

Septembre 2023

Table des matières

Objectifs de l'enquête	2
Méthodologie	2
Analyse de l'enquête par questionnaire	3
Choix du scénario.....	3
Usages de l'espace.....	4
Type d'ambiance souhaitée.....	5
Fréquentation.....	6
Propositions diverses des participants.....	6
Analyse des focus groups	7
Organisation et déroulement des focus groups.....	7
Quelques constats généraux sur le hall	7
Analyse des focus groups.....	8
Exemples de modélisations de l'espace.....	10
Conclusion et perspectives	11

Objectifs de l'enquête

Au printemps 2023 le constat est fait que les canapés noirs du hall de la BU Chevreul sont très usés et qu'ils doivent être remplacés. C'est cet élément déclencheur qui permet d'entamer une réflexion plus globale sur cet espace pour comprendre comment il est utilisé par les usagers et si d'autres modifications, achat de mobilier doivent être effectués.

L'enquête sur le réaménagement a donc pour objectif principal le rachat de canapés et autres mobiliers en adéquation avec les besoins des usagers.

Méthodologie

L'enquête s'est déroulée en trois étapes.

1. Groupe de travail interne

Le 26 juin 2023, une réunion avec cinq collègues volontaires a permis de recueillir les avis et propositions sur cet espace. Les échanges ont porté à la fois sur l'observation des usages et sur le ressenti en tant qu'utilisateur potentiel ainsi qu'en tant que personnel. Ces réflexions ont permis d'orienter les questions du sondage.

2. Questionnaire papier

La mission Enquête a élaboré trois scénarios d'aménagement du hall se fondant sur trois usages de l'espace : se restaurer, s'installer en groupes, se détendre seul.e. Ces scénarios ont été affichés dans le hall entre le 21 août et le 29 septembre, avec une explication du projet et un sondage papier. Ce sondage visait à la fois à identifier les usages et besoins des publics, à identifier le scénario le plus plébiscité et à recruter des volontaires pour la troisième étape de l'enquête.

3. Focus groups

La mission a organisé trois focus groups entre le 26 et le 29 septembre. L'objectif était de d'apporter un complément qualitatif aux données quantitatives issues du questionnaire papier. Même si 24 étudiant.es s'étaient porté.es volontaires pour participer à ces échanges via leur réponse au sondage, seule deux personnes ont réellement donné suite et se sont présentées. La mission Enquêtes a communiqué sur place à la BU et en ligne via le site web et les réseaux sociaux pour attirer des participant.es.

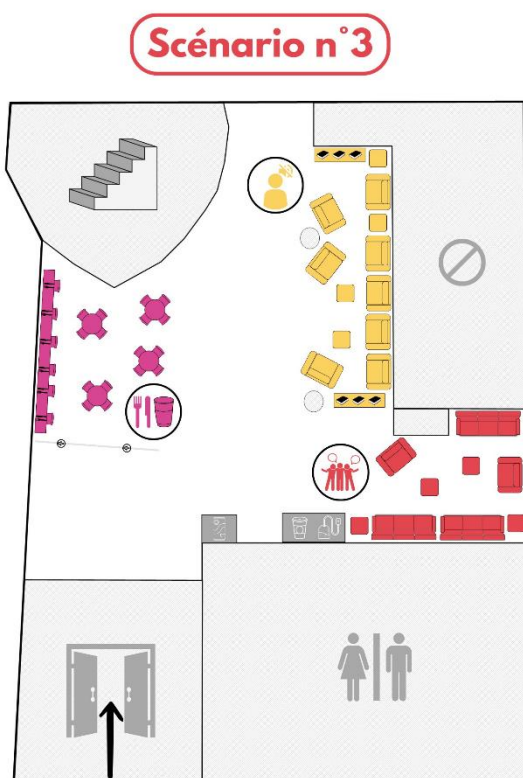
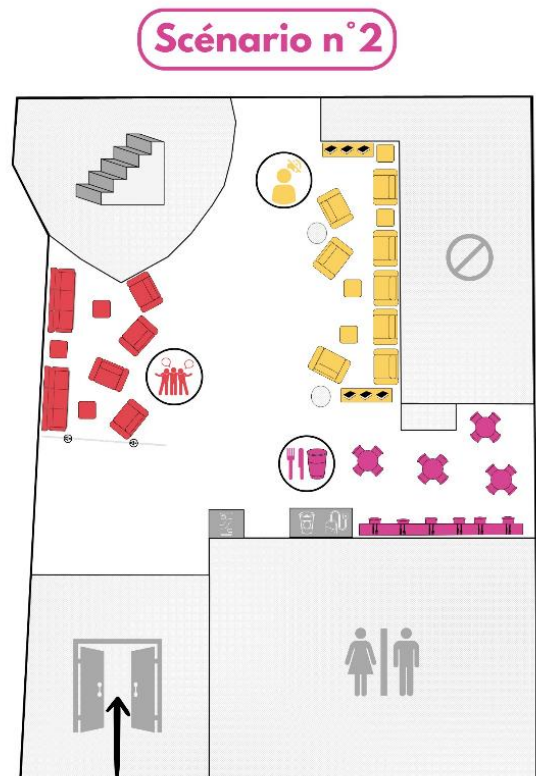
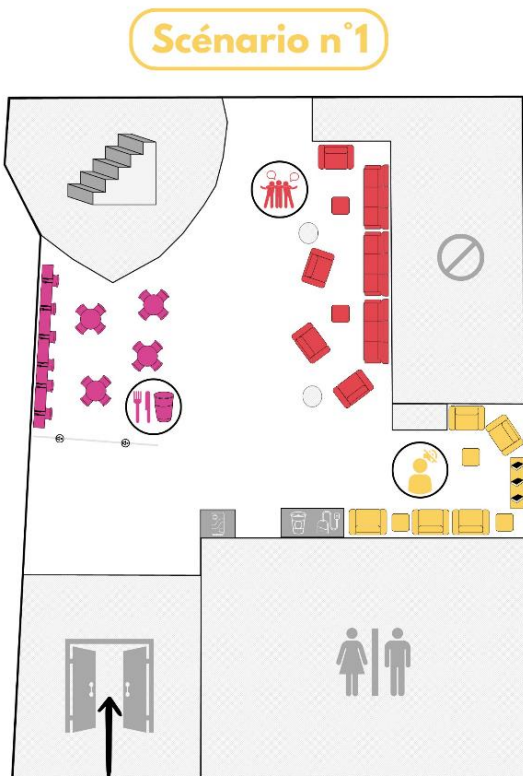
Analyse de l'enquête par questionnaire

Le questionnaire papier a recueilli 242 réponses dont 223 complètes.

Choix du scénario

La 1^{ère} question portait sur le classement des 3 scénarios proposés.

Lors du groupe de travail, l'idée de créer des espaces avec des usages différenciés (être seul ou en groupe, manger, discuter, se détendre) avait émergé. C'est dans cette logique que les 3 scénarios ont été élaborés :



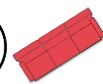
Espace café / repas



Table et chaises hautes



Espace de travail et détente en groupes



Canapés et fauteuils

Table basse



Espace de détente individuel



Fauteuils

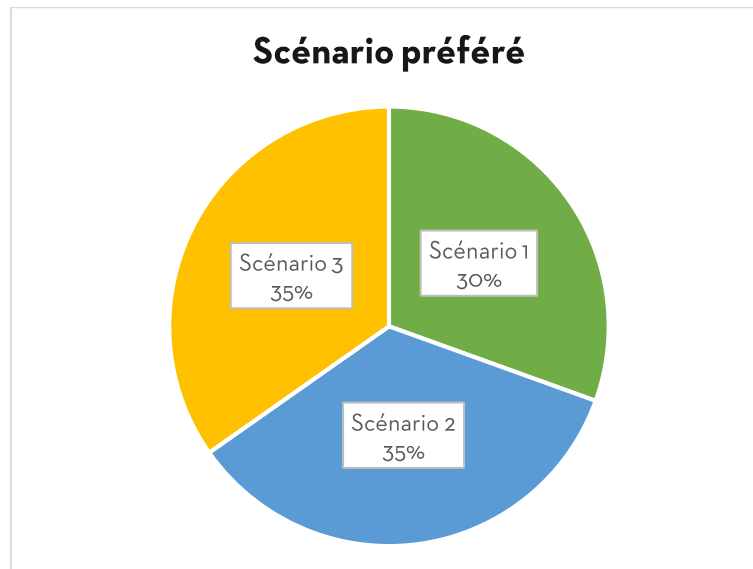
Table basse

Étagère de don de livres



Sur 237 réponses à cette question, seules 9 répondant.es ont un classement, 228 ont simplement indiqué le numéro de leur scénario préféré. Pour une question de cohérence, seul le scénario positionné en 1^{ère} position dans les réponses du type classement ont été pris en compte.

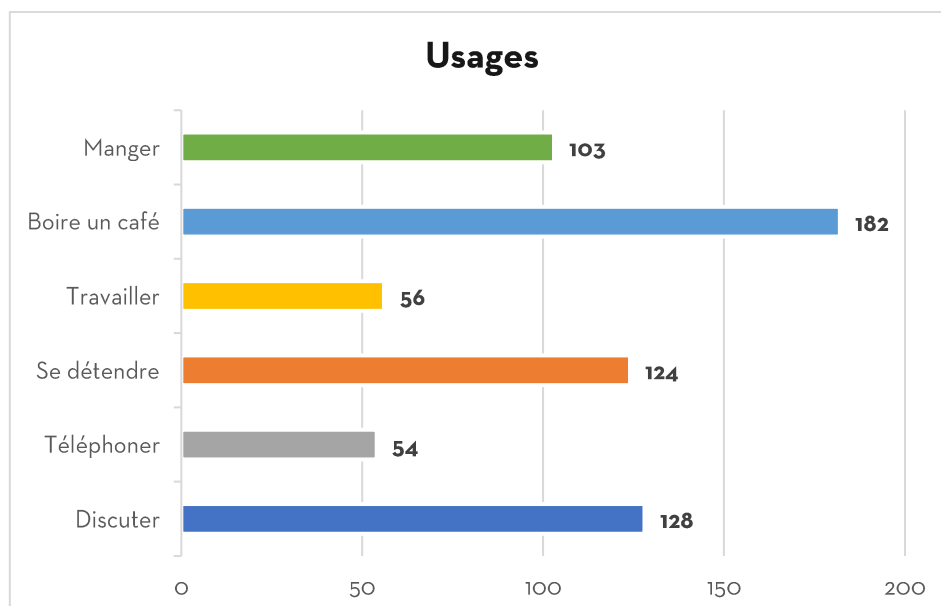
Les scénarios 2 et 3 arrivent très légèrement en tête, à égalité, juste devant le scénario 1.



Cette question ne permet donc pas de privilégier ou d'écarter un scénario en particulier.

Usages de l'espace

La 2^e question portait sur les activités effectuées dans l'espace de convivialité.

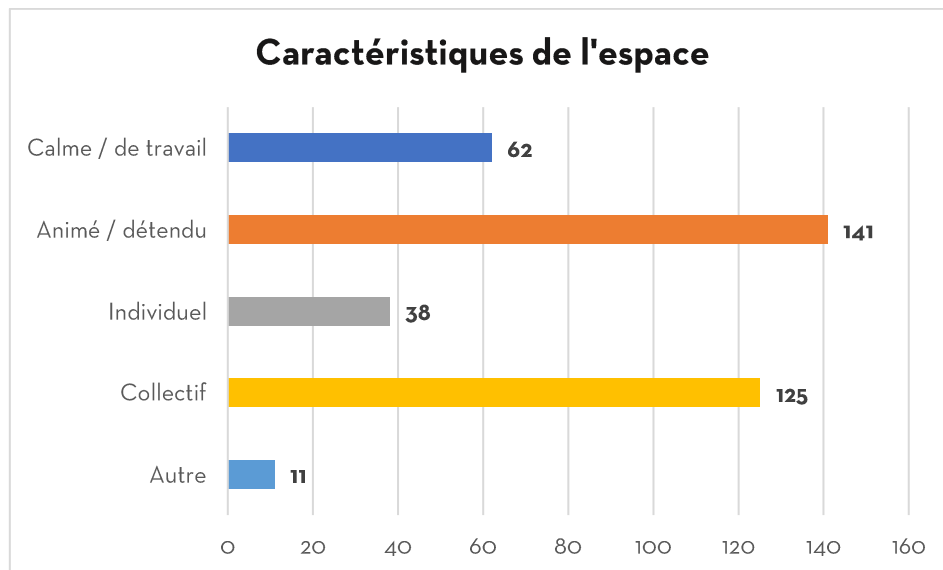


Pour cette question aussi un classement était requis. Il s'agissait d'ordonner 3 usages prioritaires maximum. Mais sur les 238 réponses recueillies, seules 30 précisait un classement et 208 indiquaient simplement les activités privilégiées. Là aussi le classement n'a donc pas été pris en compte dans l'analyse des réponses.

Les résultats confirment les observations : « boire un café » se démarque, « discuter » et « se détendre » suivent, puis « manger ». Cet espace n'est clairement pas identifié comme propice au travail et aux discussions téléphoniques. L'une des explications possibles proposée par une participante des focus groups est que le niveau de qualité du réseau constitue un obstacle à l'utilisation du téléphone.

Type d'ambiance souhaité

La 3^e question interrogeait les types d'ambiance souhaités dans l'espace. Elle a recueilli 232 réponses.



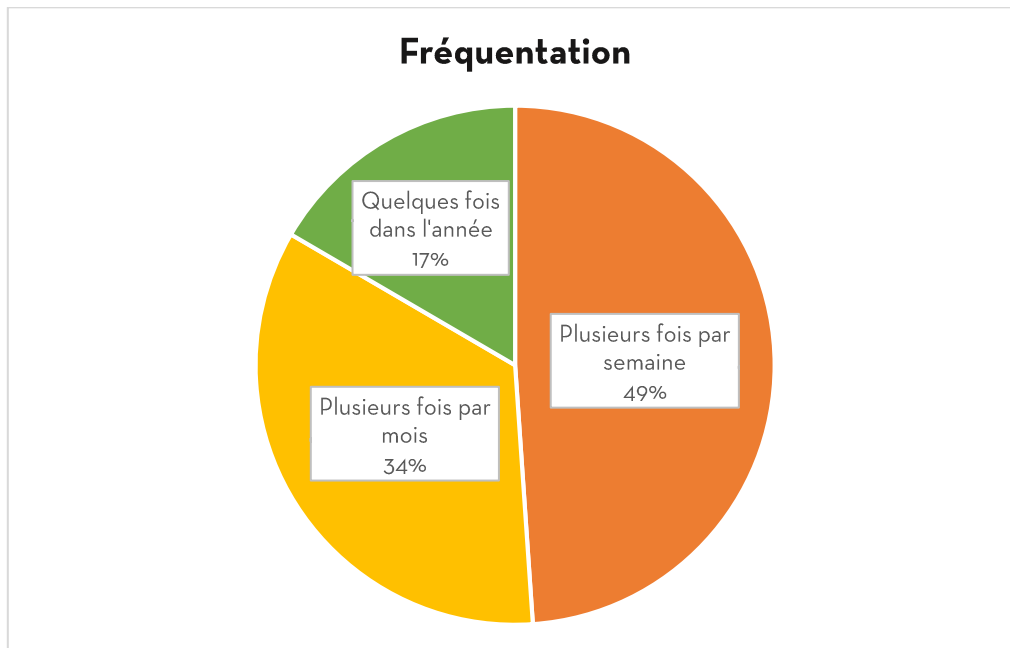
Cet espace est utilisé en groupe, les répondants préfèrent donc qu'il reste dans une ambiance animée et collective pour pouvoir discuter, ce qui n'est pas autorisé dans les autres espaces de la BU.

Il est à noter que 6 répondant.es ont entouré « calme » dans l'option de réponse « Calme / de travail » et 9 ont entouré « détendu » dans l'option de réponse « Animé / détendu ».

Les commentaires libres de l'option « Autre » précisent considérer cet espace comme un lieu de transition, propice aux rencontres et avec un niveau sonore équilibré (ni complètement calme, ni très bruyant).

Fréquentation

La 4^e question permettait d'identifier le niveau de fréquentation de la BU Chevreul des répondant.e.s.



83 % des répondant.e.s fréquentent cet espace de manière occasionnelle ou régulière. C'est donc la cible de l'enquête qui a majoritairement répondu.

Propositions diverses des participants

A la fin du questionnaire, les répondants pouvaient faire des propositions pour l'espace du hall. Les propositions qui sont revenues le plus souvent sont :

- Des distributeurs de café et nourriture fonctionnels et mieux alimentés
- Une fontaine à eau
- Des micro-ondes
- Des plantes
- Plus de places pour l'espace repas
- Des sièges confortables
- Des tables de hauteur classique
- Des prises électriques et réseau
- Des journaux, magazines
- Une isolation phonique

Analyse des focus groups

Organisation et déroulement des focus groups

Nous avons choisi d'organiser les 3 focus groups la même semaine sur le temps de midi en offrant un plateau repas. Les personnes qui ont répondu au questionnaire papier pouvait laisser leur adresse mail pour être recontactées. Si beaucoup de participants ont laissé leur contact peu se sont finalement inscrits ou présentés le jour J. Nous avons donc fait des appels micro dans la BU pour inviter les usagers à nous rejoindre et demandé à l'Université de communiquer via ses propres réseaux sur les focus groups.

Participants aux focus groups :

Focus group 1	Focus group 2	Focus group 3
1 étudiant en L2 Droit	1 doctorante en école d'architecture 2 L1 en Information-Communication	5 étudiants en master MEEF 1 ancienne étudiante en master LESLA
	Total : 3	Total : 6

Chaque focus group s'est déroulé de la même manière :

- Brise-glace¹
- Présentation des résultats du questionnaire papier
- Discussions sur l'espace repas
- Discussions sur l'espace détente
- Discussions sur l'étagère de dons
- Discussions sur l'affichage
- Discussions sur l'identification de la BU (de l'extérieur et du hall)

Nous avons également préparé une « maquette » qui prenait la forme d'un plan avec des objets pour représenter le mobilier. Cela a permis aux participants de mettre en forme leurs idées.

Quelques constats généraux sur le hall

Les usagers utilisent beaucoup cet espace et le taux de réponse au questionnaire papier le confirme. Cependant, la plupart des participants estiment que le hall n'est pas convivial au sens que l'atmosphère, la décoration, ne donne pas nécessairement envie de s'y installer et d'y passer du temps :

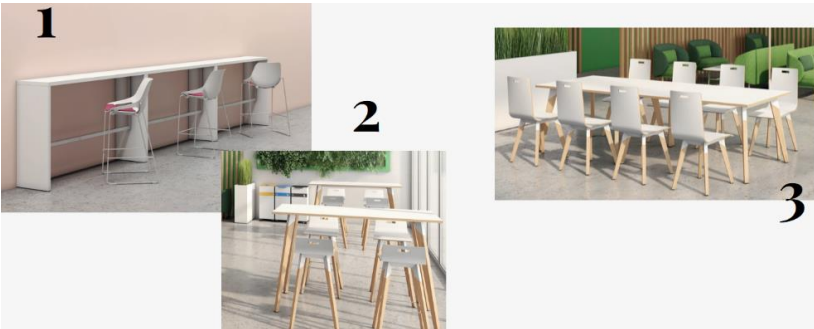
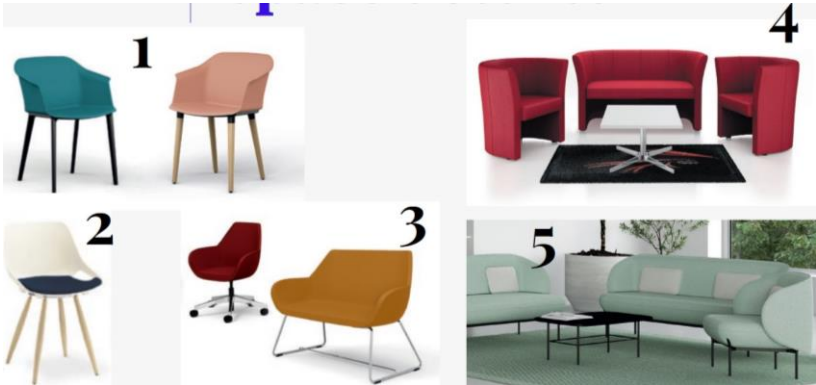
« Quand j'y passe je m'y arrête pas forcément parce que peut-être il n'y a pas de magazines pour que je puisse m'y arrêter, je m'y arrête pas non plus parce qu'il n'y a pas assez de plantes vertes, d'éléments qui me font me dire « pose toi 2 minutes avant de remonter parce que ça fait 6h que t'es là ».


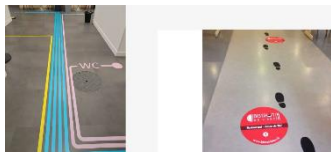
Le hall peut être perçu comme un espace de transition entre l'extérieur et la bibliothèque :

*« Dans cet espace [le hall] vous pouvez communiquer sur autre chose parce que **pour moi c'est pas encore la bibliothèque cet espace-là** ».*

¹ Nous avons proposé aux participants de choisir une carte du jeu *Dixit* qui leur faisait penser à la bibliothèque et de la présenter ensuite à l'ensemble du groupe. Ils devaient ensuite se présenter (prénom, étude, université). Ce brise-glace est facile à mettre en place et a bien fonctionné.

Analyse des focus groups

	ESPACE REPAS	ESPACE DETENTE
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Pas adapté pour les groupes - Pas convivial - Tables hautes pas adaptées pour les personnes à mobilité réduite 	<ul style="list-style-type: none"> - Préfèrent le confort à l'esthétique dans le choix des canapés
PROPOSITIONS	 <ul style="list-style-type: none"> - Mixer des tables individuelles et collectives - Pas d'avis tranché sur les mange-debout/table filantes contre la baie-vitrée (certains estiment que ça peut faire gagner de la place, permet de manger rapidement ; pour d'autres ça peut être bizarre de donner sur le dehors et que les passants les regardent manger) - Choix du bois jugé chaleureux 	 <ul style="list-style-type: none"> - Mixer des assises individuelles et collectives (mais plus de collectives) - Du mobilier qui puisse se moduler plus facilement - Choisir des couleurs sombres pour éviter les tâches - Faire des « îlots », créer un esprit « salon » pour plus de convivialité (voir plan 1 p.10) - Choix des propositions 1, 3 et 5 (5 à l'unanimité) - Plus de prises pour recharger téléphone et ordinateur, des prises réseau

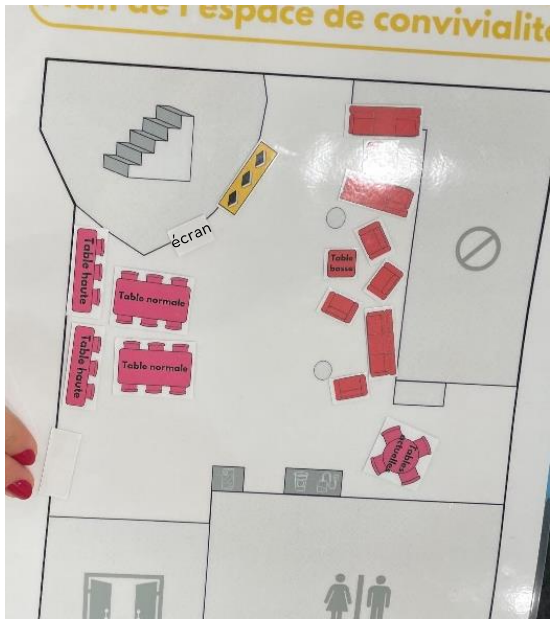
	ETAGERE DE DONNS	AFFICHAGE
CONSTATS	- Très bien identifiée / jugée utile	- Affichage libre dans le renforcement n'est pas du tout identifié par les participants - Cet espace du renforcement est jugé peu accueillant (bas de plafond, lumière désagréable) - Beaucoup d'affichage/d'informations de manière générale rend le tout peu lisible
PROPOSITIONS	Les avis pour placer l'étagère de dons ne sont pas tranchés, plusieurs propositions : - Dans le renforcement (là où il y a l'affichage libre) - Dans l'espace détente : . soit sur le mur avant les portiques (étagère sur-mesure qui épouserait la courbe du mur) (voir plan 1 p.10) ; . soit avant le renforcement (permettrait de créer une sorte de séparation) (voir plan 3 p.10)	- Garder l'affichage libre mais le mettre dans un endroit plus visible : . Dans l'espace détente vers les canapés . Sur le mur à droite ou la baie-vitrée à gauche après la porte d'entrée - Mettre des informations plus larges que les informations de la BU dans le hall parce qu'il n'y a pas que du public étudiant - Proposition de l'écran jugée très bonne à l'unanimité et dans ce cas, retirer/diminuer drastiquement l'affichage papier dans cet espace - Demande possibilité d'afficher les horaires de tram sur l'écran
IDENTIFICATION BU		
CONSTATS	- Les participants sont d'accord sur le fait que la première fois que l'on vient il est difficile d'identifier la BU / peut se confondre avec l'hôpital, les autres bâtiments aux alentours - Accès direct depuis la rue nuit à l'identification - Difficulté à comprendre ce qu'on peut faire dans le hall, multiplicité d'usages	
PROPOSITIONS		Affichage extérieur - La vitrophanie est une bonne idée, notamment pour la baie-vitrée dans la rue Chevreul - Demande d'une forte identité visuelle, avec un symbole des bibliothèques (le livre a été cité plusieurs fois) - Proposition de faire des kakémonos à mettre dans le sas entre les 2 portes d'entrée (permet de changer plus régulièrement et plus facilement)
		Affichage intérieur - La signalétique au sol n'est pas appréciée par la majorité des participants (jugée kitsch, s'use vite, hôpital...) - Une ligne au sol juste avant les portiques pour signifier que l'on rentre dans la BU. Ex : « Silence » - Mettre des pictogrammes dans chaque espace du hall, par exemple pour l'espace repas mettre un pictogramme de nourriture

Autres propositions :

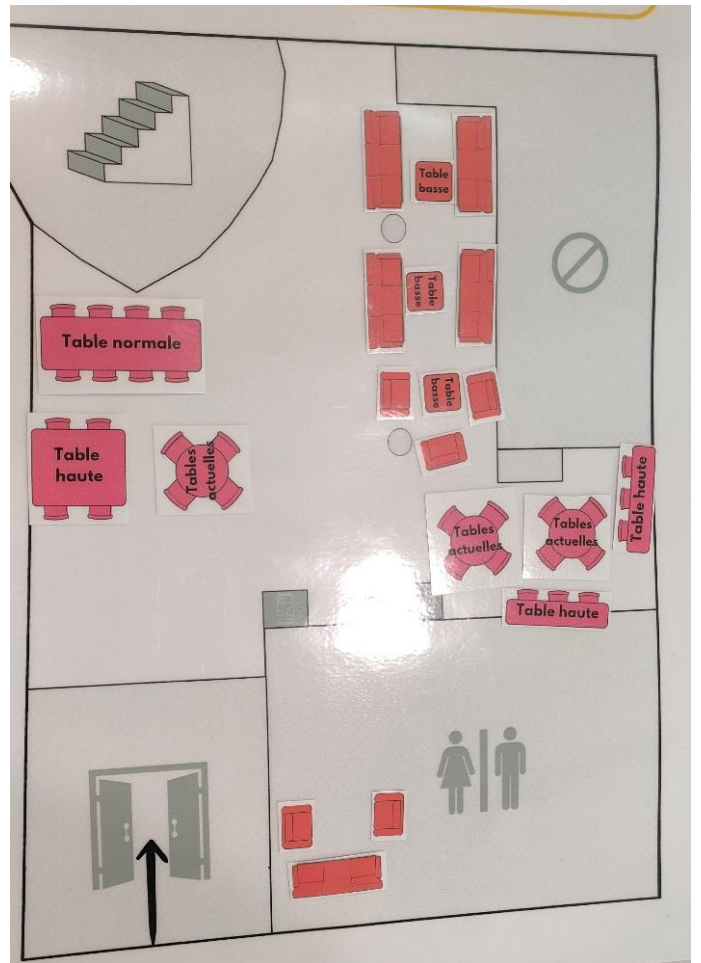
- Mettre des lingettes désinfectantes dans le hall et sensibiliser au nettoyage après son passage
- Mettre des plantes, de la décoration dans cet espace

Exemples de modélisations de l'espace

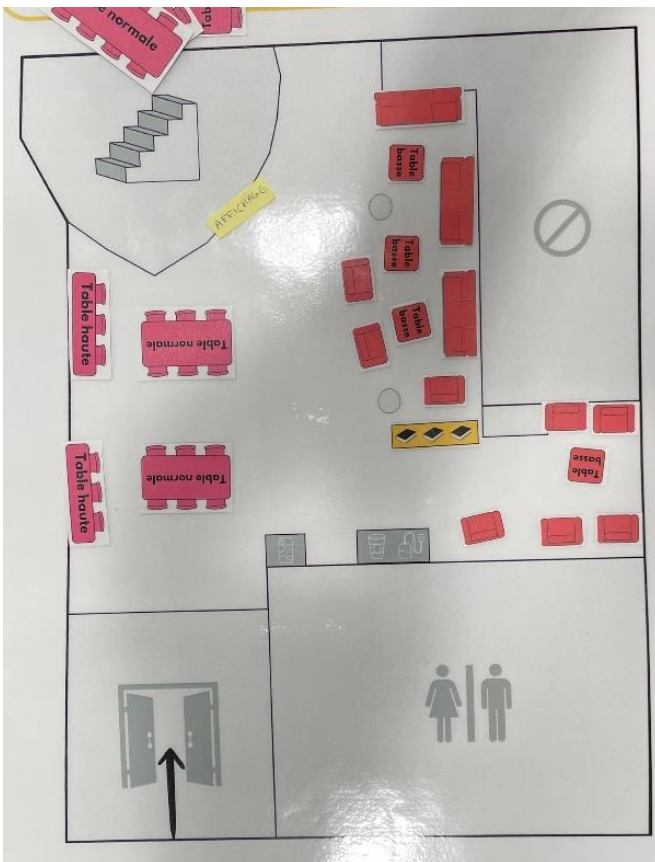
Plan 1



Plan 2



Plan 3



Plan 4



Conclusion et perspectives

L'un des points saillants des résultats de l'enquête est l'envie des usagers de rendre cet espace plus convivial et accueillant. Une réflexion et des propositions de décoration doivent être menées en ce sens. Les usagers attendent également plus de clarté sur ce qu'il est possible d'y faire ou pas, la signalétique et la communication sur cet espace doivent être repensées.

Pour le choix du mobilier, la formule du vote *in-situ* devrait être réutilisée, les usagers pourraient voter par exemple pour le choix des couleurs de nouveaux canapés et fauteuils.

Les méthodes d'enquête utilisées ont bien fonctionné sur le public. En effet, le questionnaire papier a rencontré beaucoup d'engouement dès sa mise en place. Il a été difficile de recruter des participants pour les focus groups, mais les présents étaient reconnaissants de pouvoir prendre part à la co-construction du réaménagement du hall et se sont montrés enthousiastes.

Il reste important de noter quelques éléments pour l'organisation de prochains focus groups :

- Demander aux personnes qui s'inscrivent sur papier de noter leur adresse mail en lettres majuscules et insister sur la lisibilité ;
- Proposer davantage de dates et horaires sur une période plus longue, dès l'étape du questionnaire, pour ne pas avoir à recontacter les volontaires dans un 2nd temps ;
- Tester des horaires différents (matin, après-midi, soirée) pour laisser la possibilité à plus de personnes de se rendre disponibles ;
- Les focus groups peuvent peut-être être adaptés en petit-déjeuner ou goûter plus spontanés pour prendre le temps de discuter avec les usagers ;
- Rappeler aux inscrits de confirmer leur présence et prévoir un délai suffisant pour cette étape ;
- Utiliser dès le départ les réseaux de communication de l'Université. En effet, une story Instagram sur le compte de l'Université en milieu de semaine a permis de remplir le dernier focus group.