15 août 2024].

CANTON DE VAUD, 2024. *Population résidente permanente par classe d'âges quinquennale, sexe et origine, Vaud, 2017-2023* [en ligne]. 8 août 2024. MicroStrategy. Disponible à l'adresse : <https://mstrpub.vd.ch/MicroStrategy/servlet/mstrWeb> [consulté le 15 août 2024].



CHENG, Cindy et al., 2020. COVID-19 Government Response Event Dataset (CoronaNet v.1.0). *Nature Human Behaviour*. 23 juin 2020. Vol. 4, no 7, pp. 756-768. DOI [10.1038/s41562-020-0909-7](https://doi.org/10.1038/s41562-020-0909-7).

CONFÉDÉRATION SUISSE, 2023. *Loi fédérale du 25 septembre 2020 sur la protection des données (LPD)* [en ligne]. RS 235.1. 1<sup>er</sup> septembre 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2022/491/fr> [consulté le 15 août 2024].

CONFRÉRIE DES VIGNERONS, 2019. Une Fête des Vignerons 2019 déjà dans la légende ! *Fête des Vignerons 2019* [en ligne]. 11 août 2019. Disponible à l'adresse : <https://www.fetedesvignerons.ch/une-fete-des-vignerons-2019-deja-dans-la-legende/> [consulté le 15 août 2024].

CORON, Clotilde, 2020. *La boîte à outils de l'analyse de données* [en ligne]. Paris : Dunod. La Boîte à Outils. ISBN 978-2-10-080855-7. Disponible à l'adresse : <https://hesge.scholarvox.com/book/88882036> [consulté le 15 août 2024]. [accès sur abonnement]

CORTÉS, Cynthia, HOCHART, Hélène et LEBOULEUR, Delphine, 2023. *Bibliothèque Cantonale et Universitaire de Lausanne (BCUL) - Site Riponne : Vision prospective* [en ligne]. Genève : Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE). 17 décembre 2023. DOI: [10.5281/ZENODO.10818260](https://doi.org/10.5281/ZENODO.10818260).

COULANGEON, Philippe, 2010. *Sociologie des pratiques culturelles*. Paris : La Découverte. Repères Sociologie, No 418. ISBN 978-2-7071-6498-8.

COUNTER, 2024. COUNTER Metrics - Delivering The Standard For Usage Metrics. *Counter Metrics* [en ligne]. 10 mai 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.countermetrics.org/> [consulté le 15 août 2024].

DELCARMINE, Nadine et al., 2016. *Livre blanc « Qu'est-ce qui fait la valeur des bibliothèques ? »* [en ligne]. AFNOR/CN46-8. Disponible à l'adresse : <https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/65997-qu-est-ce-qui-fait-la-valeur-des-bibliotheques-livre-blanc.pdf> [consulté le 15 août 2024].

DÉPARTEMENT FÉDÉRAL DE L'INTÉRIEUR (DFI), 2022. *Timeline - Coronavirus DFI 2020-2022* [en ligne]. Berne : DFI. Disponible à l'adresse : [https://www.edi.admin.ch/dam/edi/fr/dokumente/Timeline\\_Corona\\_FR.pdf.download.pdf/Timeline\\_Corona\\_FR.pdf](https://www.edi.admin.ch/dam/edi/fr/dokumente/Timeline_Corona_FR.pdf.download.pdf/Timeline_Corona_FR.pdf) [consulté le 15 août 2024].

DÉTREZ, Christine, 2020. *Sociologie de la culture*. 2e éd. Paris : Armand Colin. Cursus. ISBN 978-2-200-62925-0.

DROESBEKE, Jean-Jacques et VERMANDELE, Catherine, 2019. *Ce que nous disent les sondages* [en ligne]. Bruxelles : Académie royale de Belgique. L'Académie en poche. ISBN 978-2-8031-0666-0. Disponible à l'adresse : <https://hesge.scholarvox.com/book/88910835> [consulté le 19 mai 2024]. [accès sur abonnement]

ÉTAT DE VAUD, 2007. *Loi sur la protection des données personnelles (LPrD)* [en ligne]. 172.65. 11 septembre 2007. Disponible à l'adresse : <https://prestations.vd.ch/pub/blv-publication/actes/consolide/172.65?key=1543934892528&id=cf9df545-13f7-4106-a95b-9b3ab8fa8b01> [consulté le 15 août 2024].

ÉTAT DE VAUD, 2014. *Loi sur le patrimoine mobilier et immatériel (LPMI)* [en ligne]. 446.12. 8 avril 2014. Disponible à l'adresse :

[https://www.vd.ch/fileadmin/user\\_upload/organisation/dfj/serac/Vaudculture/LPMI.pdf](https://www.vd.ch/fileadmin/user_upload/organisation/dfj/serac/Vaudculture/LPMI.pdf) [consulté le 15 août 2024].

ÉTAT DE VAUD, 2021. *Les pratiques culturelles dans le canton de Vaud en 2019* [en ligne]. Lausanne : Service des Affaires Culturelles (SERAC). Disponible à l'adresse :

[https://www.vd.ch/fileadmin/user\\_upload/organisation/dfin/statvd/Dom\\_16/Publications/Brochure-SERAC.pdf](https://www.vd.ch/fileadmin/user_upload/organisation/dfin/statvd/Dom_16/Publications/Brochure-SERAC.pdf) [consulté le 15 août 2024].

ÉTAT DE VAUD, 2024. *Une direction générale au service de la culture et des publics* [en ligne]. Lausanne : État de Vaud. 20 février 2024. Disponible à l'adresse :

<https://www.vd.ch/typo3temp/assets/pdfs/une-direction-generale-au-service-de-la-culture-et-des-publics-1708421498.pdf> [consulté le 15 août 2024].

EVANS, Christophe (éd.), 2017. *Mener l'enquête : Guide des études de publics en bibliothèque* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib. La boîte à outils, 22. ISBN 978-2-37546-035-1. Disponible à l'adresse : [DOI 10.4000/books.pressesenssib.563](https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.563).

FIELD, Andy, MILES, Jeremy et FIELD, Zoé, 2012. *Discovering statistics using R*. Los Angeles : Sage. ISBN 978-1-4462-0046-9.

FREY, Jeannette et al., 2010. « *BCU Lausanne 2035* » : *Rapport d'analyse préliminaire*. Lausanne : BCUL. 25 octobre 2010. [Document interne]

GIRY, Julien, 2022. Fake news et théories du complot en période(s) pandémie(s). *Quaderni*. Printemps 2022. Vol. 106, no 2, pp. 43-64. [DOI 10.4000/quaderni.2303](https://doi.org/10.4000/quaderni.2303).

GUAY, Hervé, LEROUX, Louis Patrick et BOULIANE, Sandria P., 2024. *La culture au Québec au temps de la pandémie : réaction, adaptation, normalisation, résistance et hybridation* [en ligne]. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal. Nouvelles éditions québécoises. ISBN 978-2-7606-5033-6. Disponible à l'adresse : [https://pum.umontreal.ca/catalogue/la\\_culture\\_au\\_quebec\\_au\\_temps\\_de\\_la\\_pandemie](https://pum.umontreal.ca/catalogue/la_culture_au_quebec_au_temps_de_la_pandemie) [consulté le 15 août 2024]. [accès payant]

GUO, Yuqi et al., 2021. Factors Associated with Symptoms of Depression and Psychological Distress during the COVID-19 Pandemic. *Behavioral Sciences*. 21 janvier 2021. Vol. 11, no 2, p. 13. [DOI 10.3390/bs11020013](https://doi.org/10.3390/bs11020013).

HUSSON, François, 2014. *Analyse des correspondances multiples (cours 1/4) : données et problématiques* [en ligne]. YouTube, 12 décembre 2014. Disponible à l'adresse : [https://www.youtube.com/watch?v=C\\_JhUZtrPsc](https://www.youtube.com/watch?v=C_JhUZtrPsc) [consulté le 15 août 2024].

HUSSON, François, 2024. MOOC d'analyse de données. *François Husson* [en ligne]. 4 juillet 2024. Disponible à l'adresse : [https://husson.github.io/MOOC\\_AnaDo/index.html](https://husson.github.io/MOOC_AnaDo/index.html) [consulté le 15 août 2024].

INSEE, 2022. Il y a sondage et sondage... *Le blog de l'Insee - Données et méthodes* [en ligne]. 25 juillet 2022. Disponible à l'adresse : <https://blog.insee.fr/il-y-a-sondage-et-sondage/> [consulté le 15 août 2024].

INSYNC SURVEYS PTY LTD, 2019. *Dalhousie Libraries Survey : Key findings report* [en ligne]. Halifax : Dalhousie University. Février 2019. Disponible à l'adresse : <https://cdn.dal.ca/content/dam/dalhousie/pdf/library/assessment/2019-02-24%20Dalhousie%20Libraries%20Survey%20Key%20Findings%20Report%20MAC.pdf> [consulté le 15 août 2024].

ISO, 2014. *Information and documentation - Methods and procedures for assessing the impact of libraries*. Genève : International Organization for Standardization. ISO

16439:2014. Disponible à l'adresse : <https://www.iso.org/standard/56756.html> [consulté le 15 août 2024]. [accès payant]

ISO, 2019. *Market, opinion and social research, including insights and data analytics — Vocabulary and service requirements*. Genève : International Organization for Standardization. ISO 20252:2019. Disponible à l'adresse : <https://www.iso.org/standard/73671.html> [consulté le 15 août 2024]. [accès payant]

ISO, 2022. *Information and documentation — International library statistics*. Genève : International Organization for Standardization. ISO 2789:2022. Disponible à l'adresse : <https://www.iso.org/standard/78525.html> [consulté le 15 août 2024]. [accès payant]

ISO, 2023. *Information and documentation - Library performance indicators*. Genève : International Organization for Standardization. ISO 11620:2023. Disponible à l'adresse : <https://www.iso.org/standard/83126.html> [consulté le 15 août 2024]. [accès payant]

JONCHERY, Anne et GARCIA, Léa, 2023. Étude des pratiques culturelles et numériques en période confinée. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. 1<sup>er</sup> décembre 2023. No 27. DOI [10.4000/rfsic.14724](https://doi.org/10.4000/rfsic.14724).

KAH, Estelle et PRUVOT, Michel, 2003. L'analyse log-linéaire de tableaux de contingence et le modèle logit I : principe, usage, intérêt et limites. *Cybergeo*. 10 janvier 2003. No 230. DOI [10.4000/cybergeo.3481](https://doi.org/10.4000/cybergeo.3481).

LA FABRIQUE CULTURELLE, 2015. Robert Lepage, Alberto Manguel et BAnQ : La bibliothèque, la nuit!. *La Fabrique culturelle* [en ligne]. 8 décembre 2015. Disponible à l'adresse : <https://www.lafabriqueculturelle.tv/capsules/6316/robert-lepage-alberto-manguel-et-banq-la-bibliotheque-la-nuit> [consulté le 15 août 2024].

LEBOULEUR, Delphine, 2022. *Crowdsourcing GLAM et métadonnées descriptives*. Genève : Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE). 30 mai 2022. DOI: [10.5281/ZENODO.10818177](https://doi.org/10.5281/ZENODO.10818177).

LIBQUAL+, 2024. What is LibQUAL ? *LibQUAL+*<sup>®</sup> [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.libqual.org/home> [consulté le 15 août 2024].

LIBRE ABC, 2024. Journée des logiciels libres en archives, bibliothèques et centres de documentation. *Libre ABC* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://libreabc.ch/> [consulté le 15 août 2024].

MCMENEMY, David, ROBINSON, Elaine et RUTHVEN, Ian, 2022. The Impact of COVID-19 Lockdowns on Public Libraries in the UK: Findings from a National Study. *Public Library Quarterly*. 28 mars 2022. Vol. 42, no 1, pp. 92-110. DOI [10.1080/01616846.2022.2058860](https://doi.org/10.1080/01616846.2022.2058860).

MERCIER, Etienne, TÉTAZ, Alice et LERAY, Alexandre, 2023. *Les Français et la lecture en 2023* [en ligne]. Paris : IPSOS. Avril 2023. Disponible à l'adresse : <https://centrenationaldulivre.fr/sites/default/files/2023-04/Les%20Fran%C3%A7ais%20et%20la%20lecture%20Rapport%20complet%202023-04-12%20OK.pdf> [consulté le 15 août 2024].

M.I.S TREND, 2012. *Étude sur l'utilisation actuelle et les attentes des usagers de la Riponne relativement à l'offre numérique de la bibliothèque*. Lausanne : BCUL. Novembre 2012. [document interne]

MOESCHLER, Olivier, 2019. *Les publics de la culture à Lausanne : Enquête sur la fréquentation des institutions culturelles par la population de l'agglomération* [en ligne].

Lausanne : UNIL. Juin 2019. Disponible à l'adresse : [https://www.dropbox.com/scl/fo/8u4bbci8il5pst5wnx4ga/ALDB8AZi6fpRAe3VxK-ugNQ/Rapport\\_Publics\\_de\\_la\\_culture\\_a\\_Lausanne\\_2019.pdf?rlkey=myzldwpa429ww4qfp6flwo4i&e=1&dl=0](https://www.dropbox.com/scl/fo/8u4bbci8il5pst5wnx4ga/ALDB8AZi6fpRAe3VxK-ugNQ/Rapport_Publics_de_la_culture_a_Lausanne_2019.pdf?rlkey=myzldwpa429ww4qfp6flwo4i&e=1&dl=0) [consulté le 15 août 2024].

MORF, Fabien et al., 2022. *Les sorties culturelles en temps de Covid-19 : 4e édition* [en ligne]. Lausanne : L'Oeil du Public. Novembre 2022. Disponible à l'adresse : [https://loeildupublic.com/wp-content/uploads/2022/12/Les-Sorties-Culturelles-en-temps-de-Covid-en-Suisse-Nov-22\\_FR.pdf](https://loeildupublic.com/wp-content/uploads/2022/12/Les-Sorties-Culturelles-en-temps-de-Covid-en-Suisse-Nov-22_FR.pdf) [consulté le 15 août 2024].

MUSÉE CANTONAL DES BEAUX-ARTS DE LAUSANNE (MCBA), 2024. Historique. MCBA [en ligne]. 21 juin 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.mcba.ch/historique/> [consulté le 15 août 2024].

NATIONS UNIES, 2023. COVID-19 : le chef de l'OMS déclare la fin de l'urgence sanitaire mondiale. *ONU Info* [en ligne]. 5 mai 2023. Disponible à l'adresse : <https://news.un.org/fr/story/2023/05/1134842> [consulté le 15 août 2024].

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (OFS), 2020a. *Les pratiques culturelles en Suisse - Principaux résultats 2019 et comparaison avec 2014* [en ligne]. Neuchâtel : Office fédéral de la statistique (OFS). 1616-1900. Disponible à l'adresse : <https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/15044400/master> [consulté le 15 août 2024].

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (OFS), 2023a. *Données de référence et définitions des variables* [en ligne]. Neuchâtel : Office fédéral de la statistique (OFS). do-f-16.02.02-2023-2. 1<sup>er</sup> mars 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/24247269> [consulté le 15 août 2023].

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (OFS), 2023b. Vidéo à la demande (VoD). *Office fédéral de la statistique* [en ligne]. 6 octobre 2023. Disponible à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/kultur/film-kino/vod.html> [consulté le 15 août 2024].

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (OFS), 2024. *Équipement et dépenses TIC des ménages - 1998-2022* [en ligne]. [Excel]. ind-f-30103. 5 juin 2024. Office fédéral de la statistique. Disponible à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/31605929> [consulté le 15 août 2024].

OPENDATA.CH, 2023. GLAMhack23. *OpenData.ch* [en ligne]. 29 septembre 2023. Disponible à l'adresse : <https://opendata.ch/events/glamhack2023/> [consulté le 15 août 2024].

ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ (OMS), 2020. IHR Emergency Committee on Novel Coronavirus (2019-nCoV). *World Health Organization* [en ligne]. 30 janvier 2020. Disponible à l'adresse : [https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-statement-on-ihr-emergency-committee-on-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-statement-on-ihr-emergency-committee-on-novel-coronavirus-(2019-ncov)) [consulté le 15 août 2024].

ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ (OMS), 2023. Statement on the fifteenth meeting of the IHR (2005) Emergency Committee on the COVID-19 pandemic. *World Health Organization* [en ligne]. 5 mai 2023. Disponible à l'adresse : [https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-\(covid-19\)-pandemic](https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-(covid-19)-pandemic) [consulté le 15 août 2024].

PERRET, Michael et SIMONET CHATTON, Françoise, 2012. *Enquêtes BCUL - Guide de l'élaboration d'un questionnaire BCUL*. Lausanne : BCUL. 21 novembre 2012. [Document interne]



PFEFFERBAUM, Betty et NORTH, Carol S., 2020. Mental Health and the Covid-19 Pandemic. *New England Journal of Medicine*. 13 avril 2020. Vol. 383, no 6, pp. 510-512. [DOI 10.1056/NEJMp2008017](https://doi.org/10.1056/NEJMp2008017).

PLATEFORME 10, 2022. Plateforme 10 : Le quartier des arts. *Plateforme 10* [en ligne]. 22 mars 2022. Disponible à l'adresse : <https://plateforme10.ch/a-propos/> [consulté le 15 août 2024].

QR CODE GENERATOR, 2024. Créez vos propres codes QR gratuitement. *QR Code Generator* [en ligne]. Disponible à l'adresse : <https://fr.qr-code-generator.com/> [consulté le 15 août 2024]. [services complémentaires payants]

QUALTRICS XM, 2022a. Données intégrées. *Qualtrics XM* [en ligne]. 14 septembre 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.qualtrics.com/support/fr/survey-platform/survey-module/survey-flow/standard-elements/embedded-data/> [consulté le 15 août 2024].

QUALTRICS XM, 2022b. Guide du Net Promoter Score. *Qualtrics XM* [en ligne]. 12 mars 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/client/nps/> [consulté le 15 août 2024].

RTS, 2021. Un Muséum des sciences naturelles va naître au Palais de Rumine à Lausanne. *RTS* [en ligne]. 7 septembre 2021. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/regions/vaud/12474438-un-museum-des-sciences-naturelles-va-naître-au-palais-de-rumine-a-lausanne.html> [consulté le 15 août 2024].

RTS, 2024. L'exposition immersive du MCBA de Lausanne ferme ses portes sur un record historique. *RTS* [en ligne]. 3 mars 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.rts.ch/info/culture/arts-visuels/2024/article/l-exposition-immersive-du-mcba-de-lausanne-ferme-ses-portes-sur-un-record-historique-28424973.html> [consulté le 15 août 2024].

SARDI, Massimo et AELLIG, Urs, 2017. *Etude sur les usages des bibliothèques du Département de la culture et du sport de la Ville de Genève – enquête auprès des usagers actifs et des non-usagers* [en ligne]. Lucerne : Link Institut. 16.0465. 8 juin 2017. Disponible à l'adresse : [https://www.geneve.ch/sites/default/files/fileadmin/public/Departement\\_3/Rapports/bibliotheques-geneve-rapport-2017.pdf](https://www.geneve.ch/sites/default/files/fileadmin/public/Departement_3/Rapports/bibliotheques-geneve-rapport-2017.pdf) [consulté le 15 août 2023].

SECRÉTARIAT D'ETAT À L'ÉCONOMIE (SECO), 2024. *La situation sur le marché du travail* [en ligne]. Berne : Confédération suisse. Mai 2024. Disponible à l'adresse : [https://www.seco.admin.ch/dam/seco/fr/dokumente/Publikationen\\_Dienstleistungen/Publikationen\\_Formulare/Arbeit/Arbeitslosenversicherung/Die%20Lage%20auf%20dem%20Arbeitsmarkt/arbeitsmarkt\\_2024/lage\\_arbeitsmarkt\\_mai-2024.pdf.download.pdf/PRESSEDOK2405\\_F.pdf](https://www.seco.admin.ch/dam/seco/fr/dokumente/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_Formulare/Arbeit/Arbeitslosenversicherung/Die%20Lage%20auf%20dem%20Arbeitsmarkt/arbeitsmarkt_2024/lage_arbeitsmarkt_mai-2024.pdf.download.pdf/PRESSEDOK2405_F.pdf) [consulté le 15 août 2024].

SIMONET CHATTON, Françoise et BEZENÇON, Christophe, 2018. *Enquête 2018 sur les besoins non documentaires du public du site Riponne de la BCUL*. Lausanne : BCUL. [document interne]

SIMONET, Françoise et BEZENÇON, Christophe, 2019. Enquête 2018 sur les besoins non documentaires du public du site Riponne de la BCUL : méthodologie et principales conclusions. *Revue électronique suisse de science de l'information (RESSI)* [en ligne]. 30 décembre 2019. No 20. Disponible à l'adresse : [http://www.ressi.ch/num20/article\\_166](http://www.ressi.ch/num20/article_166) [consulté le 15 août 2023].

SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE (SNEP), 2022. *La production musicale française en 2021* [en ligne]. Neuilly-sur-Seine : SNEP. Disponible

à l'adresse : <https://snepmusique.com/wp-content/uploads/2022/03/SNEP-DOSSIER-DE-PRESSE-V7-Version-finale.pdf> [consulté le 15 août 2024].

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES, 2022. Venez vivre l'expérience d'une bibliothèque vivante sur le thème des Premiers Peuples. *En Tête* [en ligne]. 20 septembre 2022. Disponible à l'adresse : <https://blogue.uqtr.ca/2022/09/20/venez-vivre-l'experience-d'une-bibliotheque-vivante-sur-le-theme-des-premiers-peuples/> [consulté le 15 août 2024].

U.S. DEPARTMENT OF DEFENSE, 2024. Coronavirus: Timeline. *U.S. Department of Defense* [en ligne]. 18 mars 2024. Disponible à l'adresse : <https://www.defense.gov/Spotlights/Coronavirus-DOD-Response/Timeline/> [consulté le 15 août 2024].

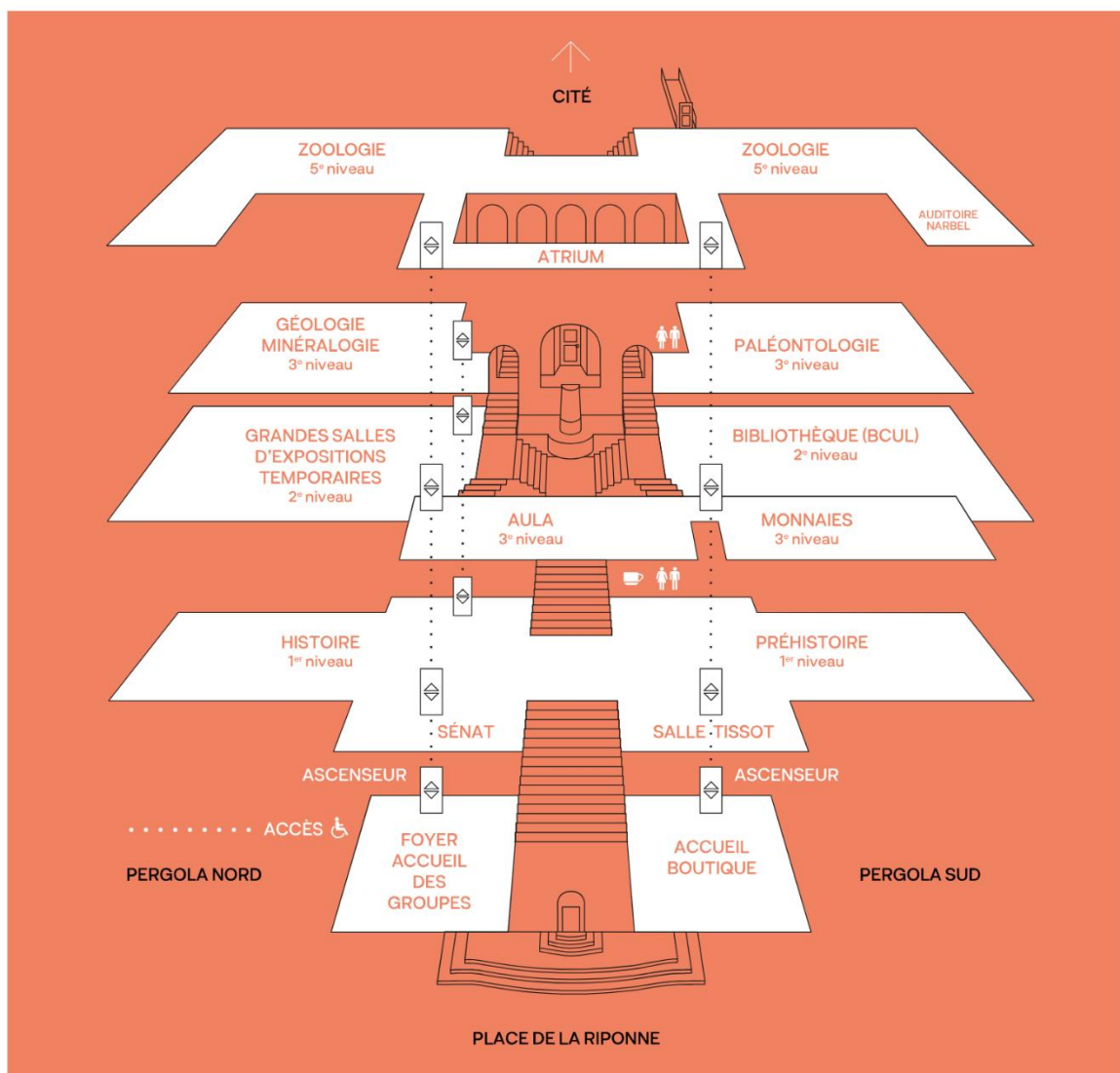
VECCO, Marilena et al., 2022. *The impact of the COVID-19 pandemic on cultural and creative industries* [en ligne]. Genève : World intellectual property organization (WIPO). 9 mai 2022. Disponible à l'adresse : [https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/wipo\\_cr\\_covid\\_19\\_ge\\_22/wipo\\_cr\\_covid\\_19\\_ge\\_22\\_study.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/wipo_cr_covid_19_ge_22/wipo_cr_covid_19_ge_22_study.pdf) [consulté le 15 août 2024].

VILLE DE LAUSANNE, 2022. «Empruntez un musée!» : une action pour visiter gratuitement les trois musées communaux. *Ville de Lausanne* [en ligne]. 1<sup>er</sup> décembre 2022. Disponible à l'adresse : [https://www.lausanne.ch/apps/actualites/index.php?actu\\_id=68900](https://www.lausanne.ch/apps/actualites/index.php?actu_id=68900) [consulté le 15 août 2024].

WULLYAMOZ, Jean-François, 2008. *La BCU/Riponne et son public : profil, pratiques et attentes*. Lausanne : BCUL. [document interne]

# Annexe 1 : Plan et horaires du Palais de Rumine

(Canton de Vaud 2020b)



## ADRESSE

Palais de Rumine  
Place de la Riponne 6  
CH - 1005 Lausanne

Tel : + 41 21 316 33 10

E-mail : [info.rumine@vd.ch](mailto:info.rumine@vd.ch)

[Plan d'accès](#)

## HORAIRES DES MUSÉES ET DE LA BIBLIOTHÈQUE

### Musée/Museums

- Mardi-dimanche et jours fériés / 10h-17h / Tuesday-Sunday and public holidays
- Fermé le lundi/Closed on Monday and on 01.01, 25.12.

### Horaires de la bibliothèque/Library opening

## TARIFS

### Expositions temporaires/Temporary exhibitions

Adulte/Adult : 8 francs  
Prix réduit/Reduced Price : 5 francs  
Gratuit pour les moins de 26 ans et le 1er samedi du mois.  
Free entrance under 26 years old and on each 1st Saturday of the month.

Expositions permanentes et emprunt de documents à la bibliothèque: **gratuit**  
Free entrance for permanent exhibitions.

## HORAIRES DE L'ACCÈS PUBLIC AU BÂTIMENT

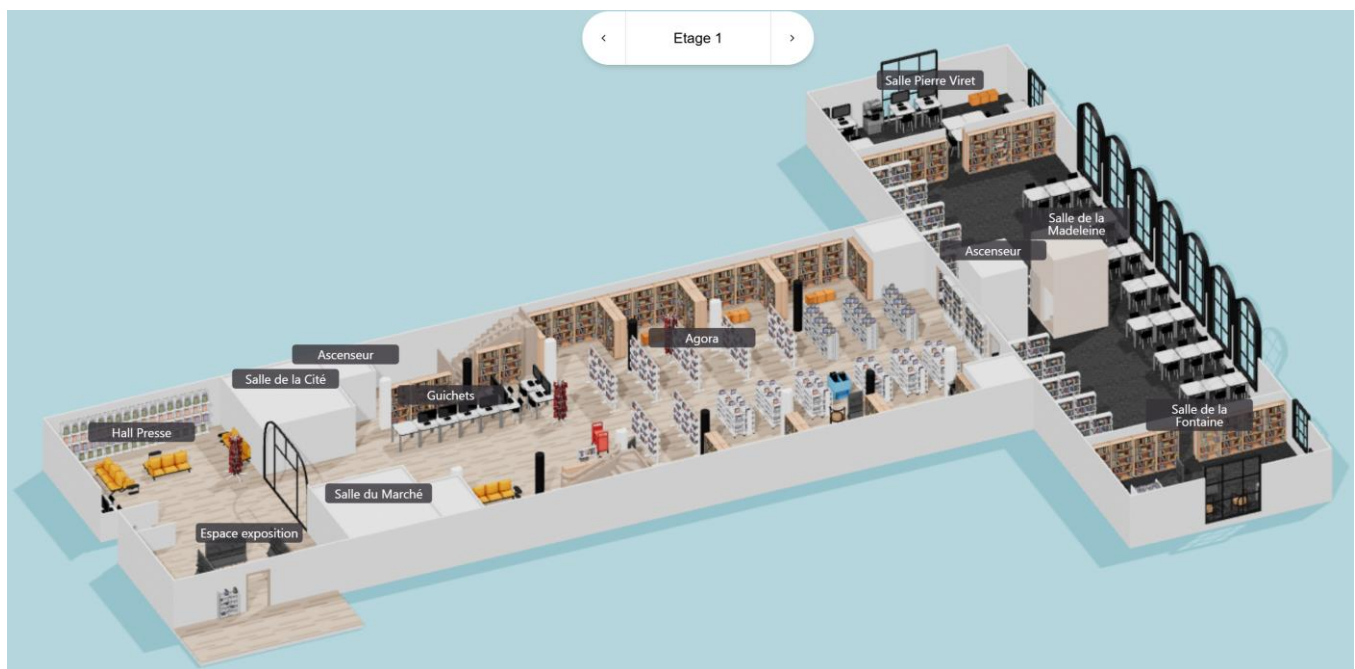
Du lundi au vendredi/Monday to Friday: 8h-22h.  
De 20h à 22h, seule l'entrée principale par la place de la Riponne est ouverte.  
From 8pm to 10pm, only the main entrance from the Place de la Riponne is open.  
Samedi/Saturday: 8h-17h  
Dimanche/Sunday: 10h-17h  
Jours fériés/Public holidays : 10h-17h

**Le bâtiment est fermé / the building is closed**  
2023: 25.12  
2024: 01.01, 01.04, 20.05, 5.8, 12.8, 16.09, 25.12  
2025 : 01.01, 21.04, 09.06, 22.09, 25.12

### Plan d'accès et contact

## Annexe 2 : Plan de la BCUL – site Riponne

Sur la base du plan interactif disponible en ligne (BCUL 2022).





## Annexe 3 : Études BCUL antérieures

	2008	2010	2011	2012	2018	2023
	Généraliste - Publics	Manifestations culturelles	Non-publics	Offres numériques	Généraliste - Publics	eLectures
<b>Objectifs</b>	Publics : profil, pratiques, attentes	Publics : profils, fréquentation, satisfaction, attentes	Population vaudoise : notoriété, obstacles, incitations, communication, pratiques culturelles	Usagers et ressources numériques : connaissance, utilisation, attentes et tendances	Publics : profil, fréquentation, usages, besoins non documentaires, satisfaction	Usagers : satisfaction de la plateforme Cantook
<b>Population visée</b>	Usagers de la BCUL - Site Riponne	Public des manifestations culturelles	Population vaudoise	Usagers de la BCUL - Site Riponne	Usagers de la BCUL - Site Riponne	Usagers de eLectures
<b>Auteur</b>	Interne BCUL	Prestataire externe	Prestataire externe + GT	Prestataire externe	Interne BCUL	De Marque
<b>Dates</b>	27/06/2008 - 12/07/2008	entre fin novembre 2010 et début janvier 2011	du 5 au 10 septembre 2011	du 3 au 17 septembre 2012 + relance le 10/09	3 x 1 semaine : fin mai, août, novembre 2018	?
<b>Méthodologie</b>	Interviews en face-à-face + qqs distributions	Questionnaire auto-administré en ligne + papier, distribuée lors des manifestations et jointe à la distribution du programme par courrier	Entretiens téléphoniques centralisés Questionnaire (10 min.)	– une phase quantitative (usagers) : usages, jugements, attentes = Questionnaire en ligne (10 min.) – une phase qualitative (cibles) = 16 entretiens individuels en face-à-face (1h)	Questionnaire administré en face-à-face, 22 questions, selon guide BCUL + qqs questions spécifiques + questions ouvertes (est. 10-15 minutes), par une équipe d'enquêteurs (collaborateurs + étudiants), présente de 50 à 75h par semaine, sur 6 jours, couvrant différents horaires de la journée + qqs auto-administrés ressaisis	
<b>Technique d'échantillonnage</b>			Sélection aléatoire des numéros de téléphone puis de la personne interrogée au sein du foyer jusqu'à concurrence de quotas de sexe et d'âges prédéterminés		sondage aléatoire simple, en nous adressant aux usagers entrant dans la bibliothèque, en veillant à aborder tous les publics présents ces jours-là, pour éviter des biais comme par exemple interroger des usagers connus pour leur régularité ou leur intérêt pour la bibliothèque	
<b>Biais</b>	Confusion BCUL et Site Riponne	Fossé intergénérationnel et surreprésentation des classes d'âge les plus jeunes	Taille de l'échantillon trop modeste et nombre de profils de public trop important			Résultats indifférenciés avec l'usage de e-bibliomedia
<b>Diffusion</b>		=> 41 réponses sur 2'000 questionnaires distribués => 1181 + 100 réponses sur 17'000 usagers-ères actifs-ves contactés par mail				
<b>Taille échantillon</b>	465 personnes	1'398 réponses	348 réponses (vaudois de 15 ans et +) => 301 analysées	2'209 réponses taux de participants de 24%	462 réponses	
<b>Traitement</b>		Redressement selon l'âge nécessaire mais impossible car caractéristiques de la population visée inconnues				

## Annexe 4 : Population accessible et datasets BCUL

Groupe	Lecteurs actifs
Contexte	La BCUL dispose des données de comptes et des statistiques d'usage de ses usagers-ères
Période considérée	Avril 2022 – avril 2024
Population	17'493 usagers-ères actifs-ves en 2023 (source interne BCUL)
Nbre d'enregistrements	<b>23'355</b> (population totale)
Données	Extraction issue d'Alma Analytics des comptes lecteurs actifs sur les 24 derniers mois, effectuée le 25/04/24. <i>Fichier ZD_24978_BCU_lecteurs_actifs.xlsx</i>
Caractéristiques des individus	Personnes inscrites à la BCUL ayant emprunté au moins une fois un document physique de la BCUL (selon la définition de lecteur actif par l'OFS), tous sites confondus, sur les 24 derniers mois. - Les personnes qui n'empruntent que sous format numérique ne sont pas considérées comme actives par Alma puisqu'il n'y a pas eu de transaction dans le logiciel. - Les comptes inactifs depuis plus de deux ans sont effacés de la base de données (durée de conservation des données avant suppression, selon le guide Bibliosuisse (cadre légal -> recommandations)).
Attributs	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Identifiant (« User Primary Identifier »)</li> <li>o Email (« Preferred Email »)</li> <li>o Date de naissance (« Birth Date »)</li> <li>o Code postal (« Postal Code »)</li> <li>o Genre (« Gender »)</li> <li>o Titre (« User Title »)</li> <li>o Année-Mois du dernier emprunt (« MAX(Loan Year-Month) »)</li> </ul>
Représentativité	Données représentatives des lecteurs actifs depuis 24 mois.

Groupe	eLecteurs actifs
Contexte	La BCUL dispose des données de comptes et des statistiques d'usage de la plateforme eLectures.
Période considérée	2021 – 2023
Population	4'253 à fin 2023
Nbre d'enregistrements	<b>4'253</b> (population totale)
Données	Liste des membres eLectures actifs sur les 3 dernières années (« Créé le », « Identifiant de l'utilisateur », « Adresse courriel de l'utilisateur »), complétée par des attributs issus d'une extraction Alma Analytics (« Primary Identifier », « Birth Date », « Postal Code », « Gender », « User Title »), à l'aide des identifiants. <i>Fichier eLecteursactifs2021-2023.xlsx</i>
Caractéristiques des individus	Personnes inscrites à la BCUL et disposant d'un compte eLectures, qui : - Se sont connectées à eLectures pour la première fois depuis janvier 2021 - OU se sont inscrites avant janvier 2021 mais sont toujours actives sur la plateforme eLectures. Les comptes des personnes inscrites avant janvier 2021 mais sans activité depuis cette date ont été effacées avant l'export.
Attributs	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Date de création du compte (« Créé le »)</li> <li>o « Identifiant de l'utilisateur »</li> <li>o « Adresse courriel de l'utilisateur »</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ « Date de naissance »</li> <li>○ « Code postal »</li> <li>○ « Genre »</li> <li>○ « Titre »</li> </ul>
Représentativité	Données représentatives des eLecteurs actifs.

Groupe	Nouveaux inscrits
Contexte	Les personnes souhaitant s'inscrire en ligne à la BCUL doivent remplir un formulaire de préinscription, puis contacter le SQR pour faire valider leur compte. Le SQR leur répond en leur présentant les ressources numériques grand public.
Période considérée	Avril 2022 – janvier 2024 (18/05/22 – 26/01/24)
Population	-
Nbre d'enregistrements	<b>293</b>
Données	Extraction issue du SQR des tickets de finalisation de préinscription faisant mention de Pressreader (« ticket », « email », « Date »), complétée par des attributs issus d'une extraction Alma Analytics (« Primary Identifier », « Birth Date », « Postal Code », « Gender », « User Title »), à l'aide des identifiants. <i>Fichier préinscrnum_tickets202204-202401.xlsx</i>
Caractéristiques des individus	Personnes inscrites depuis mai 2022 à la BCUL, ayant fait la totalité de leur démarche d'inscription en ligne. - Nous ne savons pas si elles ont ensuite utilisé une ressource numérique, ni laquelle (sauf pour eLectures). - Il est également possible de s'inscrire à la BCUL directement au guichet. - D'autres personnes intéressées par les ressources électroniques sont par ailleurs inscrites depuis avant mai 2022.
Attributs	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Numéro du ticket (« ticket »)</li> <li>○ Adresse courriel de l'utilisateur (« email »)</li> <li>○ Date et heure de la demande (« Birth Date »)</li> <li>○ Catégorisation de la demande (« Postal Code »)</li> <li>○ Genre (« Gender »)</li> <li>○ Titre (« User title »)</li> </ul>
Représentativité	Données partielles, non représentatives des personnes nouvellement inscrites depuis mai 2022 et intéressées par les ressources en ligne.

Groupe	Usagers Pressreader (supposés via le SQR)
Contexte	- Pressreader refuse de transmettre les identifiants des lecteurs qui se sont connectés à la plateforme. - Les usagers de la BCUL peuvent solliciter une assistance via le Service Questions Réponses (SQR).
Période considérée	Avril 2022 – janvier 2024 (08/06/22 – 01/02/24)
Population	> 1'000 (estimation)
Nbre d'enregistrements	<b>65</b>
Données	Extraction issue du SQR des tickets avec Pressreader en sujet (« ticket », « email », « Date »), complétée par des attributs issus d'une extraction Alma Analytics (« Primary Identifier », « Birth Date », « Postal Code », « Gender », « User Title »), à l'aide des identifiants. <i>Fichier pressreader_tickets202204-202401.xlsx</i>
Caractéristiques des individus	Personnes inscrites à la BCUL, qui ont contacté le SQR depuis ses débuts le 1er mai 2022 avec une question du type :


	<ul style="list-style-type: none"> <li>- « J'aimerais accéder à Pressreader »</li> <li>- OU « J'ai un problème pour accéder à Pressreader ».</li> </ul>
Attributs	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Numéro du ticket (« ticket »)</li> <li>o Adresse courriel de l'utilisateur (« email »)</li> <li>o Date et heure de la demande (« Birth Date »)</li> <li>o Catégorisation de la demande (« Postal Code »)</li> <li>o Genre (« Gender »)</li> <li>o Titre (« User title »)</li> </ul>
Représentativité	Données très lacunaires, non représentatives des personnes qui se sont effectivement connectées à Pressreader depuis 2022.

Groupe	Usagers Assimil (supposés via le SQR)
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'interface administrateur de la plateforme Assimil est inutilisable.</li> <li>- Pour accéder à la plateforme Assimil, les usagers de la BCUL doivent préalablement contacter le Service Questions Réponses (SQR) pour ouvrir un compte.</li> </ul>
Période considérée	Avril 2022 – janvier 2024 (30/04/22 – 01/02/24)
Population	~ 382
Nbre d'enregistrements	<b>382</b>
Données	Extraction issue du SQR des tickets avec Assimil en sujet (« ticket », « email », « Date »), complétée par des attributs issus d'une extraction Alma Analytics (« Primary Identifiant », « Birth Date », « Postal Code », « Gender », « User Title »), à l'aide des identifiants. <i>Fichier assimilinscrits202204-202401.xlsx</i>
Caractéristiques des individus	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personnes inscrites à la BCUL, qui ont contacté le SQR depuis ses débuts le 1er mai 2022 avec le mot-clé « Assimil » dans leur demande.</li> <li>- Ces personnes ne sont pas forcément actives sur Assimil, mais ont au moins demandé la création d'un compte.</li> <li>- Les personnes ayant un compte Assimil actif ouvert avant mai 2022 sont exclues de cet échantillon.</li> </ul>
Attributs	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Numéro du ticket (« ticket »)</li> <li>o Adresse courriel de l'utilisateur (« email »)</li> <li>o Date et heure de la demande (« Birth Date »)</li> <li>o Catégorisation de la demande (« Postal Code »)</li> <li>o Genre (« Gender »)</li> <li>o Titre (« User title »)</li> </ul>
Représentativité	Données incomplètes, non représentatives des personnes qui se sont effectivement connectées à Assimil depuis 2022.

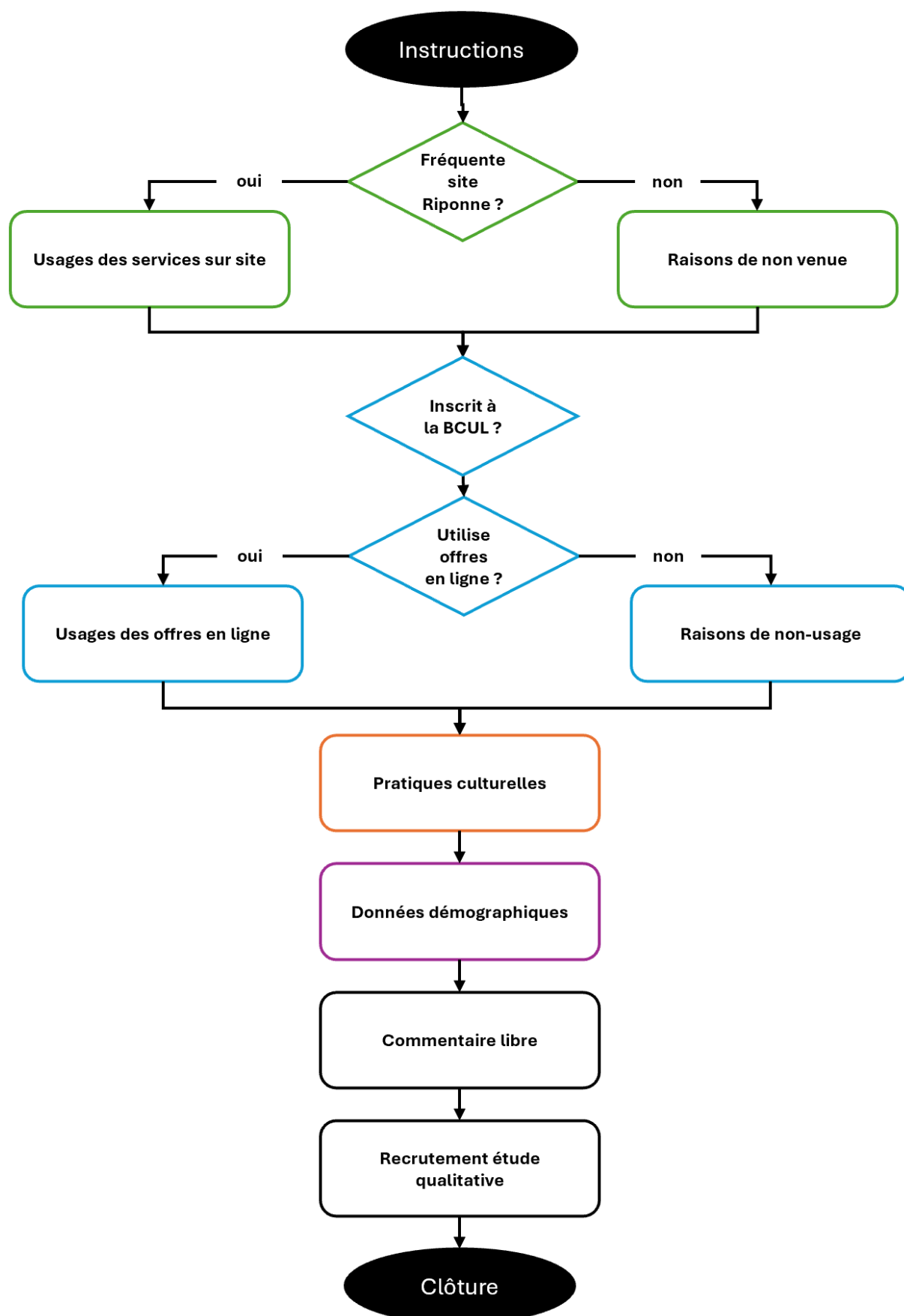
Groupe	Usagers Medici.tv
Contexte	La création d'un compte Medici.tv n'est pas requise pour profiter de la prestation.
Période considérée	Au 01/02/24
Population	Inconnue
Nbre d'enregistrements	<b>6</b>
Données	Extraction par Medici.tv des comptes individuels créés au sein du compte de la BCUL, information fournie par mail le 01/02/24.
Caractéristiques des individus	Personnes inscrites à la BCUL, ayant créé un compte individuel sur Medici.tv.
Attributs	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Adresse courriel</li> </ul>
Représentativité	Données très lacunaires, non représentatives des personnes qui se sont effectivement connectées à Medici.tv.

## Annexe 5 : Plan de sondage

<b>Instrument de collecte</b>	Questionnaire auto-administré en ligne				
<b>Lien générique vers l'enquête</b>	<a href="https://www.bcu-lausanne.ch/riponne/">https://www.bcu-lausanne.ch/riponne/</a>				
<b>Méthode de collecte</b>	CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)				
<b>Logiciel</b>	Qualtrics (licence HEG)				
<b>Types d'appareil</b>	PC, smartphone				
<b>Population cible</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour les prestations physiques : les usagers du Site Riponne. Ces personnes ne sont pas forcément inscrites à la BCUL.</li> <li>- Pour les services en ligne gérés par le Site Riponne : les utilisateurs des offres numériques, accessibles à distance et sur place à tous les inscrits BCUL <b>et sur place aux usagers des différents sites</b>.</li> <li>- Pour l'évolution des pratiques culturelles : les inscrits BCUL (périmètre le plus large accessible par la BCUL)</li> </ul>				
<b>Types d'échantillon</b>	Non probabiliste, enquête basée sur le volontariat				
<b>Canal de collecte</b>	<b>MAILING</b>	<b>NEWSLETTER</b>	<b>SITE INTERNET</b>	<b>RESEAUX SOCIAUX</b>	<b>RIPONNE</b>
<b>Populations accessibles</b>	Usagers actifs de la BCUL depuis moins de 2 ans (activité de prêts physiques, tous sites) + eLecteurs actifs depuis moins de 3 ans (activité de prêts numériques ou comptes créés) + usagers BCUL ayant fait une demande de préinscription en ligne via le Service Questions Réponses (SQR) depuis mai 2022 + usagers Pressreader ayant interrogé le SQR depuis mai 2022 + usagers Assimil ayant ouvert un compte via le SQR depuis mai 2022 + usagers Medici.tv (comptes créés alors que facultatif sur la plateforme)	Inscrits à la newsletter	Visiteurs du site Internet	Abonnés aux réseaux sociaux	Usagers du site Riponne
<b>Types de source</b>	Bases de données internes BCUL + information Medici.tv	Bases de données internes BCUL	Interception en ligne  <a href="https://www.bcu-lausanne.ch/">https://www.bcu-lausanne.ch/</a>	Interception en ligne  <a href="https://www.instagram.com/bculausanne/">https://www.instagram.com/bculausanne/</a> <a href="https://www.linkedin.com/company/bcu-lausanne/">https://www.linkedin.com/company/bcu-lausanne/</a> <a href="https://www.facebook.com/BCULausanne">https://www.facebook.com/BCULausanne</a>	Interception physique
<b>Dimensionnement</b>	< 28'354 personnes (23'355 + 4'253 + 293 + 65 + 382 + 6, comprenant des doublons et des adresses non valides) au final : 25'655 personnes	35'093 personnes "Normalement, l'entier des personnes à qui le premier mail a été envoyé la reçoit." Émile Joudié, community manager (mail du 14/05/24)	- Aucune statistique disponible sur le site Internet	- Nombres d'abonnés sur les réseaux sociaux lors de la diffusion * Instagram : 1'916 followers au 25/04/24 * LinkedIn : 2'000 abonnés au 25/04/24 * Facebook : 2'600 followers au 25/04/24	- Données de fréquentation Affluence sur la période
<b>Biais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restriction aux usagers actifs (les inscrits sont trop nombreux (~30'000) et composés de beaucoup d'étudiants, démarche assimilable à du spam)</li> <li>- Les comptes inactifs depuis 3 ans sont effacés de la base de données</li> <li>- Manque : les données sur les usagers exclusifs des ressources électroniques qui n'utilisent pas eLecture sont très lacunaires</li> <li>- Les plus engagés répondent plus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les inscrits à la BCUL reçoivent par défaut la newsletter mais peuvent s'y désinscrire en tout temps</li> <li>- N'importe qui peut s'inscrire à la newsletter (veille, autres institutions, réseau professionnel...)</li> <li>- Les plus engagés répondent plus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publications possibles uniquement sur le site administré par la BCUL. Impossibilité de faire ajouter une fenêtre pop-up sur les plateformes des fournisseurs (Pressreader, Assimil...).</li> <li>- Accessible à tous les publics</li> <li>- Les plus engagés répondent plus</li> <li>- Favorise les usagers des ressources en ligne ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accessible tout public</li> <li>- Les plus engagés répondent plus</li> <li>- Favorise certaines tranches d'âge ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Augmente les répondants usagers du site Riponne</li> <li>- Biais d'affinité lors de l'invitation à participer et la distribution du QR Code ?</li> <li>- Les plus engagés répondent plus</li> </ul>
<b>Tests</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pré-tests entourage</li> <li>- Échanges et corrections successives avec le mandant (24/04-01/05) via un fichier partagé [Annexe ]</li> <li>- Vérification de la structure des données</li> <li>- Tests sur PC, Mac, smartphone et iphone</li> <li>- Validation du Directeur adjoint du site Riponne le 29/04</li> </ul>				- Tests auprès de 9 répondants, usagers du site Riponne, le 30/04. Consignation des remarques et identification de biais potentiels, corrections mineures.
<b>Qualité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dédoublement préalable nécessaire</li> <li>- <del>Lien personnel (évite les réponses à double)</del></li> <li>- Collecte des mails non diffusés</li> <li>- Quelles pondérations / corrections des données appliquer pour l'analyse ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Questions filtrantes</li> <li>- Quelles pondérations / corrections des données appliquer pour l'analyse ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Questions filtrantes</li> <li>- Quelles pondérations / corrections des données appliquer pour l'analyse ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Questions filtrantes</li> <li>- Quelles pondérations / corrections des données appliquer pour l'analyse ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Questions filtrantes</li> <li>- Quelles pondérations / corrections des données appliquer pour l'analyse ?</li> </ul>

Lancement	Envoi lundi 6 mai	Envoi "par lots" à partir du mercredi 22 mai	Publication le Jeudi 16 mai	Publication le jeudi 16 mai	Affichage et mise à disposition mercredi 8 mai Arrêt de l'affichage sur les tables le 27 mai
<b>Diffusion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Listing des adresses mails dédoublonnées</li> <li>- Nettoyage suppl. par service Communication</li> <li>- Envois manuels à 25'655 adresses, par lots de 100, depuis 3 adresses mail différentes (car boîtes plafonnées à 10'000 envois par jour) : info.riponne@bcu.unil.ch, pret.riponne@bcu.unil.ch, christophe.bezencon@bcu.unil.ch</li> <li>- 1'571 envois non remis et 56 réponses automatiques d'absences ou de congés plus ou moins longs</li> </ul>	Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Affichage de messages en page d'accueil (flash info et carousel d'actualités) sur le site Internet BCUL.</li> <li>- Bannière ou fenêtre pop-up non autorisé.</li> <li>- Catalogue Renouvaud impossible (réseau plus large)</li> </ul>	Publications sur les réseaux sociaux : Instagram, Facebook, LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Affichage (dont sur les cloisons de séparation entre les places de travail) et mise à disposition de flyers avec QR Code spécifique</li> <li>- Mise à disposition des postes Internet près des guichets, sur profil générique et avec accès à l'URL spécifique</li> </ul>
<b>Accès</b>	Lien vers le questionnaire et QR Code, spécifiques au canal "Mailing"	Lien vers le questionnaire et QR Code, spécifiques au canal "Newsletter"	Lien vers le questionnaire et QR Code, spécifiques au canal "Site Internet"	Lien vers le questionnaire et QR Code, spécifiques au canal "Réseaux Sociaux"	Lien vers le questionnaire et QR Code, spécifiques au canal "Riponne"
<b>Lien url à diffuser en fonction du canal</b>	<a href="https://qrco.de/BCUL_Mailing">https://qrco.de/BCUL_Mailing</a>	<a href="https://qrco.de/BCUL_Newsletter">https://qrco.de/BCUL_Newsletter</a>	<a href="https://qrco.de/BCUL_SiteInternet">https://qrco.de/BCUL_SiteInternet</a>	<a href="https://qrco.de/BCUL_ReseauxSociaux">https://qrco.de/BCUL_ReseauxSociaux</a>	<a href="https://qrco.de/BCUL_Riponne">https://qrco.de/BCUL_Riponne</a>
<b>QR Code à diffuser en fonction du canal</b>					 <p><b>Participez !</b></p> <p>+ Autres textes disponibles sur Teams</p>
<b>Contenu</b>	Texte du mail d'invitation [Annexe ]	Gestion du contenu par le Service Communication (Community Manager), sur la base du message d'invitation initial [Annexe ]	Gestion du contenu par le Service Communication (Community Manager), sur la base du message d'invitation initial [Annexe ]	Gestion du contenu par le Service Communication (Community Manager), sur la base du message d'invitation initial [Annexe ]	Conception par la BCUL - site Riponne [Annexe ]
<b>Communication interne BCUL</b>	- Service SQR : message dans le tableau de bord du SQR à partir du 02/05, pour demander aux collaborateurs de transférer les demandes concernant l'enquête en cours.				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Séances d'équipe : plusieurs informations aux collaborateurs-trices sur la démarche en cours depuis le début de l'année</li> <li>- Equipes de Service Publics du site Riponne : mail d'information le 02/05</li> </ul>
<b>Relances</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas possible (limitation de cette pratique au sein de la BCUL)</li> <li>- La newsletter servira de relance (fort overlap entre les deux bases selon la Communication)</li> </ul>	Non	Visible en continu sur la période, à chaque visite	Pas de publication supplémentaire de type stories	Action en continu sur la période
<b>Indicateurs</b>	Taux de réponse	Participation	Participation	Participation	Participation
<b>Clôture</b>	- Période de sondage : du lundi 06/05/2024 au dimanche 09/06/2024 Durée = 5 semaines				

## Annexe 6 : Diagramme de processus du questionnaire



## **Annexe 7 : Fiches descriptives des questions**

Ce document, intitulé « Construction du questionnaire d'enquête 2024 à la BCUL - site Riponne : fiches descriptives des questions », a été déposé sur Zenodo (DOI 10.5281/zenodo.13752957) afin de pouvoir être consulté indépendamment du mémoire. Il n'en constitue pas moins un document complémentaire au travail présenté.

Il a notamment permis un travail collaboratif dans l'élaboration des questions, tout en conservant la trace des objectifs visés, du paramétrage réalisé sur Qualtrics, des sources consultées et des réflexions menées, dans la perspective d'une étude longitudinale.

Il est disponible à l'adresse pérenne suivante : <https://doi.org/10.5281/zenodo.13752957>



## Annexe 8 : Questionnaire

### Introduction – Instruction



**Vous êtes inscrit·e à la BCUL ou vous fréquentez ses différents sites ?**

**Votre retour est important !**

Afin de s'adapter aux attentes de ses publics, la BCUL Lausanne effectue régulièrement des enquêtes.

Cette nouvelle étude vise à comprendre :

- l'utilisation des services de la BCUL (site Riponne et offres gratuites en ligne),
- l'évolution de certaines pratiques culturelles.

Afin d'obtenir des résultats représentatifs, il est essentiel que vous participiez.

Les données collectées seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

***Nous vous remercions vivement de votre contribution.***

Durée moyenne : 15 minutes (de 10 à 17 minutes en fonction de vos réponses).

### Site Riponne

Q1.1. *L'enquête se compose de trois parties.*

#### Partie 1

*Cette partie interroge votre fréquentation de la bibliothèque du site Riponne, située au Palais de Rumine.*

Êtes-vous **déjà venu·e** physiquement sur le site Riponne de la BCUL ?

- ☐ Oui, au moins une fois au cours des 12 derniers mois
- ☐ Oui, il y a plus d'une année
- ☐ Non, jamais

Q1.2. Pour quelles **raisons ne fréquentez-vous pas ou peu** la BCUL - site Riponne ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je rencontre des difficultés d'accessibilité (mobilité réduite, déficiences visuelle ou auditive...)
- ☐ Elle est trop éloignée de mon domicile / mon travail / mon école
- ☐ Je n'ai pas le temps
- ☐ Je fréquente d'autres sites BCUL
- ☐ Je n'y trouve pas de place de travail qui me convienne
- ☐ Je n'utilise que les ressources numériques de la BCUL
- ☐ Les horaires d'ouverture ne sont pas adaptés à mes disponibilités
- ☐ Je ne m'y sens pas à l'aise
- ☐ Ses collections ne correspondent pas à mes centres d'intérêt / mes besoins
- ☐  Autre

Q1.3. Au cours des 12 derniers mois, à quelle **fréquence en moyenne** êtes-vous venu-e à la BCUL - site Riponne ?

- ☐ 1 fois
- ☐ quelques fois
- ☐ 1 fois /mois
- ☐ 2-3 fois /mois
- ☐ 1 fois /semaine
- ☐ plus d'une fois par semaine

Q1.4. Dans **quels buts** venez-vous sur le site Riponne ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Pour mon travail
- ☐ Pour mes loisirs
- ☐ Pour ma recherche d'emploi
- ☐ Pour mes études, ma formation
- ☐  Autre

Q1.5. Quelles sont les **raisons principales de vos visites** sur le site Riponne ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Pour utiliser les équipements (impression, branchements électriques, wifi, ordinateurs publics)

- ☐ Pour me mettre à l'abri (intempéries, températures, environnement...)
- ☐ Pour lire des livres
- ☐ Pour consulter des ressources électroniques en ligne
- ☐ Pour travailler seul-e
- ☐ Pour m'inscrire ou renouveler mon inscription
- ☐ Pour participer à un évènement (exposition, conférence...)
- ☐ Pour demander un renseignement, un conseil
- ☐ Pour emprunter ou rendre des documents
- ☐ Pour participer à un atelier ou une formation
- ☐ Pour me reposer, me détendre
- ☐ Pour effectuer des recherches documentaires
- ☐ Pour lire la presse papier
- ☐ Pour travailler en groupe
- ☐ Pour découvrir des nouveautés
- ☐ Pour passer le temps
- ☐ Pour rencontrer des gens
- ☐  Autre

Q1.6. Quelle est la **durée moyenne** de vos visites sur le site Riponne ?

- ☐ Moins de 1 heure
- ☐ Entre 1 heure et 3 heures
- ☐ Une 1/2 journée (matin OU après-midi)
- ☐ La journée complète (matin ET après-midi, avec ou sans pause à midi)

Q1.7. Sur une échelle de 0 à 10, à quel point êtes-vous susceptible de recommander la BCUL - site Riponne à une personne proche ?

Pas du tout 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Très probable

Q1.8. Sur le site Riponne, comment appréciez-vous les prestations suivantes ? (Cliquez sur chaque barre, 0 : Sans avis, 1 : Pas du tout satisfait, 7 : Tout à fait satisfait)

0 : Sans avis, 1 : Pas du tout satisfait 7 : Tout à fait satisfait

0 1 2 3 4 5 6 7

Ses horaires 0

Sa localisation (proximité géographique, transports publics, parking) 0

Son ambiance (convivialité, niveaux sonores, se sentir à l'aise) 0

Ses espaces (places de travail, agencement, mobilier) 0

0 : Sans avis, 1 : Pas du tout satisfait 7 : Tout à fait satisfait

0 1 2 3 4 5 6 7

Son accès aux collections physiques (classement, catalogue) 0

Ses équipements techniques (imprimantes, prises de recharge, wifi, ordinateurs publics) 0

Sa médiation culturelle (formations, ateliers, événements) 0

Ses collections physiques (diversité, intérêt) 0

Son bâtiment (accessibilité du Palais de Rumine, cafétéria, toilettes) 0

0 : Sans avis, 1 : Pas du tout satisfait 7 : Tout à fait satisfait

0 1 2 3 4 5 6 7

Son personnel (compétences, disponibilité, accueil)

0

Q1.9. Au cours des 12 derniers mois, quelles **autres bibliothèques** avez-vous fréquentées ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Bibliothèques municipales hors Lausanne
- ☐ Autres sites BCUL (Unithèque, Internef, HEP Vaud, Renens, Provence)
- ☐ Autres bibliothèques universitaires ou HES à Lausanne
- ☐ Bibliothèques universitaires hors Lausanne
- ☐ Bibliothèques de la Ville de Lausanne (Chailly, Chauderon, Entrebois, Jeunesse, La Sallaz, Montriond, Bibliobus)
- ☐  Autre
- ☐ Aucune

## Offres à distance

### Q2.1. Partie 2

*Cette partie interroge votre utilisation des offres numériques de la BCUL (hors ressources électroniques académiques).*

Êtes-vous **inscrit-e à la BCUL** ?

- ☐ Oui
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Non

Q2.2. La BCUL vous permet d'accéder à plusieurs offres numériques, gratuites et tout public.

Lesquelles **connaissez-vous**, sans forcément les utiliser ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Scriptorium : archives de la presse romande
- ☐ Fringale : podcast de la BCUL
- ☐ Qwest.tv : vidéos de musique jazz
- ☐ Assimil : méthodes d'apprentissage des langues
- ☐ eLectures : ebooks et livres audio
- ☐ Pressreader : presses nationale et internationale
- ☐ Artfilm : films documentaires suisses
- ☐ Medici.tv : vidéos de musiques classique et jazz
- ☐ Aucune

Q2.3. Parmi les offres numériques que vous connaissez, lesquelles avez-vous **déjà utilisées** ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ eLectures : ebooks et livres audio
- ☐ Pressreader : presses nationale et internationale
- ☐ Assimil : méthodes d'apprentissage des langues
- ☐ Fringale : podcast de la BCUL
- ☐ Artfilm : films documentaires suisses

- ☐ Medici.tv : vidéos de musiques classique et jazz
- ☐ Qwest.tv : vidéos de musique jazz
- ☐ Scriptorium : archives de la presse romand
- ☐ Aucune

Q2.4. Pour quelles **raisons n'utilisez-vous pas** ces offres numériques ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je n'en éprouve pas le besoin
- ☐ Je n'ai pas l'équipement nécessaire (liseuse, téléphone portable ou ordinateur)
- ☐ Je n'aime pas utiliser ces interfaces
- ☐ Je n'ai pas le temps
- ☐ Je n'apprécie pas lire sur écran
- ☐ Je ne sais pas comment faire pour y avoir accès
- ☐  Autre

Q2.5. Au cours des 12 derniers mois, à quelle **fréquence** avez-vous utilisé ces offres numériques en moyenne ?

	1 fois	Quelques fois	1 fois /mois	2 à 3 fois /mois	1 fois /sem	Plusieurs fois /sem
eLectures	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pressreader	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assimil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 fois	Quelques fois	1 fois /mois	2 à 3 fois /mois	1 fois /sem	Plusieurs fois /sem
Fringale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artfilm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medici.tv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qwest.tv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scriptorium	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q2.6.

Sur une échelle de 0 à 10, à quel point êtes-vous susceptible de **recommander ces offres numériques de la BCUL** à une personne proche ?

Pas du tout 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 ☐ Très probable

Q2.7. Depuis que vous avez commencé à utiliser les offres numériques, dans votre utilisation des services de la BCUL, **vous diriez que :**

- ☐ Les offres numériques ont RÉDUIT le nombre de mes emprunts de documents physiques
- ☐ Les offres numériques ont AUGMENTÉ le nombre de mes emprunts de documents physiques
- ☐ Les offres numériques n'ont rien changé au nombre de mes emprunts de documents physiques

☐ Je n'ai jamais emprunté de documents physiques à la BCUL

	Jamais	Quelques fois	Souvent
Format numérique (livres électroniques, fichiers pdf)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Pratiques culturelles

### Q3.1. Partie 3

*Cette partie interroge vos pratiques culturelles (lecture, supports audiovisuels, sorties culturelles, médias et loisirs).*

Quel **matériel** possédez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ une console de jeu
- ☐ un casque de réalité virtuelle (VR)
- ☐ un ordinateur portable (laptop)
- ☐ une tablette (par exemple un Ipad)
- ☐ une liseuse (e-reader)
- ☐ un smartphone
- ☐ un ordinateur de bureau (desktop)
- ☐ Aucun

Q3.2. Au cours des 12 derniers mois, quels **formats de livre** avez-vous utilisé **pour votre TRAVAIL ou vos ÉTUDES** ? (Plusieurs réponses possibles)

	Jamais	Quelques fois	Souvent
Format papier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Format audio (livres audio)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3.3. Au cours des 12 derniers mois, quels **formats de livre** avez-vous utilisé **pour vos LOISIRS** ? (Plusieurs réponses possibles)

	Jamais	Quelques fois	Souvent
Format papier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Format audio (livres audio)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Format numérique (livres électroniques, fichiers pdf)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3.4. Au cours des 12 derniers mois, sur quels **types de support** avez-vous écouté de la **musique** ? (Plusieurs réponses possibles)

	Jamais	Quelques fois	Souvent
Radio, TV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baladeur MP3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ordinateur portable, fixe ou tablette	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Téléphone portable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CD, DVD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vinyles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Jamais	Quelques fois	Souvent
Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3.5. Au cours des 12 derniers mois, sur quels **types de support** avez-vous regardé des **films en privé** ? (Plusieurs réponses possibles)

	Jamais	Quelques fois	Souvent
Films sur DVD, BluRay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vidéos à la demande (VoD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Films sur Internet (téléchargés ou en streaming)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Films diffusés à la télévision (en direct ou en différé)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3.6. Par rapport à l'année 2019 (avant la crise du Covid-19), **vous diriez que :**

- ☐ Vous faites globalement MOINS de sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...)
- ☐ Vous faites globalement PLUS de sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...)
- ☐ Vos habitudes n'ont pas changé concernant les sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...)

Q3.7. Pour quelles **raisons** avez-vous **diminué la fréquence** de vos sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...) par rapport à 2019 ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Je sors moins fréquemment depuis que je télétravaille
- ☐ Je manque de moyens financiers pour des sorties culturelles
- ☐ Je privilégie d'autres types d'activités sur mon temps libre (sport, ami-e-s, repos...)
- ☐ Je manque de temps pour des sorties culturelles (raisons familiales)
- ☐ J'évite de me retrouver dans des lieux fréquentés, depuis l'épidémie de Covid-19
- ☐ Je n'ai personne pour m'accompagner à des sorties culturelles
- ☐ Je préfère les offres culturelles en ligne (VoD, streaming...)
- ☐ Je rencontre des problèmes d'accès aux lieux culturels (parking, transports publics)
- ☐ Je me sens trop fatigué-e, je n'ai pas l'énergie pour participer à des sorties culturelles
- ☐ J'habite trop loin des lieux culturels qui m'intéressent
- ☐ Je rencontre des difficultés d'accessibilité aux lieux culturels (mobilité réduite, déficience visuelle ou auditive...)
- ☐ Je manque de temps pour des sorties culturelles (raisons professionnelles)
- ☐ Je ne suis pas attiré-e par la programmation culturelle actuelle
- ☐  Autre

Q3.8. Pour quelles **raisons** avez-vous **augmenté la fréquence** de vos sorties culturelles (cinéma, concerts, expositions, théâtre...) par rapport à 2019 ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ J'habite plus près des lieux culturels qui m'intéressent
- ☐ Je dispose de plus de temps pour les sorties culturelles (raisons professionnelles)
- ☐ J'ai la possibilité de sortir en groupe
- ☐ Les transports se sont améliorés (parking, transports publics)
- ☐ Je suis attiré-e par la programmation culturelle actuelle
- ☐ Je sors plus fréquemment depuis que je télétravaille
- ☐ L'accessibilité des lieux culturels s'est améliorée (mobilité réduite, déficience visuelle ou auditive)
- ☐ Je privilégie les sorties culturelles à d'autres types d'activités (sport, repos...)
- ☐ Je dispose de plus de moyens financiers pour les sorties culturelles
- ☐ Je dispose de plus de temps pour les sorties culturelles (raisons familiales)
- ☐ J'apprécie encore plus me rendre physiquement dans les lieux culturels
- ☐ J'apprécie sortir plus fréquemment et rencontrer des gens, depuis l'épidémie de Covid-19
- ☐  Autre

Q3.9. Au cours des 12 derniers mois, quels **lieux ou événements culturels** avez-vous fréquentés ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Théâtre
- ☐ Musée : exposition ou galerie d'art

- ☐ Concert ou spectacle musical
- ☐ Cinéma
- ☐ Monument, site historique ou archéologique
- ☐ Spectacle de ballet ou de danse
- ☐ Festivals (tous genres)
- ☐ Musée : exposition historique, technique, régional
- ☐ Bibliothèque ou médiathèque pour le travail / la formation
- ☐ Visite virtuelle de musée ou de monument
- ☐ Bibliothèque ou médiathèque pour les loisirs
- ☐ Cabaret-théâtre, revues, cirque, spectacles
- ☐ Aucun

Q3.10. Au cours des 12 derniers mois, **combien de fois** avez-vous fréquenté ces lieux ou événements culturels ?

	1-3 fois /an	4-6 fois /an	7 fois ou plus /an
Cabaret-théâtre, revues, cirque, spectacles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Théâtre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visite virtuelle de musée ou de monument	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bibliothèque ou médiathèque pour les loisirs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spectacle de ballet ou de danse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	1-3 fois /an	4-6 fois /an	7 fois ou plus /an
Bibliothèque ou médiathèque pour le travail / la formation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monument, site historique ou archéologique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Concert ou spectacle musical	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musée : exposition historique, technique, régional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cinéma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivals (tous genres)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musée : exposition ou galerie d'art	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

possibles)

- ☐ Réseaux professionnels
- ☐ Revues spécialisées
- ☐ Presse papier ou en ligne
- ☐ Internet (moteurs de recherche)
- ☐ Livres physiques ou numériques
- ☐ Wikipédia
- ☐ Articles scientifiques
- ☐ Tutoriels vidéo (YouTube)
- ☐ Échanges avec des expert·e·s
- ☐ Chat GPT ou équivalent (IA générative)
- ☐ Échanges avec des proches
- ☐ Réseaux sociaux
- ☐ Plateforme d'apprentissage en ligne (E-learning, MOOC)
- ☐  Autres

Q3.11. Au cours des 12 derniers mois, **combien de fois** avez-vous fréquenté les **musées du Palais de Rumine** ?

- ☐ Jamais
- ☐ 1-3 fois /an
- ☐ 4-6 fois /an
- ☐ 7 fois ou plus /an

Q3.12. De manière générale, comment **complétez-vous vos connaissances** sur un sujet qui vous intéresse ? (Plusieurs réponses

Q3.13. Au cours des 12 derniers mois, quelles **activités de loisirs** avez-vous pratiquées ? (Plusieurs réponses possibles)

- ☐ Faire du sport, de l'exercice, du fitness
- ☐ Visiter des jardins botaniques ou zoologiques
- ☐ Faire des activités manuelles de bricolage, jardinage, décoration
- ☐ Faire une sortie culturelle (une exposition, un musée...)
- ☐ Participer à des fêtes locales, traditionnelles ou urbaines
- ☐ Assister à des évènements sportifs (hockey, football...)
- ☐ Aller au cinéma
- ☐ Faire une randonnée, un pique-nique, une excursion

- ☐ Pratiquer une activité artistique (dessin, musique, peinture)
- ☐ Jouer à des jeux de cartes ou à des jeux de société
- ☐ Rencontrer des ami-e-s / connaissances
- ☐  Autre
- ☐ Aucune

Q3.14. Au cours des 12 derniers mois, quels **médias** avez-vous utilisés pour vos loisirs ? (Plusieurs réponses possibles) ?

- ☐ Lire un magazine ou un journal (format papier ou numérique)
- ☐ Publier du contenu sur les réseaux sociaux (textes, sons, images...)
- ☐ Aller sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok...)
- ☐ Regarder des séries (tous supports)
- ☐ Lire des livres (format papier ou numérique)
- ☐ Écouter des podcasts ou des livres audio
- ☐ Échanger à distance avec votre entourage (téléphone, mail, Whatsapp...)
- ☐ Jouer à des jeux vidéo (console, PC, tablette, téléphone portable...)
- ☐ Regarder des films (tous supports, hors cinéma)
- ☐ Regarder la télévision (chaînes TV), en direct ou en différé
- ☐ Écouter la radio (en direct ou en différé)
- ☐ Surfer sur internet
- ☐ Regarder des vidéos
- ☐ Écouter de la musique (tous supports)
- ☐  Autre
- ☐ Aucun

## Données démographiques

### Q4.1. Données démographiques

*Vous avez presque fini !*

*Il reste encore quelques questions démographiques standards.*

*Ces données permettent de caractériser la population interrogée et restent anonymes.*

**Vous êtes...**

- ☐ Un homme
- ☐ Une femme
- ☐ Autre
- ☐ Je ne souhaite pas répondre

Q4.2. Quelle est votre **année de naissance** ?

Q4.3. Où se situe votre **lieu de domicile** ?

- ☐ Canton de Vaud
- ☐ Autre canton suisse
- ☐ France - Zone frontalière
- ☐ Pays étrangers (hors zone frontalière française)

Q4.4. Quel est le **code postal** de votre domicile ?

Q4.5. Quel est votre **canton** ?

Q4.6. Quel est le **plus haut niveau de formation** que vous avez terminé ou que vous suivez actuellement ?

- ☐ Ecole obligatoire
- ☐ Apprentissage, CFC, maturité professionnelle
- ☐ Maturité gymnasiale
- ☐ Ecole professionnelle supérieure
- ☐ HES, HEP
- ☐ Université de Lausanne (UNIL)
- ☐ Autre université ou EPF

Q4.7. Quel est votre **statut professionnel** actuel ?

- ☐ À plein temps

- ☐ À temps partiel
- ☐ En recherche d'emploi
- ☐ En formation
- ☐ Personne au foyer
- ☐ Retraité-e, rentier-ère
- ☐ Autre

Q4.8. **Combien de personnes** vivent dans votre ménage (y compris vous) ?

### Question ouverte

Q5.1. **Vous avez la parole !**

Avez-vous des **remarques complémentaires** à nous communiquer, sur la BCUL ou sur les thématiques abordées dans cette enquête ?

## Suite de l'étude

Q6.1. *Le sujet vous intéresse ?*

A la suite de cette enquête, **acceptez-vous d'être recontacté.e**  
pour échanger sur l'évolution des usages et des services de la BCUL ?

- ☐ Oui  
☐ Non

Q6.2. A quelle **adresse mail** pouvons-nous vous contacter ?

*Cette information sera dissociée de vos réponses à l'issue de l'étude.*

Produit par Qualtrics

## Annexe 9 : Courriel d'invitation

BCU Lausanne - Contribuez à l'évolution de nos services

Info.riponne <info.riponne@bcu.unil.ch>

Lun 06.05.2024 12:41

À :Info.riponne <info.riponne@bcu.unil.ch>

**Qui utilise les différents services de la BCU Lausanne ?**

**Comment ont évolué les usages en matière d'accès à la culture et à l'information ?**

**Comment la BCUL peut répondre aux nouvelles attentes de ses publics ?**

La connaissance des publics est essentielle à toute institution culturelle.

Or depuis la crise du Covid-19, les pratiques culturelles de la population ont beaucoup évolué.

C'est pourquoi la BCUL lance une vaste enquête auprès de ses usagers et usagères afin de mieux comprendre :

- l'utilisation des services de la BCUL sur son site Riponne
- l'utilisation de ses offres numériques en ligne (hors ressources électroniques académiques)
- l'évolution de certaines pratiques culturelles.

Dans ce cadre, nous vous serions très reconnaissants de bien vouloir répondre au questionnaire suivant :

- [en cliquant sur ce lien](#)
- ou en scannant ce QR Code avec votre téléphone portable



Afin d'être représentatif de la diversité des usages, chaque participation est importante.

En investissant une quinzaine de minutes de votre temps, vous contribuerez à faire évoluer nos prestations.

Par avance, nous vous en remercions.

Votre équipe BCU Lausanne, site Riponne

---

Cette étude a été mandatée dans le cadre d'un travail de master auprès de la Haute Ecole de Gestion de Genève.

Les données collectées seront traitées de manière confidentielle et anonyme.

L'enquête est ouverte jusqu'au dimanche 9 juin 2024.

En cas d'interruption en cours de questionnaire, vous pouvez le reprendre à tout moment pour le terminer, en cliquant à nouveau sur le lien ou via le QR Code.

Pour toute question, veuillez contacter Christophe Bezençon ([christophe.bezencon@bcu.unil.ch](mailto:christophe.bezencon@bcu.unil.ch)), responsable des Collections sur le site Riponne de la BCUL, ou Delphine Leboulleur ([delphine.leboulleur@etu.hesge.ch](mailto:delphine.leboulleur@etu.hesge.ch)), étudiante en Master IS à la HEG - Genève.

## Annexe 10 : Flyers distribués sur le site Riponne



## Annexe 11 : Newsletter de la BCUL

BIBLIOTHÈQUE  
CANTONALE ET  
UNIVERSITAIRE  
BCU LAUSANNE

Pour une bibliothèque qui vous ressemble. Faisons  
connaissance !



Qui utilise les différents services de la BCU Lausanne ? Comment ont évolué les usages en matière d'accès à la culture et à l'information ? Comment la BCUL peut répondre aux nouvelles attentes de ses publics ?

Pour répondre à toutes ces questions, la BCUL lance un vaste sondage auprès de ses usagers et usagères. En d'autres termes : nous avons besoin de vous !

Vous avez d'ailleurs peut-être déjà reçu une invitation à participer à ce questionnaire ; nous vous serions très reconnaissants de prendre une quinzaine de minutes pour partager vos habitudes et opinions avec nous. Dans un contexte où les usages, notamment en matière de culture, changent constamment, la connaissance de notre public est une donnée essentielle pour nous permettre d'assurer l'évolution de nos prestations.

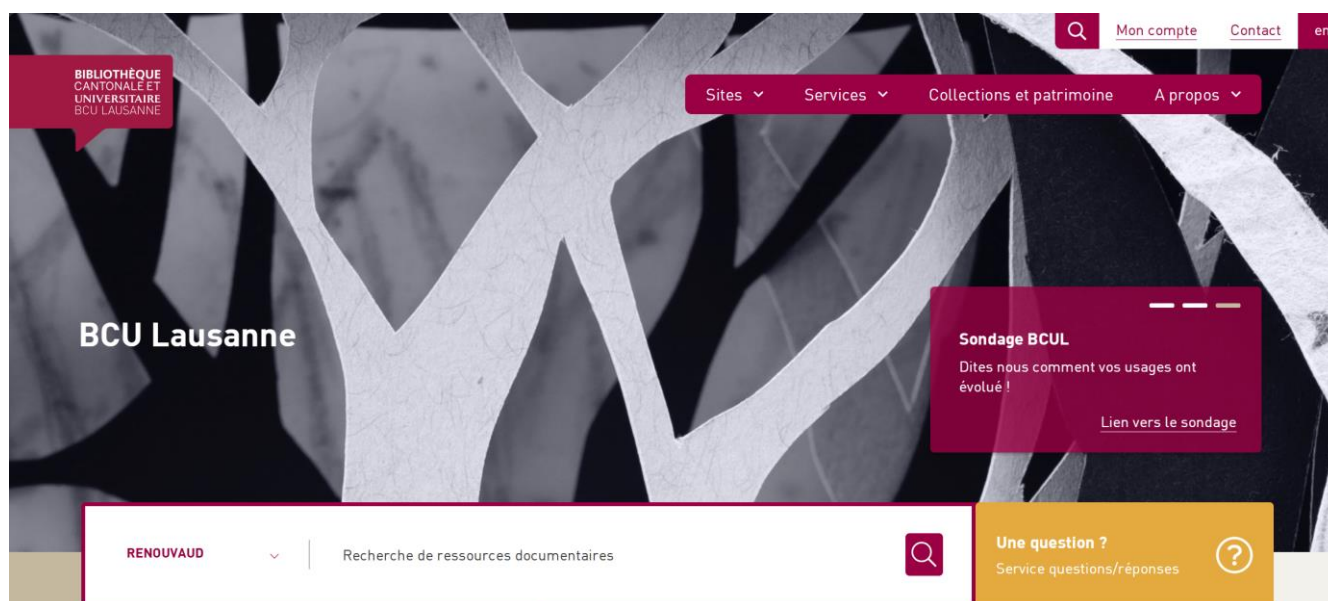
Nous vous remercions d'avance pour tous vos retours. [Le sondage](#) est ouvert jusqu'au dimanche 9 juin 2024.

Pour toute question, veuillez contacter Christophe Bezençon ([christophe.bezencon@bcu.unil.ch](mailto:christophe.bezencon@bcu.unil.ch)), responsable des Collections sur le site Riponne de la BCUL, ou Delphine Lebouleur ([delphine.lebouleur@etu.hesge.ch](mailto:delphine.lebouleur@etu.hesge.ch)), étudiante en Master IS à la HEG - Genève.

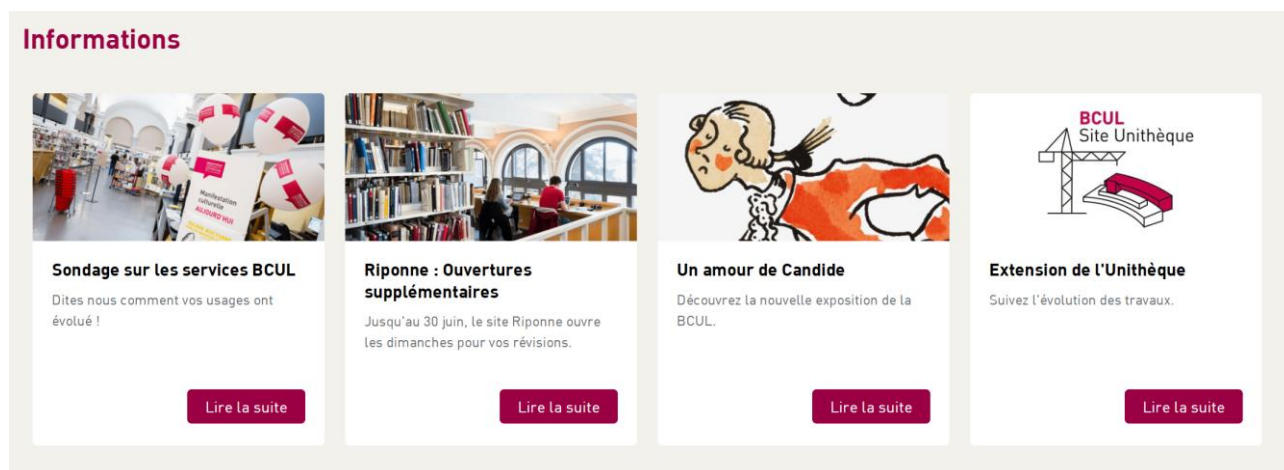
[RÉPONDRE AU SONDAGE](#)



## Annexe 12 : Informations sur le site Internet



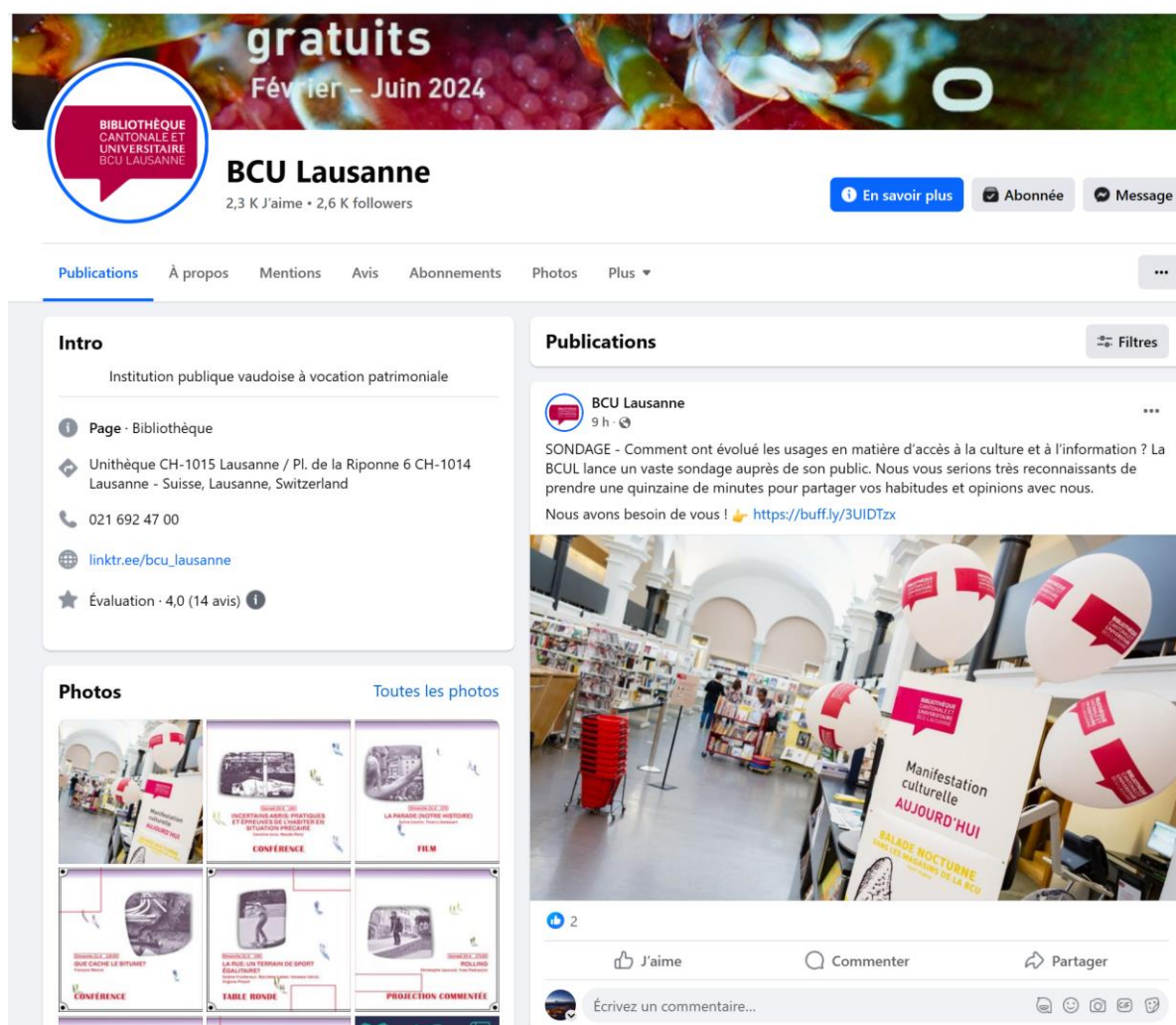
Site internet de la BCUL, bandeau de la page d'accueil du 16 mai au 9 juin 2024



Site internet de la BCUL, carrousel des informations de la page d'accueil du 16 mai au 9 juin 2024



## Annexe 13 : Publications sur les réseaux sociaux



Compte Facebook de la BCUL, publication du 16/05/2024



Compte Instagram de la BCUL, archivage de la story à la une le 16/05/2024



Compte Instagram de la BCUL, story du 16/05/2024



Compte LinkedIn de la BCUL, post du 16/05/2024

# Annexe 14 : Modalités spécifiques de chaque classe de répondants

## Classe 1 : les « Omnivores »

Résultats de la CAH, modalités avec valeur test  $\geq 1,96$ , classées par thème et par valeur test (et donc degré de significativité) décroissante.

2,03 Covid_IMPACT=Plus-de-sorties		2,5 Ress.num_IMPACT=Augmentation-prêts		
		4,3 Ress.num_NPS=Ress num_NPS_Promoteur		
		2,4 Ress.num_NPS=Ress num_NPS_Détracteur		
<b>Démographie</b>	<b>Riponne</b>	<b>Ressources numériques</b>	<b>Supports</b>	<b>Evaluation Riponne</b>
6,45 Statut=Temps-partiel	9,57 But_Travail=But_Travail_1	11 Pressreader_Connaît=Pressreader_Connaît_1	16,1 Supports_Freq	3,82 Espaces=Espaces_5-6
6,17 Age=30-44ans	6,39 Activité_Travail-seul=Activité_Travail-seul_1	10 Pressreader_Utilise=Pressreader_Utilise_1	16 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_12+	3,79 Collections=Collections_5-6
4,49 Age=45-59ans	5,51 But_Formation=But_Formation_1	9,1 Ress_num_Nb_Cat=Ress_num_Nb_Cat_3+	14,5 Livre_Travail_Num=Livre_Travail_Num_1	3,74 Accès=Accès_5-6
3,99 Statut=Plein-temps	5,29 Activité_Evènement=Activité_Evènement_1	8 Scriptorium_Utilise=Scriptorium_Utilise_1	11,7 Livre_Travail_Papier=Livre_Travail_Papier_1	3,62 Localisation=Localisation_7
3,98 Formation=Tertiaire_UNIL	4,54 Riponne_Nb_Cat=Riponne_Nb_Cat_1	7,2 Scriptorium_Connaît=Scriptorium_Connaît_1	11,4 Musique_PCTablette=Musique_PCTablette_1	3,6 Equipements=Equipements_5-6
2,82 Domicile=Lausanne	4,54 Riponne=Riponne_Oui<12mois	7,2 Assimil_Connaît=Assimil_Connaît_1	11,2 Musique_Téléphone=Musique_Téléphone_1	3,43 Espaces=Espaces_1-4
2,61 Ménage=Ménage_3	4,46 Activité_Recherches-documentaires=Activité_Recherches-documentaires_1	6,1 Artflm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît=Artflm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît_1	10,5 Musique_Internet=Musique_Internet_1	3,31 Ambiance=Ambiance_1-4
2,09 Ménage=Ménage_5+	4,16 Activité_Passer-le-temps=Activité_Passer-le-temps_1	5 Artflm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise=Artflm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise_1	8,68 Film_Internet=Film_Internet_1	3,22 Médiation=Médiation_5-6
	3,9 Activité_Equipements-techniques=Activité_Equipements-techniques_1	4,8 RN_Freq	8,45 Matériel_Smartphone=Matériel_Smartphone_1	3,14 Horaires=Horaires_1-4
	3,43 Activité_Prêts-documents=Activité_Prêts-documents_1	4,6 Assimil_Utilise=Assimil_Utilise_1	7,65 Musique_Vinyles=Musique_Vinyles_1	3,14 Personnel=Personnel_5-6
	3,3 Activité_Ressources-électroniques=Activité_Ressources-électroniques_1	4,2 Ress_num_Nb_Cat=Ress_num_Nb_Cat_2	7,51 Livre_loisirs_Audio=Livre_loisirs_Audio_1	3,11 Horaires=Horaires_5-6
	3,21 Durée=1h-3h	3,8 eLectures_Connaît=eLectures_Connaît_1	7,47 Matériel_Ordinateur-portable=Matériel_Ordinateur-portable_1	3,06 Bâtiment=Bâtiment_1-4
	3,12 Fréquence=quelquesfois	3 eLectures_Utilise=eLectures_Utilise_1	6,98 Livre_Loisirs_Num=Livre_Loisirs_Num_1	2,71 Médiation=Médiation_7
	2,62 Activité_Atelier-formation=Activité_Atelier-formation_1		6,63 Livre_Loisirs_Papier=Livre_Loisirs_Papier_1	2,52 Bâtiment=Bâtiment_5-6
	2,28 Activité_Nouveautés=Activité_Nouveautés_1		6,33 Film_DVD=Film_DVD_1	2,5 Accès=Accès_1-4
	2,1 Activité_Livres=Activité_Livres_1		6,27 Film_VoD=Film_VoD_1	2,45 Ambiance=Ambiance_5-6
			6,14 Musique_RadioTV=Musique_RadioTV_1	2,06 Collections=Collections_7
			6,11 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_10-11	
			6,1 Livre_Travail_Audio=Livre_Travail_Audio_1	
			5,19 Matériel_Console-jeu=Matériel_Console-jeu_1	
			3,37 Musique_MP3=Musique_MP3_1	
			2,99 Musique_CDDVD=Musique_CDDVD_1	
			2,61 Film_TV=Film_TV_1	
7,48 Autre_bib_BU-hors-Lausanne=Autre_bib_BU-hors-Lausanne_1				
7,1 Autre_bib_Autres-sites-BCUL=Autre_bib_Autres-sites-BCUL_1				
6,93 Autre_bib_Aucune=Autre_bib_Aucune_0				
3,81 Autre_bib_BU-HES-Lausanne=Autre_bib_BU-HES-Lausanne_1				
3,61 Rumine=Rumine_1-3fois/an				
3,33 Autre_bib_BM-hors-Lausanne=Autre_bib_BM-hors-Lausanne_1				
2,81 Rumine=Rumine_7foisou+/an				
<b>Sorties culturelles</b>	<b>Informations</b>	<b>Loisirs</b>	<b>Médias</b>	
16,1 Sorties_Freq	20,9 Infos_Nb_Cat=Infos_Nb_Cat_9+	13 Loisirs_Nb_Cat=Loisirs_Nb_Cat_9+	15,6 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_12+	
13,4 Sorties_Bibliothèque(travail/formation)=Sorties_Bibliothèque(travail/formation)_1	15,2 Infos_Réseau-professionnels=Infos_Réseau-professionnels_1	11 Loisirs_Sortie-culturelle=Loisirs_Sortie-culturelle_1	13,3 Médias_Podcasts-livres-audio.=Médias_Podcasts-livres-audio_1	
13,1 Sorties_Festivals=Sorties_Festivals_1	13,7 Infos_Experts=Infos_Experts_1	10 Loisirs_Fêtes-locales=Loisirs_Fêtes-locales_1	13 Médias_Vidéos=Médias_Vidéos_1	
12,4 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_9+	12,2 Infos_Articles-scientifiques=Infos_Articles-scientifiques_1	9,4 Loisirs_Cinéma=Loisirs_Cinéma_1	11,4 Médias_Publier-réseaux-sociaux=Médias_Publier-réseaux-sociaux_1	
11,3 Sorties_Musée(histoire-tech)=Sorties_Musée(histoire-tech)_1	11,2 Infos_Revues=Infos_Revues_1	9,1 Loisirs_Jeux-cartes/société=Loisirs_Jeux-cartes/société_1	11,4 Médias_Réseaux-sociaux=Médias_Réseaux-sociaux_1	
10,6 Sorties_Monument=Sorties_Monument_1	10,9 Infos_Plateforme-apprentissage=Infos_Plateforme-apprentissage_1	8,7 Loisirs_Jardins=Loisirs_Jardins_1	10,6 Médias_Séries=Médias_Séries_1	
9,58 Sorties_Musée(art)=Sorties_Musée(art)_1	9,24 Infos_Tutoriels-véo=Infos_Tutoriels-véo_1	8,1 Loisirs_Evénements-sportifs=Loisirs_Evénements-sportifs_1	9,51 Médias_Internet=Médias_Internet_1	
9,56 Sorties_Théâtre=Sorties_Théâtre_1	9,18 Infos_Livres=Infos_Livres_1	7,3 Loisirs_Randonnée=Loisirs_Randonnée_1	9,51 Médias_Film=Médias_Film_1	
9,09 Sorties_Concert=Sorties_Concert_1	8,65 Infos_Proches=Infos_Proches_1	6,3 Loisirs_Activité-artistique=Loisirs_Activité-artistique_1	8,73 Médias_Echanges-entourage=Médias_Echanges-entourage_1	
9,01 Sorties_Spectacles=Sorties_Spectacles_1	8,52 Infos_Presse=Infos_Presse_1	6,1 Loisirs_Sport=Loisirs_Sport_1	7,62 Médias_Lire-magazine/journal=Médias_Lire-magazine/journal_1	
8,97 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_7-8	7,95 Infos_Wikipédia=Infos_Wikipédia_1	5,1 Loisirs_Activités-manuelles=Loisirs_Activités-manuelles_1	7,53 Médias_Musique=Médias_Musique_1	
7,88 Sorties_Cinéma=Sorties_Cinéma_1	7,81 Infos_Réseaux-sociaux=Infos_Réseaux-sociaux_1	4,8 Loisirs_Rencontre=Loisirs_Rencontre_1	6,95 Médias_Jeux-véo=Médias_Jeux-véo_1	
7,13 Sorties_Bibliothèque(loisirs)=Sorties_Bibliothèque(loisirs)_1	6,35 Infos_IA-générative=Infos_IA-générative_1		6,49 Médias_Radio=Médias_Radio_1	
5,27 Sorties_Danse=Sorties_Danse_1	4,5 Infos_Internet=Infos_Internet_1		4,6 Médias_Lire-livres=Médias_Lire-livres_1	
4,51 Sorties_Visite-virtuelle=Sorties_Visite-virtuelle_1	3,4 Infos_Nb_Cat=Infos_Nb_Cat_7-8		4,59 Médias_Télévision=Médias_Télévision_1	
			3,62 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_10-11	

## Classe 2 : les « Apprenants »

Résultats de la CAH, modalités avec valeur test  $\geq 1,96$ , classées par thème et par valeur test (et donc degré de significativité) décroissante.

4,75 Covid_IMPACT=Plus-de-sorties	4,14 Riponne_NPS=Riponne_NPS_Passif 3,36 Riponne_NPS=Riponne_NPS_Détracteur	8,53 Ress.num_IMPACT=Aucun-impact 11,7 Ress.num_NPS=Ress num_NPS_Passif		
<b>Démographie</b>	<b>Riponne</b>	<b>Ressources numériques</b>	<b>Supports</b>	<b>Evaluation Riponne</b>
19,1 Age=15-29ans	10,4 But_Formation=But_Formation_1	14,4 Ress_num_Nb_Cat=Ress_num_Nb_Cat_0	10,5 Livre_Travail_Num=Livre_Travail_Num_1	4,67 Collections=Collections_0
14,9 Statut=Formation	8,76 But_Loisirs=But_Loisirs_0	12,2 eLectures_Utilise=eLectures_Utilise_0	10,1 Musique_Téléphone=Musique_Téléphone_1	4,65 Accès=Accès_0
7,01 Ménage=Ménage_4	7,13 Activité_Nouveautés=Activité_Nouveautés_0	11,0 eLectures_Connaît=eLectures_Connaît_0	9,89 Musique_CDDVD=Musique_CDDVD_0	3,94 Personnel=Personnel_0
4,46 Genre=Femme	6,41 Activité_Evènement=Activité_Evènement_0	9,48 Pressreader_Connaît=Pressreader_Connaît_0	9,11 Film_Internet=Film_Internet_1	3,04 Médiation=Médiation_0
4,39 Genre=Autre-sans réponse	6,38 Activité_Travail-seul=Activité_Travail-seul_1	9,38 Pressreader_Utilise=Pressreader_Utilise_0	8,53 Matériel_Console-jeu=Matériel_Console-jeu_1	2,89 Horaires=Horaires_0
3,96 Formation=Tertiaire_UNIL	6,02 Activité_Presse.papier=Activité_Presse.papier_0	8,36 Assimil_Connaît=Assimil_Connaît_0	7,2 Livre_Travail_Papier=Livre_Travail_Papier_1	2,83 Localisation=Localisation_0
2,63 Formation=Secondaire II	5,26 Durée=1/2journée	6,88 Scriptorium_Utilise=Scriptorium_Utilise_0	6,85 Matériel_Ordinateur-portable=Matériel_Ordinateur-portable_1	2,71 Bâtiment=Bâtiment_0
2,5 Ménage=Ménage_5+	5,06 But_Travail=But_Travail_0	5,98 Scriptorium_Connaît=Scriptorium_Connaît_0	6,6 Matériel_Smartphone=Matériel_Smartphone_1	2,56 Collections=Collections_1-4
2,09 Statut=Rech_emploi_Au_foyer_Autre	4,9 Activité_Prêts-documents=Activité_Prêts-documents_0	5,6 Assimil_Utilise=Assimil_Utilise_0	6,22 Matériel_Ordinateur-bureau=Matériel_Ordinateur-bureau_0	2,52 Ambiance=Ambiance_0
	4,62 But_Autre=But_Autre_0	5,12 Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît=Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît_0	5,89 Matériel_Liseuse=Matériel_Liseuse_0	
	4,33 Activité_Travail-groupe=Activité_Travail-groupe_1	4,62 Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise=Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise_0	5,17 Musique_RadioTV=Musique_RadioTV_0	
	3,57 Durée=journée		5,07 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_8-9	
	3,38 Activité_Livres=Activité_Livres_0		4,95 Musique_PCTablette=Musique_PCTablette_1	
	3,35 Activité_Équipements-techniques=Activité_Équipements-techniques_1		3,57 Musique_Internet=Musique_Internet_1	
	3,06 Activité_Recherches-documentaires=Activité_Recherches-documentaires_0		3,21 Livre_Loisirs_Num=Livre_Loisirs_Num_0	
	2,98 Riponne_Nb_Cat=Riponne_Nb_Cat_0		3,19 Musique_MP3=Musique_MP3_0	
	2,95 Riponne=Riponne_Jamais		2,72 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_10-11	
	2,92 Activité_Renseignement=Activité_Renseignement_0		2,27 Film_TV=Film_TV_0	
	2,86 Activité_Atelier-formation=Activité_Atelier-formation_0		2,26 Film_DVD=Film_DVD_0	
	2,59 Activité_Inscription=Activité_Inscription_0		2,2 Supports_Freq	
	2,28 Activité_Repos=Activité_Repos_0		2,1 Musique_Vinyles=Musique_Vinyles_0	
8,69 Autre_bib_Autres-sites-BCUL=Autre_bib_Autres-sites-BCUL_1				
5,2 Autre_bib_BU-HES-Lausanne=Autre_bib_BU-HES-Lausanne_1				
4,49 Autre_bib_BM-hors-Lausanne=Autre_bib_BM-hors-Lausanne_0				
3,78 Rumine=Rumine_Jamais				
3,59 Autre_bib_BVL=Autre_bib_BVL_0				
3,41 Autre_bib_Aucune=Autre_bib_Aucune_0				
<b>Sorties culturelles</b>	<b>Informations</b>	<b>Loisirs</b>	<b>Médias</b>	
8,49 Sorties_Bibliothèque(travail/formation)=Sorties_Bibliothèque(travail/formation)_1	7,53 Infos_Presse=Infos_Presse_0	9,79 Loisirs_Jeux-cartes/société=Loisirs_Jeux-cartes/société_1	12,90 Médias_Réseaux-sociaux=Médias_Réseaux-sociaux_1	
5,39 Sorties_Bibliothèque(loisirs)=Sorties_Bibliothèque(loisirs)_0	7,5 Infos_Tutoriels-véo=Infos_Tutoriels-véo_1	5,69 Loisirs_Activité-artistique=Loisirs_Activité-artistique_1	11,90 Médias_Jeux-véo=Médias_Jeux-véo_1	
5,36 Sorties_Festivals=Sorties_Festivals_1	7,19 Infos_Revues=Infos_Revues_0	4,75 Loisirs_Cinéma=Loisirs_Cinéma_1	10,50 Médias_Vidéos=Médias_Vidéos_1	
4,16 Sorties_Musée(art)=Sorties_Musée(art)_0	6,56 Infos_Réseaux-sociaux=Infos_Réseaux-sociaux_1	4,64 Loisirs_Evénements-sportifs=Loisirs_Evénements-sportifs_1	9,81 Médias_Séries=Médias_Séries_1	
3,8 Sorties_Cinéma=Sorties_Cinéma_1	6,4 Infos_IA-générative=Infos_IA-générative_1	3,31 Loisirs_Nb_Cat=Loisirs_Nb_Cat_9+	9,89 Médias_Lire-magazine/journal=Médias_Lire-magazine/journal_0	
3,44 Sorties_Musée(histoire-tech)=Sorties_Musée(histoire-tech)_0	5,42 Infos_Réseau-professionnels=Infos_Réseau-professionnels_0	3,15 Loisirs_Rencontre=Loisirs_Rencontre_1	8,89 Médias_Radio=Médias_Radio_0	
3,19 Sorties_Théâtre=Sorties_Théâtre_0	4,06 Infos_Livres=Infos_Livres_0	3,12 Loisirs_Fêtes-locales=Loisirs_Fêtes-locales_1	7,22 Médias_Film=Médias_Film_1	
3,04 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_5-6	4,05 Infos_Experts=Infos_Experts_0	2,16 Loisirs_Autre=Loisirs_Autre_0	6,55 Médias_Echanges-entourage=Médias_Echanges-entourage_1	
2,96 Sorties_Spectacles=Sorties_Spectacles_0	3,92 Infos_Nb_Cat=Infos_Nb_Cat_5-6	2 Loisirs_Sport=Loisirs_Sport_1	5,76 Médias_Publier-réseaux-sociaux=Médias_Publier-réseaux-sociaux_1	
2,87 Sorties_Danse=Sorties_Danse_0	2,95 Infos_Internet=Infos_Internet_1		4,74 Médias_Podcasts-livres-audio=Médias_Podcasts-livres-audio_1	
2,47 Sorties_Monument=Sorties_Monument_0			4,63 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_12+	
2,39 Sorties_Aucun=Sorties_Aucun_0			4,59 Médias_Lire-livres=Médias_Lire-livres_0	
			4,25 Médias_Musique=Médias_Musique_1	
			4,02 Médias_Télévision=Médias_Télévision_0	
			3,83 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_10-11	
			3,24 Médias_Internet=Médias_Internet_1	



## Classe 3 : les « Lecteurs-trices loisirs »

Résultats de la CAH, modalités avec valeur test  $\geq 1,96$ , classées par thème et par valeur test (et donc degré de significativité) décroissante.

3,43 Covid_IMPACT=Aucun-changement	11,1 Riponne_NPS=Riponne_NPS_Promoteur	2,13 Ress.num_NPS=Ress num_NPS_Détracteur 5,64 Ress.num_IMPACT=Aucun-impact		
<b>Démographie</b>	<b>Riponne</b>	<b>Ressources numériques</b>	<b>Supports</b>	<b>Evaluation Riponne</b>
10,4 Statut=Retraite	17,6 But_Loisirs=But_Loisirs_1	5,13 Scriptorium_Connaît=Scriptorium_Connaît_1	11,1 Livre_Travail_Num=Livre_Travail_Num_0	8,87 Localisation=Localisation_7
9,28 Age=60-74ans	16,7 Activité_Prêts-documents=Activité_Prêts-documents_1	4,86 Ress_num_Nb_Cat=Ress_num_Nb_Cat_2	9,94 Musique_Téléphone=Musique_Téléphone_0	8,53 Personnel=Personnel_7
5,1 Domicile=Lausanne	16,1 Riponne_Nb_Cat=Riponne_Nb_Cat_1	4,63 Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît=Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît_1	8,52 Musique_CDDVD=Musique_CDDVD_1	7,67 Horaires=Horaires_5-6
4,43 Ménage=Ménage_1	16,1 Riponne=Riponne_Oui<12mois	4,26 Pressreader_Connaît=Pressreader_Connaît_1	8,31 Matériel_Console-jeu=Matériel_Console-jeu_0	7,54 Collections=Collections_7
3,57 Age=75ans+	13,6 Durée<1heure	3,34 Scriptorium_Utilise=Scriptorium_Utilise_1	8,2 Livre_Loisirs_Num=Livre_Loisirs_Num_0	7,19 Accès=Accès_5-6
2,61 Ménage=Ménage_2	10,2 Activité_Nouveautés=Activité_Nouveautés_1	2,38 Assimil_Connaît=Assimil_Connaît_1	7,47 Musique_PCTablette=Musique_PCTablette_0	6,57 Bâtiment=Bâtiment_5-6
	8,25 But_Formation=But_Formation_0	2,23 eLectures_Connaît=eLectures_Connaît_1	6,26 Film_Internet=Film_Internet_0	6,53 Ambiance=Ambiance_5-6
	7,52 Activité_Presse.papier=Activité_Presse papier_1	2,04 Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise=Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise_1	5,85 Musique_Internet=Musique_Internet_0	5,87 Collections=Collections_5-6
	6,84 Activité_Evènement=Activité_Evènement_1		5,46 Film_DVD=Film_DVD_1	5,87 Ambiance=Ambiance_7
	6,11 Fréquence=1fois/mois		5,33 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_0-7	5,78 Horaires=Horaires_7
	4,86 Activité_Travail-seul=Activité_Travail-seul_0		5,14 Matériel_Liseuse=Matériel_Liseuse_0	5,69 Espaces=Espaces_5-6
	4,61 Fréquence=quelquesfois		4,23 Film_VoD=Film_VoD_0	5,61 Personnel=Personnel_5-6
	4,6 But_Autre=But_Autre_1		3,94 Livre_Loisirs_Papier=Livre_Loisirs_Papier_1	5,43 Médiation=Médiation_5-6
	4,08 Fréquence=2-3fois/mois		3,1 Livre_Travail_Audio=Livre_Travail_Audio_0	4,89 Bâtiment=Bâtiment_7
	3,87 Riponne_Freq		2,83 Livre_Travail_Papier=Livre_Travail_Papier_0	4,65 Accès=Accès_7
	3,84 Activité_Travail-groupe=Activité_Travail-groupe_0		2,1 Livre_loisirs_Audio=Livre_loisirs_Audio_0	4,24 Localisation=Localisation_5-6
	3,75 Activité_Livres=Activité_Livres_1			3,77 Espaces=Espaces_7
	2,8 Activité_Atelier-formation=Activité_Atelier-formation_1			3,08 Accès=Accès_1-4
	2,79 Activité_Repos=Activité_Repos_1			3,05 Médiation=Médiation_7
	2,71 Activité_Renseignement=Activité_Renseignement_1			2,78 Bâtiment=Bâtiment_1-4
	2,69 Activité_Inscription=Activité_Inscription_1			2,77 Equipements=Equipements_5-6
	2,56 Fréquence=1fois/semaine			2,09 Equipements=Equipements_7
	2,45 Activité_Recherches-documentaires=Activité_Recherches-documentaires_1			
	2,4 Activité_Equipements-techniques=Activité_Equipements-techniques_0			
	2,05 But_Travail=But_Travail_1			
	2,01 Durée=1h-3h			
<b>Sorties culturelles</b>	<b>Informations</b>	<b>Loisirs</b>	<b>Médias</b>	
10,6 Sorties_Bibliothèque(loisirs)=Sorties_Bibliothèque(loisirs)_1	9,59 Infos_Tutoriels-véo=Infos_Tutoriels-véo_0	9,15 Loisirs_Sortie-culturelle=Loisirs_Sortie-culturelle_1	12,90 Médias_Réseaux-sociaux=Médias_Réseaux-sociaux_0	
9,71 Sorties_Musée(art)=Sorties_Musée(art)_1	8,63 Infos_IA-générative=Infos_IA-générative_0	7,44 Loisirs_Evénements-sportifs=Loisirs_Evénements-sportifs_0	12,20 Médias_Jeux-véo=Médias_Jeux-véo_0	
8,62 Sorties_Freq	7,78 Infos_Réseaux-sociaux=Infos_Réseaux-sociaux_0	5,3 Loisirs_Jeux-cartes/société=Loisirs_Jeux-cartes/société_0	9,44 Médias_Séries=Médias_Séries_0	
7,35 Sorties_Bibliothèque(travail/formation)=Sorties_Bibliothèque(travail/formation)_0	6,18 Infos_Plateforme-apprentissage=Infos_Plateforme-apprentissage_0	4,65 Loisirs_Nb_Cat=Loisirs_Nb_Cat_7-8	9,19 Médias_Publier-réseaux-sociaux=Médias_Publier-réseaux-sociaux_0	
5,85 Sorties_Musée(histoire-tech)=Sorties_Musée(histoire-tech)_1	5,08 Infos_Nb_Cat=Infos_Nb_Cat_5-6	4,48 Loisirs_Cinéma=Loisirs_Cinéma_1	6,63 Médias_Radio=Médias_Radio_1	
5,84 Sorties_Danse=Sorties_Danse_1	4,76 Infos_Réseau-professionnels=Infos_Réseau-professionnels_0	4,19 Loisirs_Rencontre=Loisirs_Rencontre_1	6,52 Médias_Vidéos=Médias_Vidéos_0	
5,51 Sorties_Concert=Sorties_Concert_1	3,97 Infos_Articles-scientifiques=Infos_Articles-scientifiques_0	4,01 Loisirs_Fêtes-locales=Loisirs_Fêtes-locales_0	6,06 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_8-9	
4,8 Sorties_Monument=Sorties_Monument_1	3,38 Infos_Presse=Infos_Presse_1	3,73 Loisirs_Nb_Cat=Loisirs_Nb_Cat_5-6	5,78 Médias_Lire-magazine/journal=Médias_Lire-magazine/journal_1	
4,79 Sorties_Théâtre=Sorties_Théâtre_1	2,84 Infos_Livres=Infos_Livres_1	3,31 Loisirs_Randonnée=Loisirs_Randonnée_1	4,37 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_0-7	
4,22 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_5-6	2,63 Infos_Experts=Infos_Experts_0		4,13 Médias_Internet=Médias_Internet_0	
3,96 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_7-8	2,48 Infos_Internet=Infos_Internet_0		3,96 Médias_Podcasts-livres-audio.=Médias_Podcasts-livres-audio_0	
3,92 Sorties_Cinéma=Sorties_Cinéma_1			3,35 Médias_Lire-livres=Médias_Lire-livres_1	
3,86 Sorties_Festivals=Sorties_Festivals_0			2,28 Médias_Echanges-entourage=Médias_Echanges-entourage_0	
3 Sorties_Aucun=Sorties_Aucun_0				
2,08 Sorties_Visite-virtuelle=Sorties_Visite-virtuelle_0				

## Classe 4 : les « eLecteurs-trices »

Résultats de la CAH, modalités avec valeur test  $\geq 1,96$ , classées par thème et par valeur test (et donc degré de significativité) décroissante.

2,78 Covid_IMPACT=Moins-de-sorties	13,6 Riponne_NPS=Riponne_NPS_Passif	15,1 Ress.num_IMPACT=Jamais-emprunté 9,06 Ress.num_IMPACT=Réduction-prêts	11 Ress.num_NPS=Ress num_NPS_Promoteur
Démographie	Riponne	Ressources numériques	Supports
6,99 Statut=Retraite	21,2 Riponne_Nb_Cat=Riponne_Nb_Cat_0	16,9 eLectures_Utilise=eLectures_Utilise_1	16,4 Matériel_Utilise=Matériel_Liseuse_1
6,83 Domicile=Vaud	19,5 Activité_Prêts-documents=Activité_Prêts-documents_0	13,2 eLectures_Connaît=Lectures_Connaît_1	15,5 Livre_Travail_Papier=Livre_Travail_Papier_0
6,02 Age=60-74ans	14,2 Riponne=Riponne_Oui>12mois	10,3 Ress_num_Nb_Cat=Ress_num_Nb_Cat_1	12,1 Livre_Loisirs_Num=Livre_Loisirs_Num_1
4,83 Ménage=Ménage_2	13,8 But_Loisirs=But_Loisirs_0	6,02 Scriptorium_Connaît=Scriptorium_Connaît_0	9,15 Livre_Loisirs_Papier=Livre_Loisirs_Papier_0
3,73 Formation=Tertiaire	12,3 But_Formation=But_Formation_0	4,75 Scriptorium_Utilise=Scriptorium_Utilise_0	6,87 Matériel_Ordinateur-portable=Matériel_Ordinateur-portable_0
3,44 Domicile=Autres-cantons	11,5 But_Travail=But_Travail_0	4,13 Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît=Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Connaît_0	6,82 Livre_Travail_Num=Livre_Travail_Num_0
3,39 Formation=Secondaire II	11,4 Riponne=Riponne_Jamais	3,94 RN_Freq	6,04 Film_DVD=Film_DVD_0
2,62 Age=75ans+	10,3 Activité_Travail-seul=Activité_Travail-seul_0	2,94 Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise=Artfilm+Medici+Qwest+Fringale_Utilise_0	5,88 Film_TV=Film_TV_1
	8,97 Activité_Nouveautés=Activité_Nouveautés_0		4,54 Matériel_Smartphone=Matériel_Smartphone_0
	8,3 Activité_Evènement=Activité_Evènement_0		4,51 Matériel_Tablette=Matériel_Tablette_1
	7,56 Activité_Recherches-documentaires=Activité_Recherches-documentaires_0		4,32 Musique_RadioTV=Musique_RadioTV_1
	6,81 Activité_Equipements-techniques=Activité_Equipements-techniques_0		4,26 Musique_Vinyles=Musique_Vinyles_0
	6,3 Activité_Presse.papier=Activité_Presse papier_0		3,68 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_8-9
	6,1 Activité_Livres=Activité_Livres_0		3,25 Livre_Travail_Audio=Livre_Travail_Audio_0
	4,7 Activité_Travail-groupe=Activité_Travail-groupe_0		2,79 Film_Internet=Film_Internet_0
	4,7 Activité_Passer-le-temps=Activité_Passer-le-temps_0		2,49 Support_Nb_Cat=Support_Nb_Cat_0-7
	4,27 Activité_Abri=Activité_Abri_0		2,45 Matériel_Console-jeu=Matériel_Console-jeu_0
	4,06 Activité_Repos=Activité_Repos_0		2,22 Musique_PCTablette=Musique_PCTablette_0
	3,68 Activité_Ressources-électroniques=Activité_Ressources-électroniques_0		
11,8 Autre_bib_Autres-sites-BCUL=Autre_bib_Autres-sites-BCUL_0	3,57 But_Autre=But_Autre_0		
10,4 Rumine=Rumine_Jamais	3,1 Activité_Renseignement=Activité_Renseignement_0		
9,44 Autre_bib_Aucune=Autre_bib_Aucune_1	2,78 Activité_Rencontrer=Activité_Rencontrer_0		
8,35 Autre_bib_BU-HES-Lausanne=Autre_bib_BU-HES-Lausanne_0	2,74 But_Emploi=But_Emploi_0		
7,91 Autre_bib_BVL=Autre_bib_BVL_0	2,67 Activité_Inscription=Activité_Inscription_0		
5,59 Autre_bib_BU-hors-Lausanne=Autre_bib_BU-hors-Lausanne_0	2,6 Activité_Atelier-formation=Activité_Atelier-formation_0		
4,58 Autre_bib_BM-hors-Lausanne=Autre_bib_BM-hors-Lausanne_1	2,45 Activité_Autre=Activité_Autre_0		
Sorties culturelles	Informations	Loisirs	Médias
15,2 Sorties_Bibliothèque(travail/formation)=Sorties_Bibliothèque(travail/formation)_0	10,4 Infos_Articles-scientifiques=Infos_Articles-scientifiques_0	7,19 Loisirs_Activité-artistique=Loisirs_Activité-artistique_0	7,67 Médias_Nb_Cat=Médias_Nb_Cat_8-9
8,88 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_3-4	6,62 Infos_Experts=Infos_Experts_0	5,18 Loisirs_Sortie-culturelle=Loisirs_Sortie-culturelle_0	6,8 Médias_Vidéos=Médias_Vidéos_0
8,13 Sorties_Bibliothèque(loisirs)=Sorties_Bibliothèque(loisirs)_0	6,41 Infos_Revues=Infos_Revues_0	5,04 Loisirs_Cinéma=Loisirs_Cinéma_0	6,65 Médias_Télévision=Médias_Télévision_1
7,05 Sorties_Musée(histoire-tech)=Sorties_Musée(histoire-tech)_0	5,67 Infos_Nb_Cat=Infos_Nb_Cat_0-4	3,25 Loisirs_Nb_Cat=Loisirs_Nb_Cat_0-4	5,63 Médias_Podcasts-livres-audio.=Médias_Podcasts-livres-audio_0
7,01 Sorties_Festivals=Sorties_Festivals_0	5,02 Infos_Livres=Infos_Livres_0	3,21 Loisirs_Jeux-cartes/société=Loisirs_Jeux-cartes/société_0	4,65 Médias_Publier-réseaux-sociaux=Médias_Publier-réseaux-sociaux_0
6,4 Sorties_Concert=Sorties_Concert_0	4,38 Infos_Wikipédia=Infos_Wikipédia_0	3,19 Loisirs_Jardins=Loisirs_Jardins_0	4,19 Médias_Radio=Médias_Radio_1
6,37 Sorties_Musée(art)=Sorties_Musée(art)_0	4,03 Infos_IA-générative=Infos_IA-générative_0	2,17 Loisirs_Nb_Cat=Loisirs_Nb_Cat_5-6	3,03 Médias_Lire-livres=Médias_Lire-livres_1
5,99 Sorties_Danse=Sorties_Danse_0	4 Infos_Réseau-professionnels=Infos_Réseau-professionnels_0	2,05 Loisirs_Activités-manuelles=Loisirs_Activités-manuelles_1	2,73 Médias_Lire-magazine/journal=Médias_Lire-magazine/journal_1
5,82 Sorties_Théâtre=Sorties_Théâtre_0	3,37 Infos_Réseaux-sociaux=Infos_Réseaux-sociaux_0		2,73 Médias_Réseaux-sociaux=Médias_Réseaux-sociaux_0
5,24 Sorties_Nb_Cat=Sorties_Nb_Cat_0-2	2,43 Infos_Nb_Cat=Infos_Nb_Cat_5-6		2,04 Médias_Internet=Médias_Internet_1
5,04 Sorties_Monument=Sorties_Monument_0	2,11 Infos_Internet=Infos_Internet_1		
4,43 Sorties_Cinéma=Sorties_Cinéma_0			
3,26 Sorties_Aucun=Sorties_Aucun_1			

## Classe 5 : les « Seniors »

Résultats de la CAH, modalités avec valeur test  $\geq 1,96$ , classées par thème et par valeur test (et donc degré de significativité) décroissante.

[illegible]

## Annexe 15 : Commentaires libres portant sur l'enquête



Q5.1 – Commentaires libres portant sur l'enquête (liste non exhaustive, d'autres ont déjà été cités)

### Reconnaissance

« Je suis admirative des efforts de la BCUR pour répondre aux besoins de la société et d'anticiper les besoins des générations à venir. [...] » (Femme, 45-59 ans, Lausanne)

« Je suis content de contribuer à votre Enquête. » (Homme, 75 ans et +, Lausanne)

« Félicitations de mener ainsi cette enquête ! » (Homme, 30-44 ans, Lausanne)

« Enquête intéressante et bien structurée, bravo 🍷 » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Enquête intéressante qui j'espère vous aidera pour l'avenir de cette belle institution. [...] » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Très bonne enquête ! » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Je trouve l'enquête très bien faite. Elle cerne certainement toutes les situations possibles. » (Homme, 75 ans et +, Lausanne)

« Enquête intéressante et BCUL indispensable. Merci et continuez. » (Femme, 75 ans et +, Lausanne)

« Belle enquête questions pertinentes. Cela change des traditionnelles enquêtes de satisfaction souvent déprimantes » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Merci de me la donner. » (Femme, 75 ans et +, Vaud)

« En tout cas merci pour votre sondage et votre travail en vous souciant de l'accès à la culture. » (Femme, 15-29 ans, Lausanne)

« Questionnaire bien fait (formulation des questions) » (Homme, 75 ans et +, Lausanne)

« [...] Merci beaucoup et félicitations pour vos améliorations constantes. Les autres services de l'État pourraient vous prendre comme modèle. En tant que contribuable et utilisatrice, j'aime être questionnée sur ma satisfaction. [...] » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Les questions sont claires ce qui facilite nos réponses. » (Homme, 60-74 ans, Lausanne)

« Très bonne initiative. » (Femme, 15-29 ans, Vaud)

« Très bon questionnaire » (Homme, 75 ans et +, Vaud)

« RAS, merci de ce travail d'investigation. » (Homme, 45-59 ans, Hors Suisse)

« [...] Le questionnaire fut plaisant à remplir » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

### Humour

« PS : pendant que je remplis le questionnaire, mon repas a légèrement grillé, rien de grave » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« non - temps écoulé ! » (Femme, 75 ans et +, Vaud)



## Promotion

« je découvre à travers l'enquête qu'il y a énormément d'activités proposées à la BCU Riponne. Je vais me saisir de ces informations. » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« Je réalise que je ne connaissais pas TOUS vos services, par exemple j'apprends par ce questionnaire que vous offrez une formation avec Assimil, je trouve ça incroyable! Merci beaucoup! » (Femme, 15-29 ans, Lausanne)

« J'ignorais les offres de ebook à disposition. Bon à savoir :D je vais regarder de ce pas ! » (Femme, 30-44 ans, Vaud)

« Il faudrait faire plus de publicités sur tous les moyens et supports que la BCUL possède. Car nombreux des choses citées je n'étais pas au courant de leur existence. » (Femme, 15-29 ans, Vaud)

« Je m'aperçois que je ne connais pas votre offre complètement. » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« J'ai découvert des prestations que je ne connaissais pas » (Homme, 15-29 ans, Lausanne)

## Critiques et points de friction

« Un peu long ! » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

« Questionnaire un peu scolaire... » (Homme, 75 ans et +, Vaud)

« Questionnaire assez bien fait, même s'il y avait quelques redites (Cinéma et Aller au cinéma p.ex.). » (Homme, 45-59 ans, Lausanne)

« Merci pour votre travail quand-même (il porte le stigmate de toute les enquêtes, il est d'un ennui total...) » (Homme, 60-74 ans, Lausanne)

« Un champ "autre" ou "non pertinent" manquait parfois. [...] » (Femme, 45-59 ans, Autre canton)

« Il manque "Je ne sais pas" à qq questions. » (Homme, 45-59 ans, Autre canton)

« Plusieurs réponses impossibles dans le questionnaire : L'accueil du personnel est très variable [...]. J'aime bcp le bâtiment, mais il n'est pas pratique. Je suis à la fois retraitée et active à temps partiel. » (Femme, 60-74 ans, Lausanne)

## Pour une prochaine enquête

« Travaillant à la BCU Riponne [...], [j]'aurais peut-être trouver intéressant de demander aux gens quelle catégorie d'ouvrage ils ont le plus tendance à consulter/emprunter. par ex. Documentaire ou Fiction. Ou les formats empruntés CD, DVD, Vinyle, livre audio. Bref, en attendant c'est une très bonne enquête. [...] » (Femme, 15-29 ans, Vaud)

« Il n'est pas fait mention dans cette enquête, des collaborateurs que l'on rencontre (ce n'est pas son objet). Mais j'en profite pour le dire : Enthousiastes, serviables, agréables. Fréquenter la BCUL est un plaisir ! » (Femme, 60-74 ans, Vaud)

« Pas de question sur les contenus? aucune remarque sur le choix des collections? suis-je content de la charte (à ma connaissance récente) de la BCU? quel est le coût de tout cela et si les utilisateurs sont à l'aise avec cela? Faut-il aller dans tous les supports et plateformes? » (Homme, 60-74 ans, Lausanne)

« Je trouve dommage que ce questionnaire n'ait posé aucune question sur des services que j'aimerais voir proposés par la BCUL ou sur des services que vous envisagez et dont vous voudriez tester l'intérêt. Prêt d'objets (outils, instruments de musique, etc.), Organisation (ou tout du moins mise à disposition d'espaces) pour soirées jeux de société ou jeux de rôle, etc. » (Homme, 30-44 ans, Vaud)