



# RAPPORT D'ANALYSE

## ENQUÊTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LA COMMUNICATION DES BU

**2022-2023**

**Mission Enquêtes des BU Lyon 2**

Raphaëlle Billy

Mariana Maire

## Table des matières

<b>1. Objectifs et méthodologie.....</b>	<b>2</b>
<b>2. Résultats de l'enquête.....</b>	<b>3</b>
<b>2.1. Les réseaux sociaux.....</b>	<b>3</b>
Réseaux sociaux utilisés par les répondants.....	3
Connaissance de la présence des BU sur les réseaux sociaux.....	4
Abonnement aux BU sur les réseaux sociaux.....	4
Visibilité des BU sur les réseaux sociaux.....	5
Mode de consultation des réseaux sociaux .....	6
Contenus des BU sur les réseaux sociaux .....	7
Intérêt de la présence des BU sur les réseaux sociaux.....	7
<b>2.2. La communication dans les BU .....</b>	<b>9</b>
Fréquentation des BU .....	9
Canaux de communication sur place .....	9
<b>2.3. Le site web.....</b>	<b>11</b>
Fréquence de consultation du site web des BU .....	11
Contenus consultés sur le site des BU.....	12
Raisons de la non consultation du site des BU .....	13
<b>2.4. Pour conclure .....</b>	<b>14</b>
Canaux de communication consultés en fonction du type d'information.....	14
Commentaires libres.....	15
<b>3. Conclusion.....</b>	<b>15</b>
<b>4. Questionnaire .....</b>	<b>16</b>
4.1. Les réseaux sociaux.....	16
4.2. La communication des BU .....	21
4.3. Site web.....	23
4.4. Pour conclure.....	25

# 1. OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

L'enquête a émané de la cellule Communication au printemps 2021 avec pour **objectif d'évaluer la visibilité des BU sur les réseaux sociaux et le taux de satisfaction** des contenus proposés par les BU. L'enquête vise à faire le bilan de la ligne éditoriale adoptée par la cellule Communication en interrogeant les étudiants sur les contenus proposés, leur pertinence et leur fréquence afin de procéder à des ajustements si nécessaire. L'objectif est donc de proposer les contenus les plus adéquats selon les réseaux et les besoins du public étudiant.

L'enquête était aussi l'occasion d'interroger plus globalement sur les canaux de communication consultés par les étudiants en fonction du type d'informations recherchées. Elle a donc comporté un volet sur les lieux d'affichage et le site web.

L'enquête s'est déroulée sous la forme d'un **questionnaire en ligne** administré sous LimeSurvey comportant 21 questions (dont certaines conditionnées) réparties en 4 groupes :

- Les réseaux sociaux
- La communication dans les BU
- Le site web
- Pour conclure

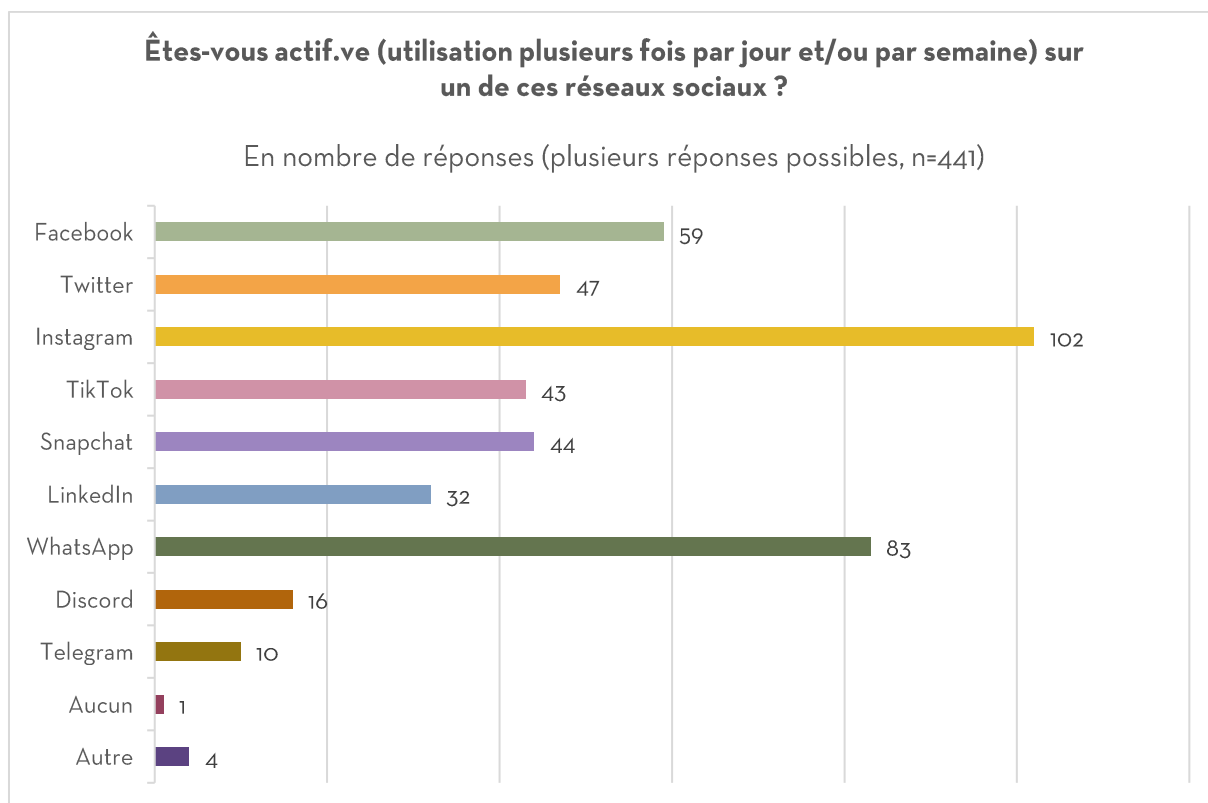
Le questionnaire a été diffusée à partir du 9 mai 2022. Une large campagne de communication de la part des BU a été menée notamment via un affichage dans les espaces des BU et des posts réguliers sur les réseaux sociaux. Malheureusement, cela n'a pas permis d'obtenir autant de réponses que souhaité. Au 12 décembre 2022, nous comptons 80 réponses complètes pour un total de 150 réponses. Le questionnaire est donc resté disponible et un nouvel appel à participation a été lancé début 2023, pour aboutir au 11 avril 2023 à 131 réponses complètes sur 251. L'impossibilité de passer par les réseaux de communication de l'Université, notamment les listes mails, empêche de toucher plus largement les étudiants.

**L'analyse des résultats porte sur ces 131 réponses complètes.**

## 2. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

### 2.1. LES RÉSEAUX SOCIAUX

#### Réseaux sociaux utilisés par les répondants



**Les réseaux Instagram et WhatsApp sont les plus utilisés par les répondants.** Facebook est utilisé par un peu moins d'un répondant sur 2. Twitter, Snapchat et TikTok sont utilisés par environ 1/3 des répondants.

Les 4 réponses « Autre » citent Mastodon, Indeed, Messenger et Signal.

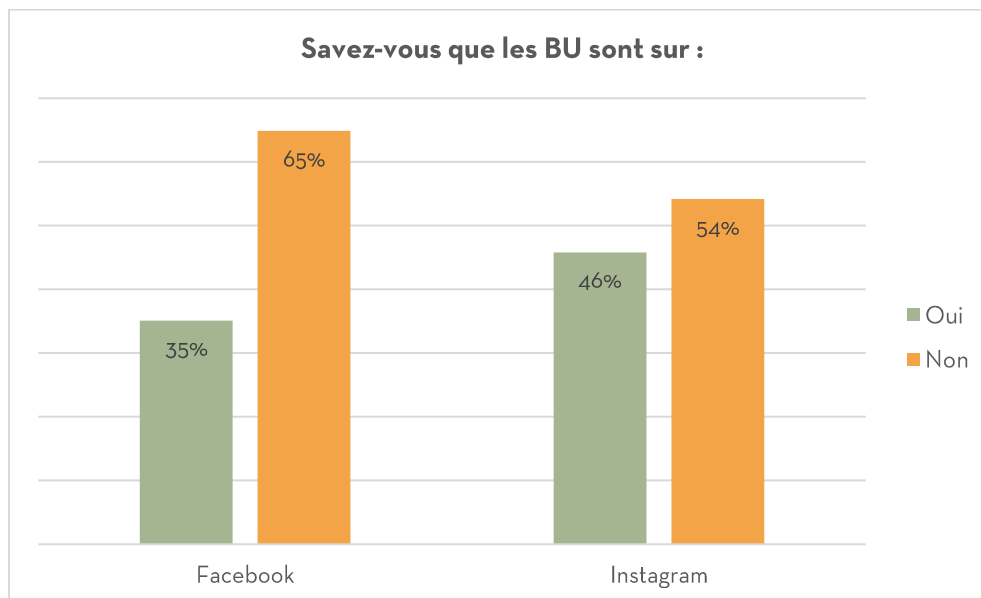
La plupart des répondants sont actifs sur plusieurs réseaux sociaux puisque le total des réponses est de 441.

Facebook et Instagram cumulent 161 réponses pour 131 répondants. Un croisement des réponses permet d'établir que

- 45 répondants sont actifs sur Facebook **et** Instagram, soit 34 %,
- 14 utilisent Facebook mais pas Instagram, soit 11 %,
- 57 utilisent Instagram mais pas Facebook, soit 44 %.

Si un choix doit être effectué entre le maintien de la présence des BU Lyon 2 sur Facebook et Instagram, il serait logique de privilégier Instagram.

## Connaissance de la présence des BU sur les réseaux sociaux



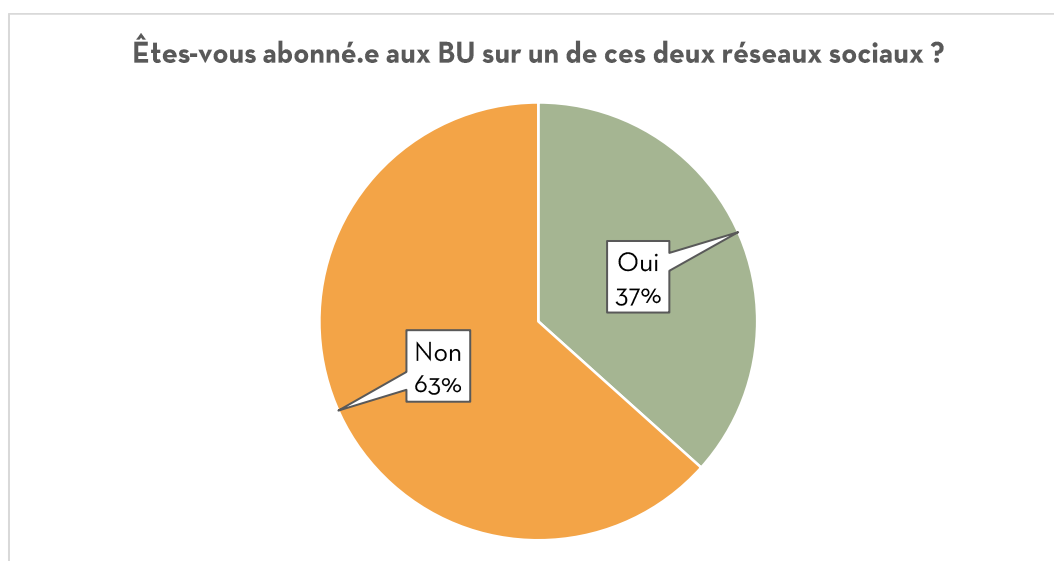
**Globalement, le compte Instagram des BU est davantage connu que la page Facebook, alors que la page Facebook a été créée bien avant le compte Instagram (novembre 2016, contre mars 2020). Cependant, parmi les répondants actifs sur Facebook et/ou Instagram, les taux de connaissance de la présence des BU sur ces réseaux sont presque identiques :**

- pour Facebook, 33 sur 59 répondants actifs, soit 56 %,
- pour Instagram, 54 sur 102 répondants actifs, soit 53 %.

Ce taux reste faible.

Une campagne de communication régulière pourrait être menée avec une fréquence au minimum annuelle et avec la contribution de la direction de la communication.

## Abonnement aux BU sur les réseaux sociaux



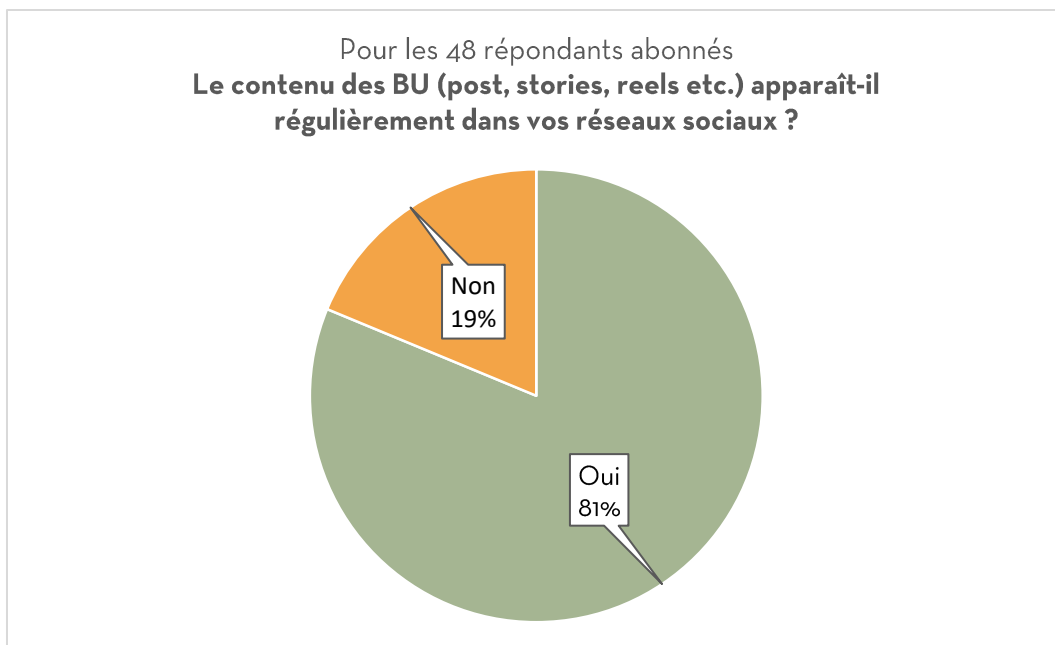
En prenant en compte uniquement les 116 répondants actifs sur au moins l'un de ces réseaux,

- 48 sont abonnés aux BU sur Facebook et/ou Instagram, soit 41 %,
- 29 sur 59 sont abonnés aux BU sur Facebook, soit 49 %,
- 42 sur 54 sont abonnées aux BU sur Instagram, soit 78 %.

Les répondants suivent donc plus volontiers les BU sur Instagram que sur Facebook, ce qui confirme la nécessité de prioriser l'activité sur Instagram par rapport à Facebook.

Au 05/05/2023, la page Facebook compte 3 515 abonnés. Le compte Instagram compte 1 662 abonnés. Cette différence peut s'expliquer par l'ancienneté de la page Facebook, créée en novembre 2016 contre mars 2020 pour le compte Instagram. Cependant, depuis août 2022, le compte Instagram gagne deux fois plus d'abonnés que la page Facebook. En outre, tous les abonnés Facebook ne voient pas forcément les contenus publiés par les BU. Certains ont pu se désintéresser de la page depuis leur abonnement.

### Visibilité des BU sur les réseaux sociaux



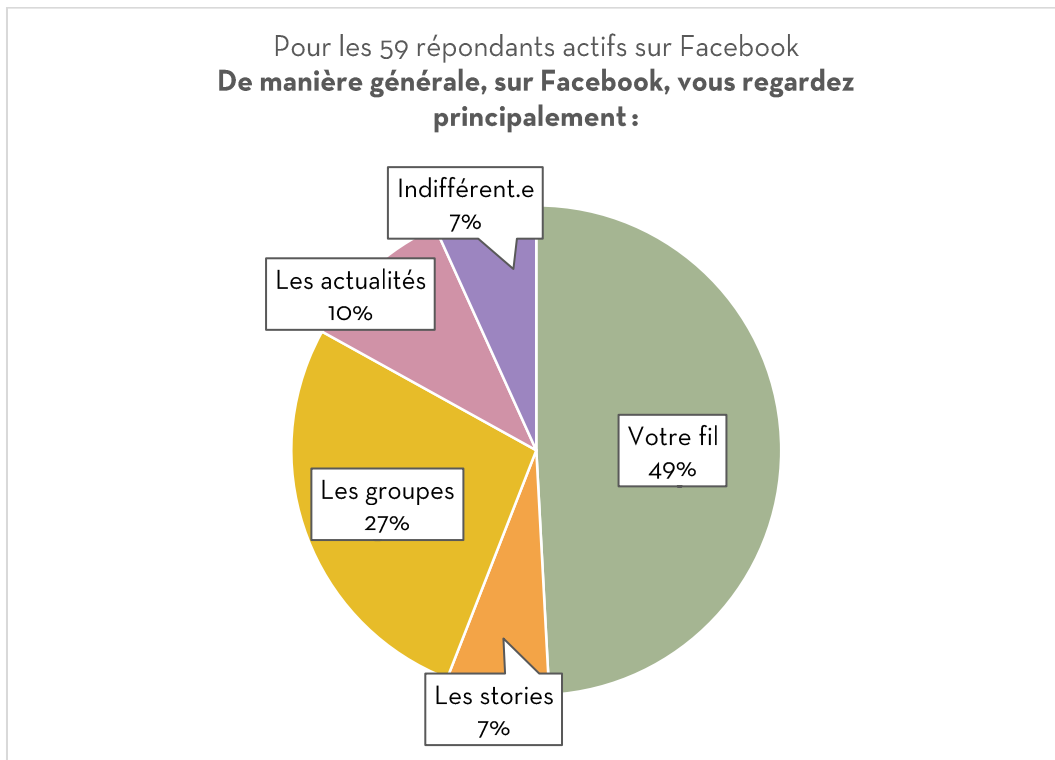
**Le taux de visibilité global de l'activité des BU sur Facebook et/ou Instagram est satisfaisant**, mais là aussi Instagram se distingue :

- 21 sur 48 pour Facebook, soit 44 %,
- 35 sur 48 pour Instagram, soit 73 %,
- dont 18 répondants qui cumulent Facebook et Instagram<sup>1</sup>.

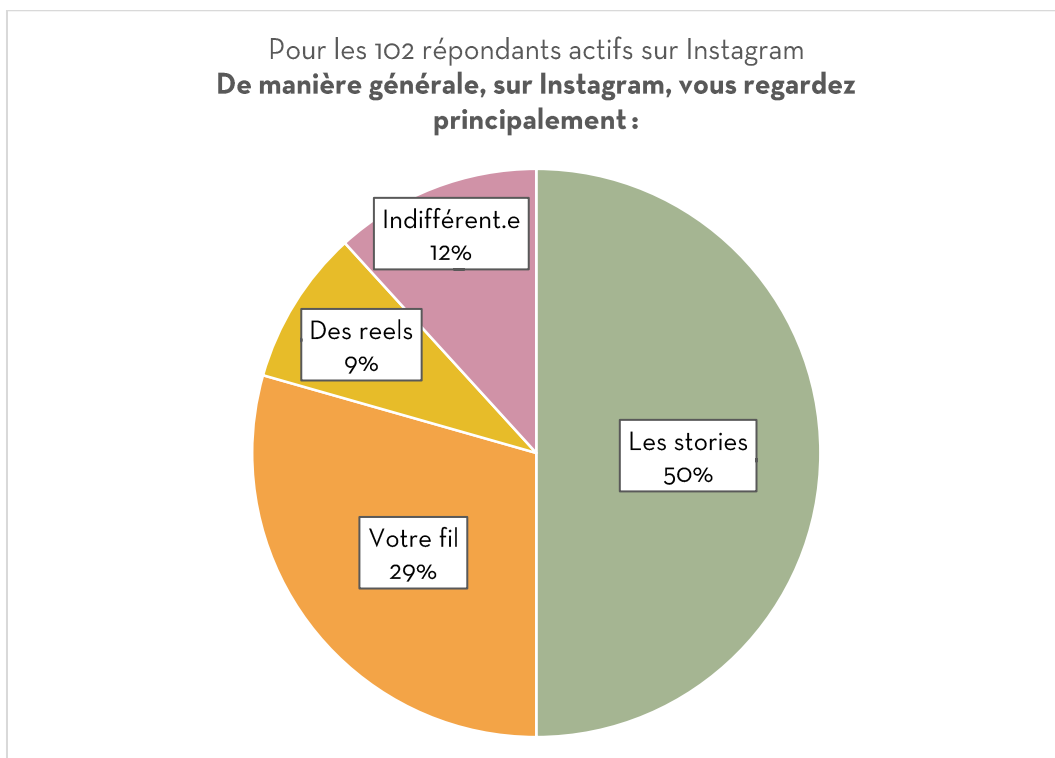
---

<sup>1</sup> Un répondant a déclaré ne pas être actif sur FB et Insta a quand même déclaré être abonné aux BU sur ces réseaux.

## Mode de consultation des réseaux sociaux



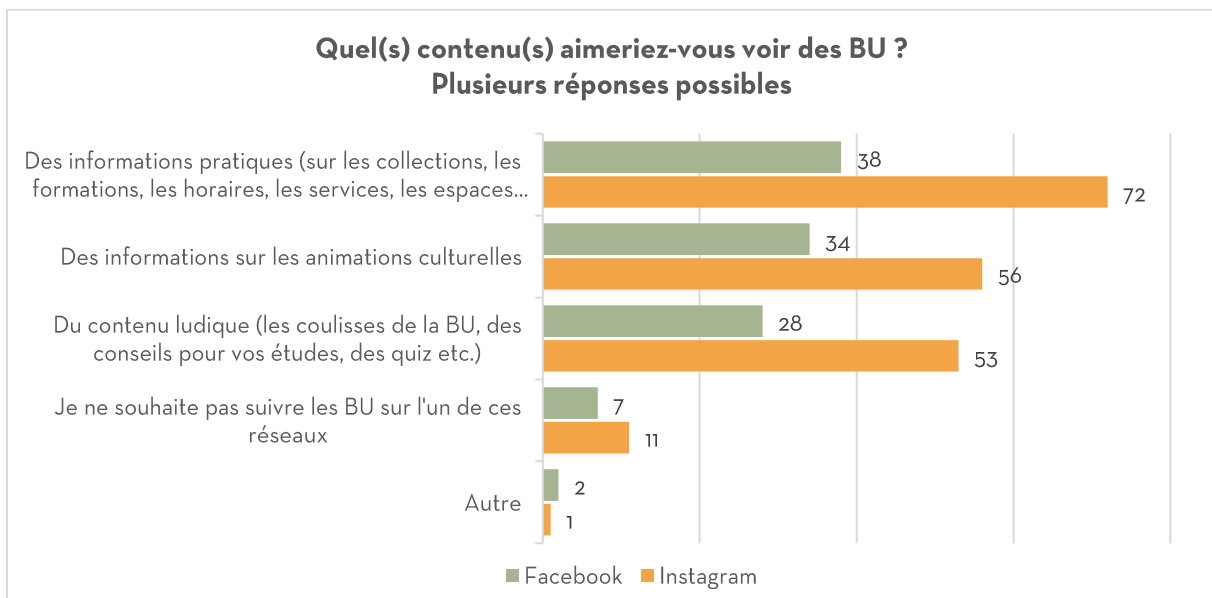
Les répondants actifs sur Facebook consultent majoritairement en priorité leur fil.



**Les répondants actifs sur Instagram consultent majoritairement en priorité les stories.**  
Le fil arrive en 2<sup>e</sup> position mais nettement en retrait.

La visibilité des stories des BU doit logiquement être plus élevée que celles des publications.

## Contenus des BU sur les réseaux sociaux

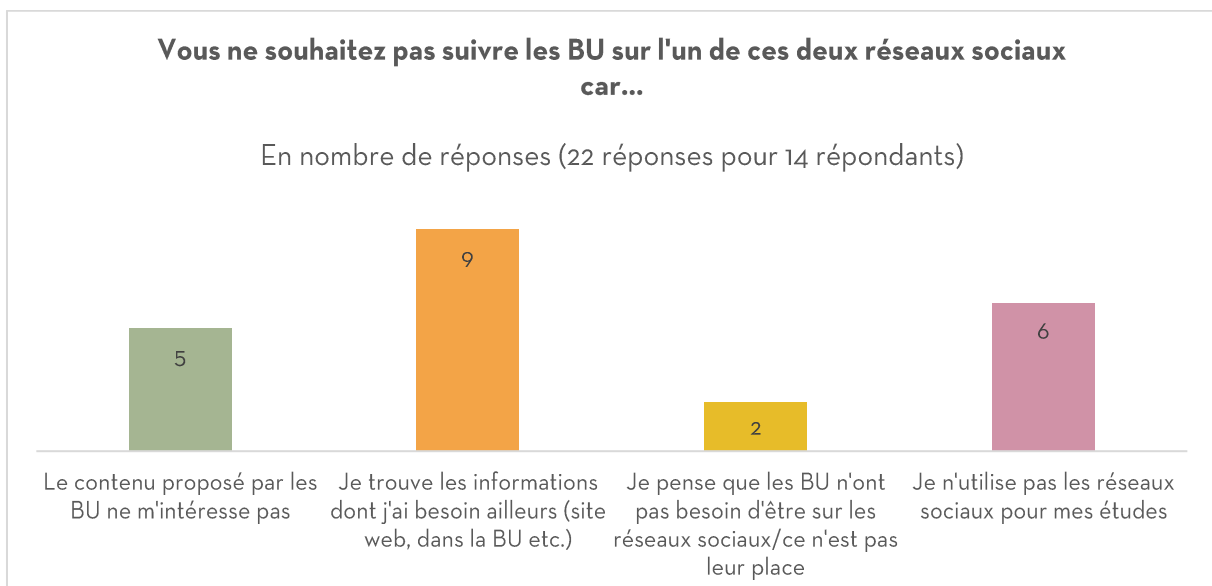


**Ce sont les mêmes types de contenus des BU qui sont attendus en priorité sur les deux réseaux :**

- les informations pratiques en tête,
- les informations sur les animations culturelles et les contenus ludiques ensuite.

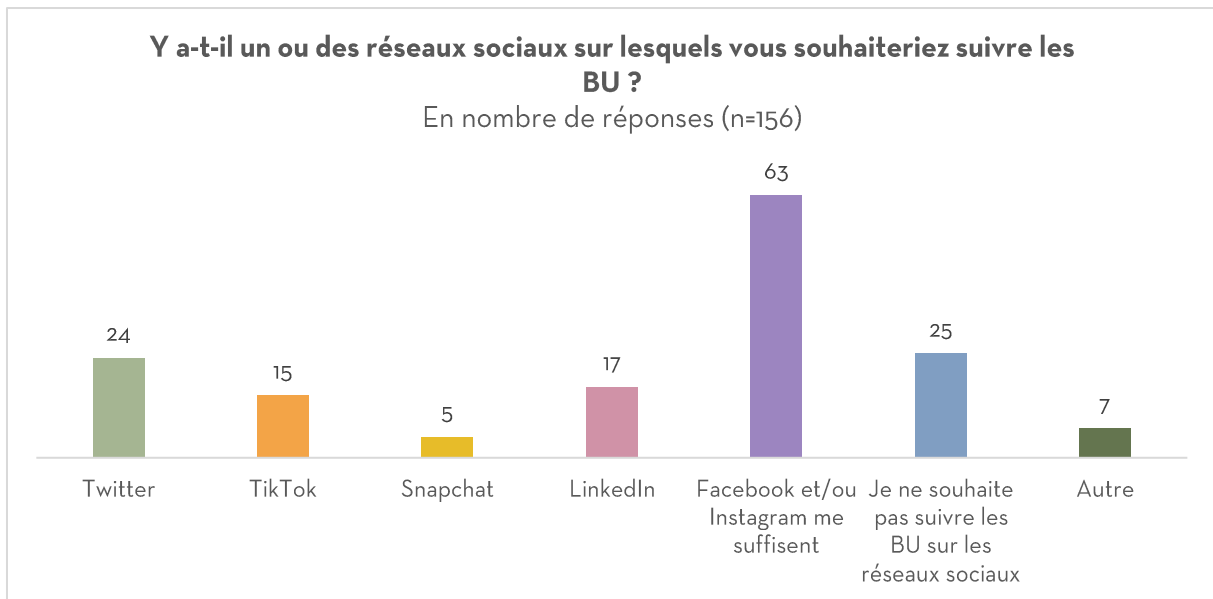
14 répondants ne souhaitent pas suivre les BU sur Facebook et/ou Instagram.

## Intérêt de la présence des BU sur les réseaux sociaux



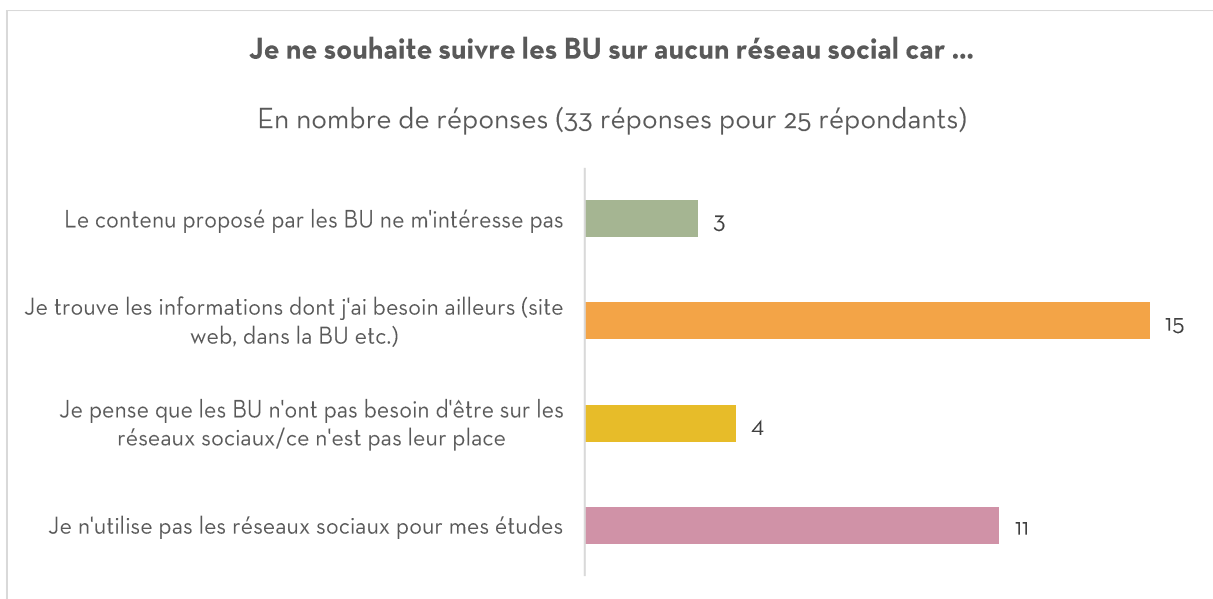
**Ce désintérêt s'explique par une absence de besoin.**





88 réponses sur 156, soit 56 %, expriment une absence de besoin de suivre les BU sur d'autres réseaux sociaux.

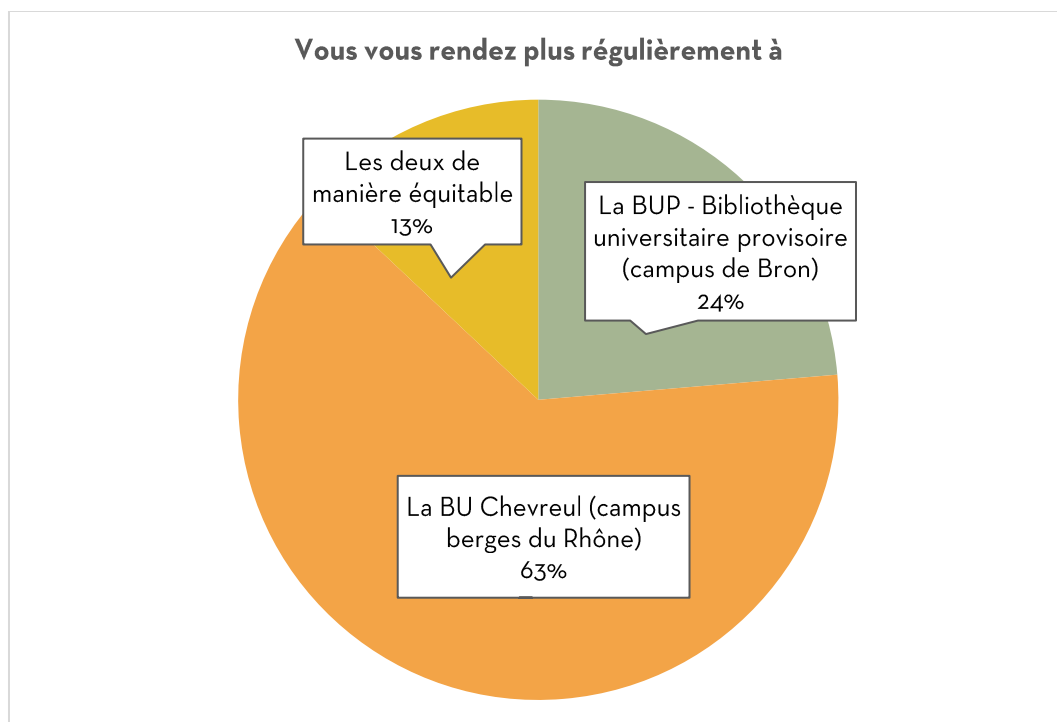
Twitter est demandé par 24 répondants, dont 4 ne sont pas encore actifs sur ce réseau. Et parmi les 47 répondants actifs sur Twitter, 27 ne suivraient pas le compte des BU.



Le désintérêt face à la présence des BU sur les réseaux sociaux s'explique également par une absence de besoin.

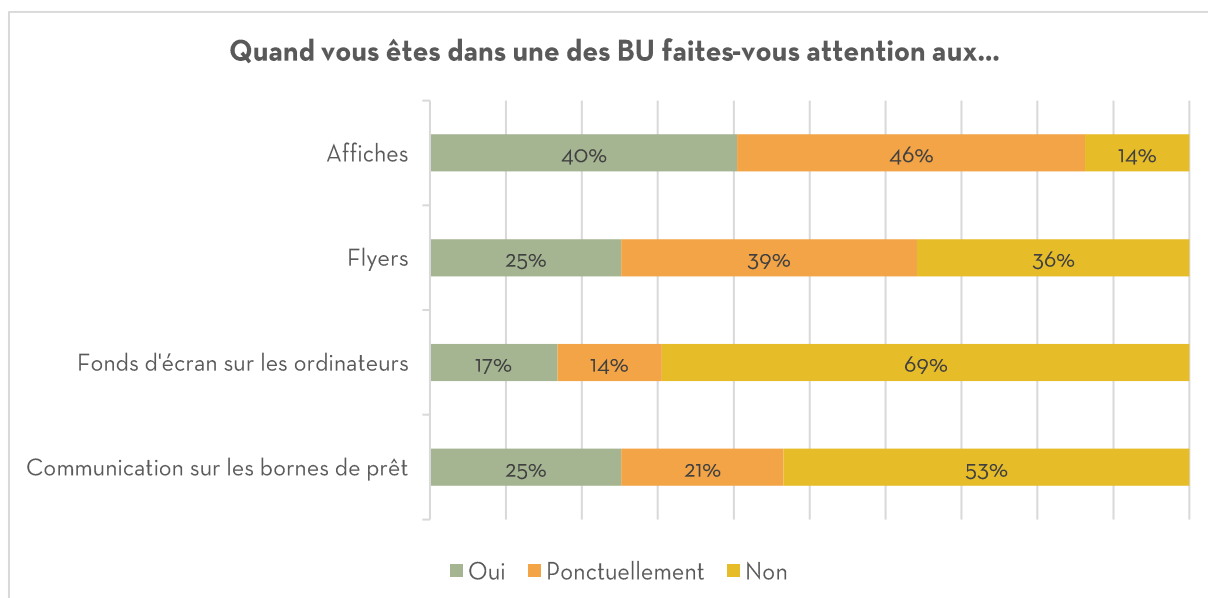
## 2.2. LA COMMUNICATION DANS LES BU

### Fréquentation des BU



Sans surprise, les répondants fréquentent majoritairement la BU Chevreur.

### Canaux de communication sur place

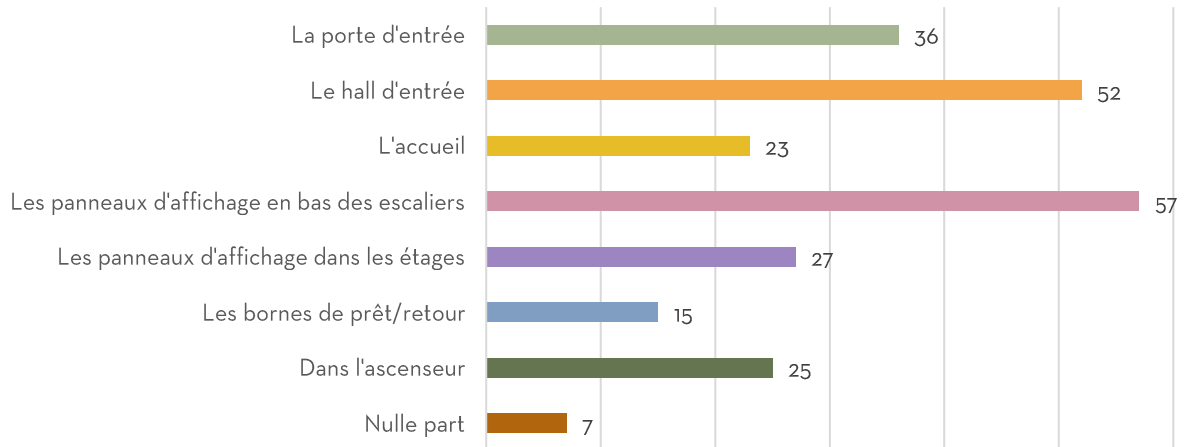


**Les affiches sont le mode de communication le plus visible, suivi par les flyers.**

Il est donc pertinent de privilégier le déploiement des supports imprimés par rapport aux affichages numériques.

### Dans la BU Chevreul avez-vous identifié le ou les endroits où vous êtes le/la plus attentif.ve à l'affichage ?

En nombre de réponses (242 réponses pour 100 répondants)



**A la BU Chevreul, les panneaux d'affichage au bas des escaliers et le hall d'entrée sont des points stratégiques.** Viennent ensuite la porte d'entrée, puis l'affichage dans les étages, dans l'ascenseur et à l'accueil.

**75 % des répondants sont sensibles à 3 zones d'affichage au maximum.**

23 répondants identifient une seule zone, 25 identifient 2 zones, 27 identifient 3 zones, 13 identifient 4 zones, 2 identifient 5 zones et 3 identifient les 6 zones.

Voici la répartition des réponses en fonction du nombre de zones identifiées :

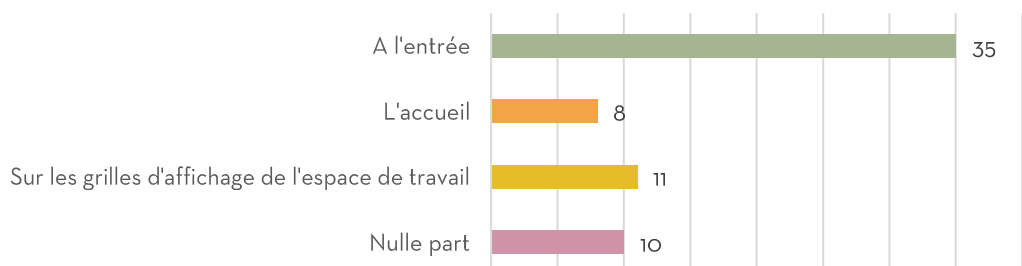
Nb. de zones	La porte d'entrée	Le hall d'entrée	L'accueil	En bas des escaliers	Dans les étages	Les bornes de prêt	Dans l'ascenseur
1	0	9	2	9	1	1	2
2	10	13	2	14	4	2	5
3	14	16	3	19	13	4	12
4	7	9	11	10	5	5	5
5	2	2	2	2	2	0	0
6	3	3	3	3	2	3	1
Total	36	52	23	57	27	15	25

On notera que :

- La porte d'entrée n'est identifiée qu'à partir de 2 zones,
- L'accueil à partir de 4 zones,
- Les panneaux dans les étages et l'ascenseur uniquement dans le cas de 3 zones.

### Dans la BUP de Bron, avez-vous identifié le ou les endroits où vous êtes le/la plus attentif.ve à l'affichage ?

En nombre de réponses (64 réponses pour 48 répondants)

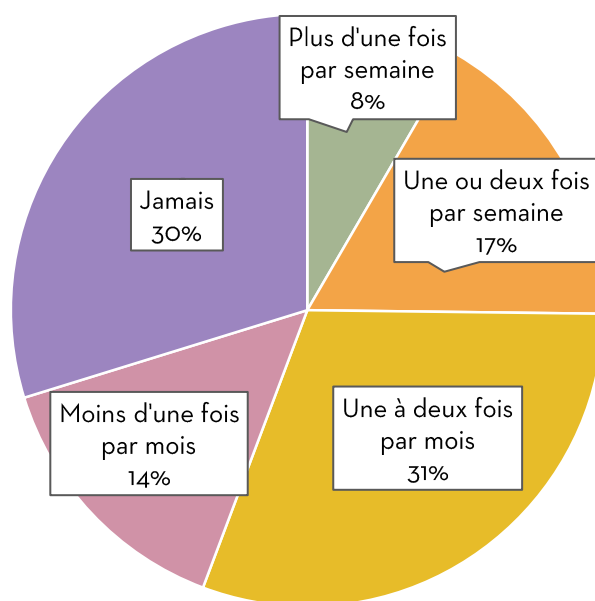


**A la BUP, le point stratégique d'affichage est l'entrée du bâtiment.**

## 2.3. LE SITE WEB

### Fréquence de consultation du site web des BU

#### A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ?

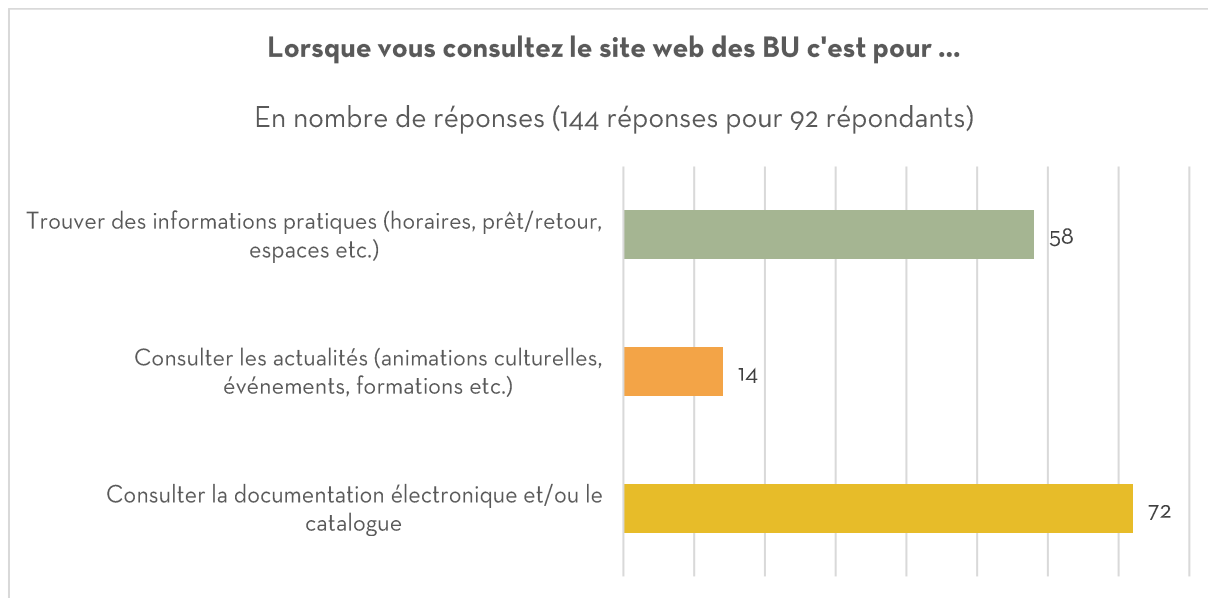


25 % des répondants consultent le site des BU au moins une fois par semaine.

46 % le consultent plus ponctuellement et 30 % jamais.

Ces chiffres semblent fiables puisqu'ils correspondent sensiblement à ceux de l'enquête sur les conditions d'études à Lyon 2 menée par l'OFIVE (observatoire des formations de l'insertion professionnelle et de la vie étudiante) en 2022<sup>2</sup>.

### Contenus consultés sur le site des BU



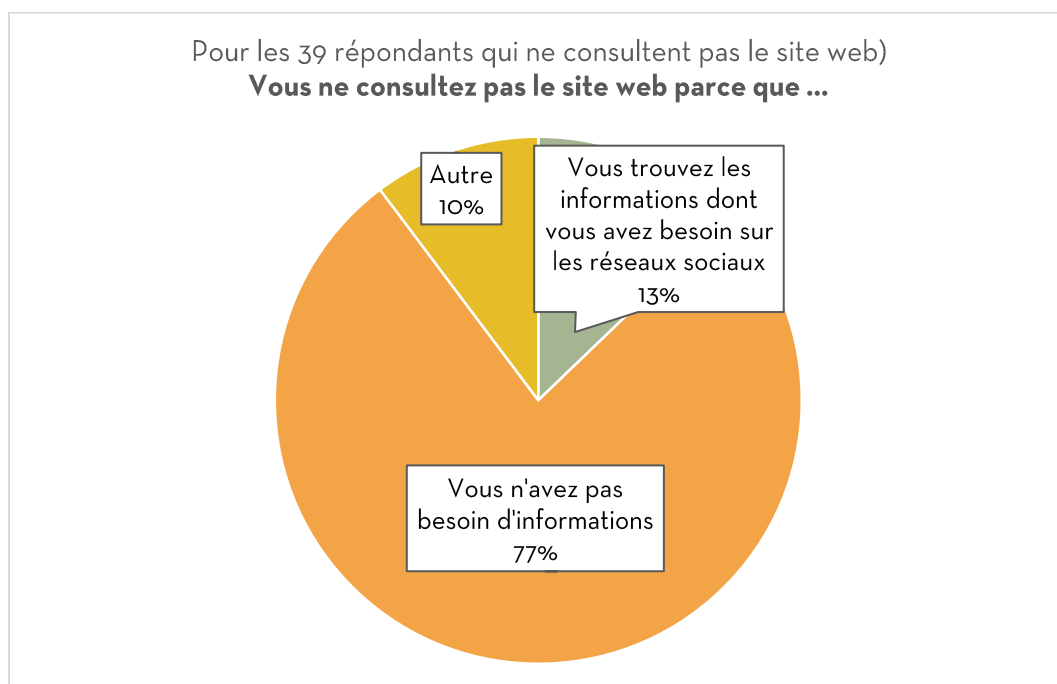
**Les 92 répondants qui consultent le site web des BU le font prioritairement pour accéder à la documentation, puis en second lieu pour rechercher des informations sur le fonctionnement des BU :**

- Un seul type de recherche pour 50 répondants : 31 pour la documentation et 18 pour les informations pratiques,
- 2 types de recherche pour 32 répondants : 31 pour la documentation et 30 pour les informations pratiques,
- 3 types de recherche pour 10 répondants.

---

<sup>2</sup> OFIVE, « Enquête sur les Conditions d'études à l'Université Lyon 2 - Présentation synthétique des résultats de l'enquête », consulté le 26 avril 2023, URL : [https://www.univ-lyon2.fr/medias/fichier/ofive-enqueteconditionsdetudes-presentationsynthetique202207\\_1663235945508-pdf](https://www.univ-lyon2.fr/medias/fichier/ofive-enqueteconditionsdetudes-presentationsynthetique202207_1663235945508-pdf).

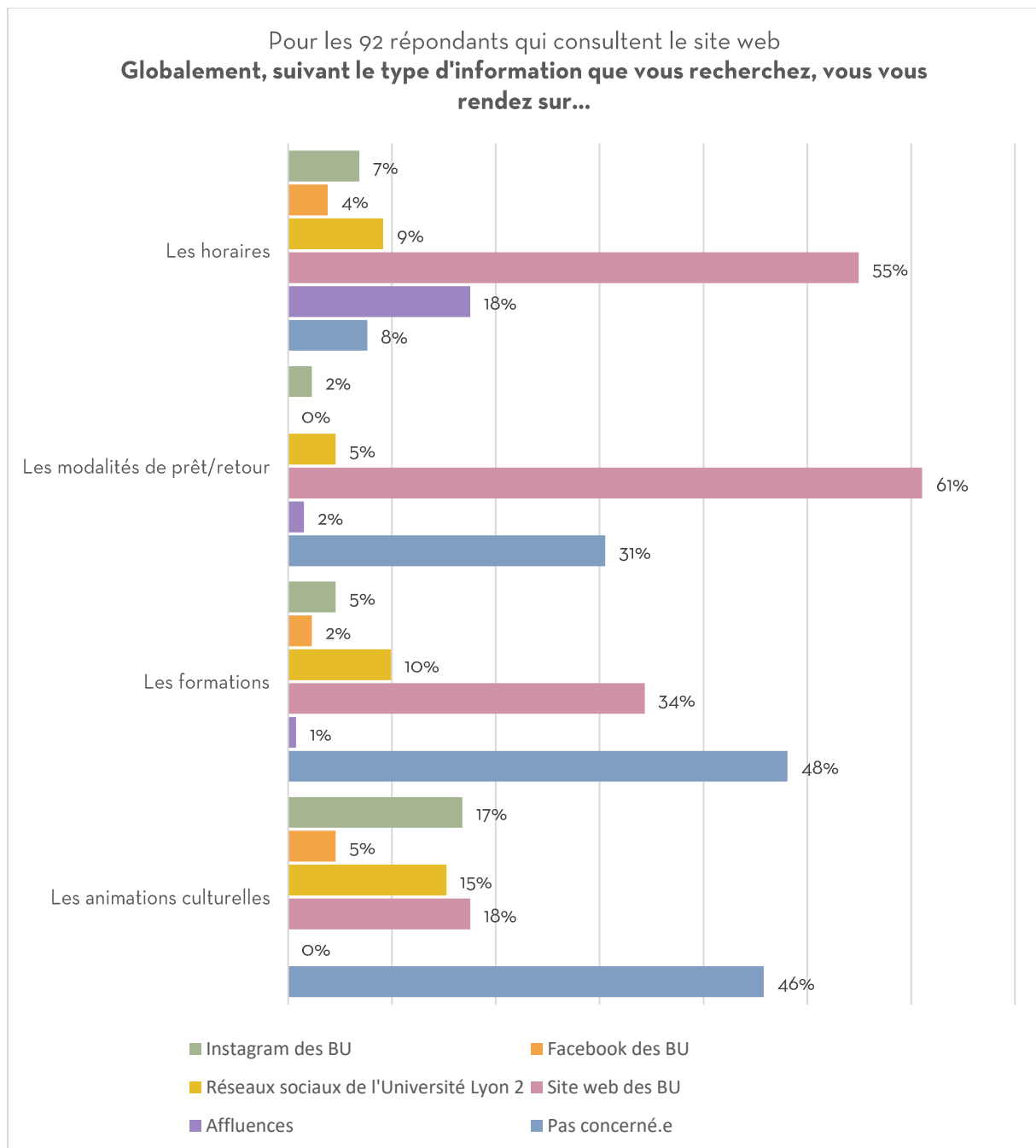
## Raisons de la non consultation du site des BU



Les répondants qui ne consultent pas le site des BU l'expliquent très largement par une **absence de besoin**.

## 2.4. POUR CONCLURE

### Canaux de communication consultés en fonction du type d'information



Parmi les 92 répondants qui consultent le site web des BU :

**La recherche des horaires est un besoin nettement exprimé**, contrairement aux modalités de prêt/retour et à la programmation des formations et des animations culturelles.

**Le site des BU est le mode de recherche privilégié**, surtout pour les horaires et les modalités de prêt/retour.

**Pour les horaires, les réseaux sociaux et Affluences sont utilisés de manière quasi équivalente** (20 et 18 %). Affluences n'est d'ailleurs un réflexe que dans ce cadre.

**Les réseaux sociaux sont utilisés à hauteur de 17 % pour les formations et 37 % pour les animations culturelles.**

Il y a donc un intérêt à diffuser et valoriser la programmation des animations culturelles sur les réseaux sociaux, particulièrement sur Instagram.

### Commentaires libres

12 répondants ont transmis des commentaires libres, 5 portent sur la communication des BU.

Ils concernent :

- une demande d'amélioration de la diffusion des modifications d'horaires,
- la consultation des horaires sur Google,
- la proposition de mise en place d'une lettre de diffusion mensuelle,
- la bonne visibilité des flyers/affiches sur les tables,
- le manque d'information sur certaines animations culturelles.

## 3. CONCLUSION

- › **L'ensemble des résultats montre que les répondants se tournent davantage vers Instagram que Facebook.** Le nombre d'abonnés Facebook est bien plus important que ceux d'Instagram (3 515 et 1 662 au 05/05/2023). Cependant le nombre d'abonnés ne reflètent pas forcément le nombre de personnes qui suivent activement le compte des BU. Ainsi, la progression du nombre d'abonnés est clairement en faveur d'Instagram. Les répondants ne souhaitent pas particulièrement que les BU soient présentes sur d'autres réseaux sociaux.
- › En termes de contenus, les étudiants attendent surtout **des informations pratiques**, mais sont quand même intéressés par des actualités sur les animations et des contenus ludiques, plutôt sous forme de stories.
- › Concernant les modalités de communication plus généralement, les répondants sont **sensibles à l'affichage imprimé sur place**. A la BU Chevreul, le bas des escaliers et le hall d'entrée sont des points stratégiques. A la BUP de Bron, c'est également l'entrée du bâtiment qui se démarque.
- › **Le site web est très clairement privilégié comme point d'accès aux informations sur les BU.** Une marge de progression peut être exploitée pour **améliorer la visibilité des animations culturelles** sur les réseaux sociaux.



## 4. QUESTIONNAIRE

\* = question obligatoire

### 4.1. LES RÉSEAUX SOCIAUX

Êtes-vous **actif.ve** (utilisation plusieurs fois par jour et/ou par semaine) sur un de ces réseaux sociaux ? \*

● Cochez la ou les réponses

Veuillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Tik Tok
- Snapchat
- LinkedIn
- WhatsApp
- Discord
- Telegram
- Aucun

Autre:

Savez-vous que les BU sont sur les réseaux sociaux ? \*

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Oui	Non
<b>Sur Facebook</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Sur Instagram</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Êtes-vous abonné.e aux BU sur un de ces deux réseaux sociaux ? \***

❶ Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- Oui
- Non

**Le contenu des BU (post, stories, reels etc.) apparaît-il régulièrement dans vos réseaux sociaux ? \***

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Oui' à la question '3 [Q2bis]' (Êtes-vous abonné.e aux BU sur un de ces deux réseaux sociaux ?)

❶ Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- Oui
- Non

**Appréciez-vous le contenu diffusé par les BU sur ces réseaux sociaux ? \***

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Oui' à la question '4 [Q3]' (Le contenu des BU (post, stories, reels etc.) apparaît-il régulièrement dans vos réseaux sociaux ?)

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1 signifiant pas du tout et 5 beaucoup

### De manière générale, **sur Facebook**, vous regardez principalement \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Facebook' à la question '1 [Q1]' (Êtes-vous actif.ve (utilisation plusieurs fois par jour et/ou par semaine) sur un de ces réseaux sociaux ?)

📌 Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- Votre fil
- Les stories
- Les groupes
- Les actualités
- Indifférent.e

### De manière générale, **sur Instagram**, vous regardez principalement \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Instagram' à la question '1 [Q1]' (Êtes-vous actif.ve (utilisation plusieurs fois par jour et/ou par semaine) sur un de ces réseaux sociaux ?)

📌 Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- Les stories
- Votre fil
- Des reels
- Indifférent.e

### Quel(s) contenu(s) sur Facebook aimeriez-vous voir des BU ? \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Facebook' à la question '1 [Q1]' (Êtes-vous actif.ve (utilisation plusieurs fois par jour et/ou par semaine) sur un de ces réseaux sociaux ?)

❶ Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Des informations pratiques (sur les collections, les formations, les horaires, les services, les espaces etc.)
- Des informations sur les animations culturelles
- Du contenu ludique (les coulisses de la BU, des conseils pour vos études, des quiz etc.)
- Je ne souhaite pas suivre les BU sur Facebook
- Autre:

### Quel(s) contenu(s) sur Instagram aimeriez-vous voir des BU ? \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Instagram' à la question '1 [Q1]' (Êtes-vous actif.ve (utilisation plusieurs fois par jour et/ou par semaine) sur un de ces réseaux sociaux ?)

❶ Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Des informations pratiques (sur les collections, les formations, les horaires, les services, les espaces etc.)
- Des informations sur les animations culturelles
- Du contenu ludique (les coulisses de la BU, des conseils pour vos études, des quiz etc.)
- Je ne souhaite pas suivre les BU sur Instagram
- Autre:

### **Vous ne souhaitez pas suivre les BU sur l'un de ces deux réseaux sociaux car... \***

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

----- Scenario 1 -----

La réponse était à la question '8 [Q6]' (Quel(s) contenu(s) sur Facebook aimeriez-vous voir des BU ?)

----- ou Scenario 2 -----

La réponse était à la question '9 [Q7]' (Quel(s) contenu(s) sur Instagram aimeriez-vous voir des BU ?)

**📌** Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Le contenu proposé par les BU ne m'intéresse pas
- Je trouve les informations dont j'ai besoin ailleurs (site web, dans la BU etc.)
- Je pense que les BU n'ont pas besoin d'être sur les réseaux sociaux/ce n'est pas leur place
- Je n'utilise pas les réseaux sociaux pour mes études
- Autre:

### **Y a-t-il un ou des réseaux sociaux sur lesquels vous souhaiteriez suivre les BU ? \***

**📌** Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Twitter
- TikTok
- Snapchat
- LinkedIn
- Facebook et/ou Instagram me suffisent
- Je ne souhaite pas suivre les BU sur les réseaux sociaux
- Autre:

### Je ne souhaite suivre les BU sur aucun réseau social car \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Je ne souhaite pas suivre les BU sur les réseaux sociaux' à la question '11 [Q8]' (Y a-t-il un ou des réseaux sociaux sur lesquels vous souhaiteriez suivre les BU ?)

❶ Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Le contenu proposé par les BU ne m'intéresse pas
- Je trouve les informations dont j'ai besoin ailleurs (site web, dans la BU etc.)
- Je pense que les BU n'ont pas besoin d'être sur les réseaux sociaux/ce n'est pas leur place
- Je n'utilise pas les réseaux sociaux pour mes études
- Autre:

## 4.2. LA COMMUNICATION DES BU

### Vous vous rendez plus régulièrement à \*

❶ Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- La BUP - Bibliothèque universitaire provisoire (campus de Bron)
- La BU Chevreul (campus berges du Rhône)
- Les deux de manière équitable

## Quand vous êtes dans une des BU faites-vous attention aux... \*

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Oui	Ponctuellement	Non
Affiches	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flyers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fonds d'écran sur les ordinateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Communication sur les bornes de prêt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Dans la BU Chevreul avez-vous identifié le ou les endroits où vous êtes le/la plus attentif.ve à l'affichage ? \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

----- Scenario 1 -----

La réponse était 'La BU Chevreul (campus berges du Rhône)' à la question '13 [Q9]' (Vous vous rendez plus régulièrement à)

----- ou Scenario 2 -----

La réponse était 'Les deux de manière équitable ' à la question '13 [Q9]' (Vous vous rendez plus régulièrement à)

📌 Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- La porte d'entrée
- Le hall d'entrée
- L'accueil
- Les panneaux d'affichage en bas des escaliers
- Les panneaux d'affichage dans les étages
- Les bornes de prêt/retour
- Dans l'ascenseur
- Nulle part

**Dans la BUP de Bron, avez-vous identifié le ou les endroits où vous êtes le/la plus attentif.ve à l'affichage ? \***

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

----- Scenario 1 -----

La réponse était 'La BUP - Bibliothèque universitaire provisoire (campus de Bron)' à la question '13 [Q9]' (Vous vous rendez plus régulièrement à)

----- ou Scenario 2 -----

La réponse était 'Les deux de manière équitable ' à la question '13 [Q9]' (Vous vous rendez plus régulièrement à)

**❶** Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- A l'entrée
- A l'accueil
- Sur les grilles d'affichage de l'espace de travail
- Nulle part

### **4.3. SITE WEB**

**A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ? \***

**❶** Veuillez sélectionner une réponse ci-dessous

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- Une à deux fois par mois
- Moins d'une fois par mois
- Une ou deux fois par semaine
- Plus d'une fois par semaine
- Jamais



## Lorsque vous consultez le site web des BU c'est pour \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

----- Scenario 1 -----

La réponse était 'Une à deux fois par mois ' à la question '17 [Q13]' (A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ?)

----- ou Scenario 2 -----

La réponse était 'Moins d'une fois par mois ' à la question '17 [Q13]' (A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ?)

----- ou Scenario 3 -----

La réponse était 'Une ou deux fois par semaine ' à la question '17 [Q13]' (A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ?)

----- ou Scenario 4 -----

La réponse était 'Plus d'une fois par semaine ' à la question '17 [Q13]' (A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ?)

**📌** Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Trouver des informations pratiques (horaires, prêt/retour, espaces etc.)
- Consulter les actualités (animations culturelles, événements, formations etc.)
- Consulter la documentation électronique et/ou le catalogue

Autre:

## Vous ne consultez pas le site web parce que \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Jamais ' à la question '17 [Q13]' (A quelle fréquence consultez-vous le site web des BU ?)

**📌** Cochez la ou les réponses

Veillez choisir toutes les réponses qui conviennent :

- Vous trouvez les informations dont vous avez besoin sur les réseaux sociaux
- Vous n'avez pas besoin d'informations

Autre:

## 4.4. POUR CONCLURE

Globalement, suivant le type d'information que vous recherchez, vous vous rendez sur... \*

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Instagram des BU	Facebook des BU	Réseaux sociaux de l'Université de Lyon 2	Site web des BU	Affluences	Pas concerné.e
Les horaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les modalités de prêt/retour	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les formations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les animations culturelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avez-vous des remarques, des idées, des suggestions à nous partager pour améliorer notre communication ?

Veuillez écrire votre réponse ici :