

La naissance de la Médiathèque Les 7 Lieux à Bayeux : La philosophie des 7 lieux au prisme des jeunes publics

Par Nicolas Beudon et Amélie Pappalardo

Intervention durant la journée professionnelle : « Ouvrir les possibles de la bibliothèque jeunesse », organisée par l'Institut suédois dans le cadre de sa saison Choux-la-hop – Place des enfants.

Nicolas Beudon est conservateur de bibliothèque et exerce le rôle de directeur de la bibliothèque municipale de Bayeux. Il est également en charge du projet de la nouvelle médiathèque de Bayeux Intercom qui remplacera la bibliothèque municipale en 2019. Passionné par les nouvelles pratiques culturelles, les démarches participatives et l'innovation dans le monde de la culture, il est l'auteur du blog professionnel [Le Recueil factice](#), consacré à ces thématiques.

Amélie Pappalardo fait partie des futurs médiatrices et médiateurs des 7 lieux.

Slide 1 (Nicolas Beudon + Amélie Pappalardo)

Bonjour à tous. En premier lieu, nous allons nous présenter :

- Je m'appelle Nicolas Beudon, je suis directeur de la bibliothèque municipale de Bayeux, et je suis responsable du projet de nouvelle médiathèque intercommunale, baptisée les 7 lieux, qui ouvrira en janvier 2019.
- Je m'appelle Amélie Pappalardo, dans les 7 lieux, j'occuperai la fonction de médiatrice, en particulier pour les jeunes publics.

Notre intervention va être un peu atypique pour deux raisons :

- D'abord, nous allons vous parler d'un établissement qui n'est pas encore sorti de terre. Nous allons essayer de ne pas être trop abstrait, néanmoins, nous allons surtout évoquer avec vous des idées générales et des projets à venir plutôt que des réalisations concrètes.
- D'autre part, la jeunesse n'est pas, en tant que telle, un axe fort de notre projet. Par contre, on retrouve dans notre futur espace jeunesse certains aspects de notre philosophie générale qui est, elle, assez originale.

Au cours de cette intervention, nous nous proposons donc de vous présenter la philosophie et les missions des 7 lieux, la nouvelle médiathèque de Bayeux intercom, et de les illustrer à travers des exemples choisis dans le domaine de la jeunesse.

Slide 2 (NB)

Pour commencer, voici une image du projet architectural conçu par le cabinet Serero. L'agence de communication Graphéine est de son côté en train de concevoir notre identité visuelle et notre logo.

Quelques chiffres sur le projet : Bayeux intercom compte 30000 habitants, c'est un territoire plutôt rural, dominé par la petite ville de Bayeux (15000 habitants). Pour ce qui est des horaires d'ouverture, un sujet d'actualité en ce moment, nous ambitionnons d'ouvrir 45 à 50h par semaine, ce qui est assez important pour un territoire comme le nôtre. L'équipe comptera à terme 14 agents titulaires (avec encore 3 recrutements à venir)

C'est un projet ambitieux politiquement. L'investissement s'élève à 8.5 millions d'euros. C'est un vrai challenge car nous partons d'un existant qui doit beaucoup évoluer : une bibliothèque municipale très vieillotte dans son offre, son fonctionnement et ses espaces, et qui touche moins de 10% de la population cible. Pour remplacer cet établissement daté, j'ai été missionné pour concevoir une nouvelle médiathèque moderne de type « troisième lieu », conviviale, accueillante et innovante.

Slide 3 (AP)

Pour l'instant, nous sommes encore en plein chantier. Les 7 lieux devraient ouvrir en janvier 2019. Vous voyez sur cette image où nous en sommes actuellement.

Au fait : pourquoi le nom « Les 7 lieux » ? Trois raisons principales :

- D'abord, c'est un clin d'œil aux bottes de 7 lieues, des bottes magiques qui s'adaptent à la taille de chacun et qui permettent de faire des bons de géant. C'est une jolie métaphore de notre métier.
- D'autre part, il y aura dans le nouveau bâtiment 7 lieux bien identifiés. C'est donc un nom à la fois métaphorique mais aussi très littéral.
- Enfin, nous voulions vraiment avoir un nom propre, avec une véritable identité de marque, unique et reconnaissable. Il n'était pas question qu'on soit simplement « une bibliothèque » parmi d'autres.

Slide 4 (AP)

Avant de vous présenter notre projet, un mot qui s'impose, de toute évidence en ce lieu, pour vous dire que les bibliothèques du nord de l'Europe sont une source d'inspiration forte.

- Nous nous inspirons par exemple beaucoup de la bibliothèque d'Herning aux Pays-Bas, notamment le travail réalisé pour mettre en avant les collections via de nombreux dispositifs en utilisant des techniques inspirées du monde de la vente (tables, présentoirs, scénographies)
- Nous avons également regardé attentivement ce qui s'est fait pour la nouvelle bibliothèque centrale d'Helsinki qui est également en cours de construction et qui s'est beaucoup appuyée sur des actions participatives.

- Enfin, comment ne pas citer la Suède ? Nous aimerions instaurer dans les 7 lieux une ambiance « comme chez soi » semblable à ce que propose par exemple la bibliothèque Garaget à Malmö. Nous travaillons actuellement sur le choix du mobilier et ce n'est pas évident pour les fournisseurs de répondre à cette demande !

Slide 5 (NB)

Venons-en à notre projet. En quoi consiste-t-il ? Je pense que notre philosophie est bien résumée par notre mission principale : « diffuser, partager, produire des savoirs et des savoir-faire. »

Quel est l'avantage de cette définition un peu compliquée de prime abord ? D'abord, cet objectif général nous permet d'englober tout ce que l'on fait traditionnellement en bibliothèque : conserver et prêter des livres, des disques, des films, proposer des accès à Internet, organiser des rencontres, des conférences, des ateliers, etc.

Mais cette mission nous permet également d'aller un petit peu plus loin qu'une bibliothèque traditionnelle :

- Par exemple, nous prêterons des objets, comme des instruments de musiques, du matériel de loisir créatif (tablette graphique, machine à coudre, caméra go pro...), ou bien des instruments scientifiques (télescopes, microscopes, Kit Arduino...). Pourquoi prêter des objets ? D'abord parce qu'un outil ou un instrument c'est, autant qu'un livre, un moyen d'apprendre des choses. Ensuite, parce que nous ne faisons pas de hiérarchie entre les savoirs et les savoir-faire, et les seconds sont tout aussi essentiels pour nous que les premiers. Or, acquérir un savoir-faire, cela nécessite souvent des outils, des instruments, des appareils.
- Deuxième point qui découle de notre mission : comme vous l'avez compris, nous souhaitons mettre l'accent sur les contenus plutôt que sur les contenants, sur les savoirs et les savoir-faire plutôt que sur les supports (livres, cd, etc.) Or, ces contenus se trouvent aussi dans la tête des gens. C'est la raison pour laquelle nous considérons les compétences et les connaissances de nos usagers comme des ressources, au même titre que nos collections. Nous voulons que les 7 Lieux fonctionnent comme une plateforme où les gens peuvent venir pour partager leurs compétences. Par exemple, une personne qui sait coudre pourra proposer un atelier couture. C'est le genre de chose qui est de plus en plus fréquent en bibliothèque et nous avons choisi d'intégrer pleinement cette idée dans notre mission.
- Dernier point remarquable : pour remplir notre mission, nous avons besoin d'usagers actifs et créatifs, qui ne soient pas de simples consommateurs, de simples emprunteurs, mais qui utilisent pleinement les outils qu'on leur propose, qui produisent, qui fabriquent, et même qui co-construisent avec nous la médiathèque.

Slide 6 (NB)

Si on devait résumer notre philosophie à deux idées essentielles, on pourrait retenir :

- L'importance accordée aux démarches participatives (et à ce que nous appelons « l'effet Ikea »)
- Le travail pour améliorer l'expérience utilisateur.

Je me propose d'illustrer ces deux idées à l'aide d'exemples jeunesse.

Slide 7 (NB)

Pour commencer, qu'appelle-t-on l'expérience utilisateur (ou « UX ») ? Dans leur ouvrage intitulé *Utile, utilisable, désirable*, Aaron Schmidt et Amanda Etches nous disent qu'il s'agit de tout ce que quelqu'un ressent et perçoit lorsqu'il utilise un produit ou un service, virtuel ou réel.

Si on veut que la bibliothèque fonctionne comme un outil, il faut la rendre facile à utiliser, il faut donc créer une nouvelle expérience qui soit familière aux gens. Quand on fait de « l'UX », on observe le comportement des usagers, on identifie ce qui leur pose problème, et on regarde souvent dans d'autres lieux où l'on retrouve le même type d'expérience pour trouver des solutions inédites.

Slide 8 (NB)

C'est exactement ce que nous avons fait pour notre plan de classement des documents. Nous avons choisi de laisser tomber la classification décimale de Dewey : on sait que c'est un frein à l'utilisation et à la compréhension de la bibliothèque. On sait que c'est un classement surtout pertinent pour les savoirs académiques. On sait que la CDD ne favorise pas le furetage. Enfin on sait que les chiffres sont incompréhensibles pour la plupart des gens.

Pour autant, nous n'avons pas créé un classement de toutes pièces comme le font certaines bibliothèques : le risque serait en effet de mettre en place une nouvelle logique mais qui resterait la nôtre et pas celle des usagers. Nous nous sommes plutôt inspirés de classements existants, mais employés ailleurs qu'en bibliothèque, en particulier les classements de libraires comme BISAC, CLIL ou THEMA, qui sont parfaitement adaptés au marché du livre actuel.

Pour ce qui est de la jeunesse, nous nous sommes également fortement inspiré du classement Métis qui a été conçu aux Etats-Unis dans des bibliothèques scolaires et qui est pensé pour correspondre aux repères intellectuels de jeunes lecteurs.

Slide 9 (NB)

Autre exemple, illustrant l'expérience plus facile et plus ludique que nous souhaitons proposer au jeune public : la signalétique des documentaires jeunesse prendra la forme d'un jeu de l'oie géant au sol.

Je précise que l'image de gauche est une visualisation de nos espaces en 3D réalisée avec Google sketchup, que nous avons beaucoup utilisé pour préparer l'implantation du mobilier.

Notre idée est de rendre ludique l'excursion dans les collections et de rendre sensible très facilement l'organisation des documents. Cela permettra également aux bibliothécaires d'organiser des ateliers amusant de type chasse au trésor.

Enfin, l'agencement des rayonnages dans cette zone jeunesse est paradoxalement un peu austère : ailleurs dans la bibliothèque nous avons essayé de créer des alcôves, comme dans une librairie avec une table centrale. Les rayonnages de documentaire sont alignés de façon linéaire et cette signalétique est une façon de casser cette monotonie et d'inciter malgré tout les enfants à se promener dans les collections en s'amusant.

Slide 10 (NB)

Autre exemple, qui n'a rien de très original en soi mais qui illustre à nouveau notre philosophie et le type d'expérience que nous voulons proposer : le mur d'expression sur lequel les enfants auront la possibilité d'écrire, de dessiner, d'afficher leurs créations ou de répondre aux défis des bibliothécaires.

Slide 11 (NB)

Dernier exemple : nous aurons dans notre espace jeunesse un coffre à jouets qui permettra aux enfants de manipuler des jeux de construction, des déguisements, des marionnettes, pour créer leurs propres histoires. Vous retrouvez ici plusieurs éléments de notre philosophie générale, comme la présence d'objets, en complément des collections, et l'idée que les usagers, y compris les enfants, peuvent être actifs et créatifs et créer leurs propres histoire (pas seulement en lire et en écouter)

Slide 12 (NB)

Le point commun de ces différents petits projets (classement, signalétique, mur d'expression, coffre à jouet) c'est qu'à chaque fois, nous nous sommes interrogés sur l'expérience concrète des usagers, et en particulier des enfants, pour la rendre plus ludique, amusante, agréable ou facile. Nous nous sommes souvent inspirés d'autres lieux qui proposent un certain type d'expérience que nous aimerions reproduire ou transposer : comme les librairies, les bibliothèques solaires, les cours d'école, les jardins d'enfant...

Slide 13 (AP)

Après l'UX, la deuxième idée forte du projet des 7 lieux que je souhaite illustrer à l'aide d'exemple jeunesse c'est la participation du public. Dès la phase de définition du projet, nous avons essayé de permettre aux usagers de contribuer.

Pourquoi est-ce important ? A cause de l'effet Ikea. Peut-être connaissez-vous cette notion ? L'effet Ikea est un principe démontré scientifiquement qui veut que les gens attachent plus de valeur aux choses qu'ils ont construites eux-mêmes. Si vous demandez à une personne d'estimer le prix de deux tables IKEA par exemple, une table qu'elle a construite et une table toute faite. La table fabriquée par la personne aura systématiquement plus de valeur à ses yeux, même si elle est un peu bancale ou mal montée, car cela représente du travail, des souvenirs, un accomplissement. Bref : construire des choses c'est un moyen de se les approprier et de les aimer. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons que le public construise les 7 lieux avec nous.

Slide 14 (AP)

Pour exploiter cet effet Ikea, nous avons mis en place différents types de démarches participatives. Je vais commencer par citer des exemples en dehors de la jeunesse, puis je citerai des exemples jeunesse. Sur cette image, vous voyez un focus groupe consacré aux horaires d'ouverture. C'est un petit peu le degré zéro de la participation : on se contente de demander leur avis aux gens.

Slide 15 (AP)

Sur cette image vous voyez un autre évènement participatif plus avancé : un world café organisé avec des seniors. Le principe de ce format de rencontre est d'avoir plusieurs tables correspondant chacune à une thématique, avec des groupes de personnes qui tournent à chaque table et quelqu'un qui reste fixe pour garder une trace des différentes idées. Là, les usagers commencent à être actifs puisqu'on leur demande de s'exprimer mais aussi d'avoir des idées, d'identifier des enjeux, des problématiques.

Slide 16 (AP)

Nous arrivons à un échelon supplémentaire de participation avec un projet jeunesse consacré aux ados. Nous avons organisé l'année dernière un Biblio remix ados. L'idée était avant tout de rencontrer des adolescents car il n'y en a quasiment pas dans la médiathèque actuelle. L'évènement

s'est étalé sur trois soirées. Il s'agissait d'imaginer avec les ados leur lieu culturel idéal, de leur permettre de mettre un peu la main dans notre projet (en particulier l'aménagement des espaces) et de confirmer/infirmier certaines de nos idées.

Sur les vignettes, vous voyez différentes activités que nous avons proposé lors de ces 3 soirées : un brainstorming pour générer des idées, des visites dans la bibliothèque actuelle pour coller des post-it sur tout ce qui fonctionne bien ou pas (il s'agit d'une activité très simple et efficace qui a été mise en place à Helsinki). Sur la vignette suivante, vous voyez nos ados coller des gommettes sur de grandes planches d'images afin de voter pour le mobilier, les ambiances et les activités qui leur plaisent.

Enfin, comme nous avons une maquette 3d des 7 lieux, nous avons proposé pour finir un atelier sketchup aux ados pour qu'il aménagent le futur espace. L'objectif n'était pas de transformer les adolescents en décorateurs d'intérieur mais de tout déconstruire et de tout réinventer avec eux, pas pour attendre un résultat concret mais pour explorer leur imaginaire, pour repérer des idées inattendues à exploiter (nous avons par exemple noté qu'ils avaient une grande envie d'espace semi isolés : cabanes, cabines, refuges...)

Slide 17 (AP)

Je vous propose de visionner cette brève vidéo pour vous faire une idée plus précise de cet évènement.

Slide 18 (AP)

Dernier exemple d'action participative dans le domaine de la jeunesse. Là, il s'agit littéralement de fabriquer quelque chose avec nos usagers.

En effet, l'un des « lieux » qui compose les 7 lieux est le studio : un espace polyvalent qui fonctionnera comme un maker space ou un fab lab. Chaque année, nous proposerons à nos usagers de fabriquer dans notre studio un élément de mobilier qui intégrera les espaces.

Pour notre année zéro, nous avons choisi un projet assez simple et de fabriquer un meuble d'activités tactiles. Vous voyez sur cette illustration ce dont il s'agit : c'est un meuble composé de toutes sortes de surface et d'éléments que les jeunes enfants peuvent toucher, examiner, manipuler pour éveiller leurs sens.

Ce projet démarrera cet été, sous forme d'une série d'ateliers animés par l'une de mes collègues, du coup je n'ai pas d'image à vous montrer. Cette illustration vous donne idée de ce qu'on souhaite atteindre mais le résultat final sera peut-être très différent : c'est vraiment le public qui va définir le design, l'apparence et les fonctionnalités de ce meuble, ce que les enfants peuvent faire avec, etc. J'espère qu'on sera surpris !

La démarche que nous employons pour guider la créativité du public est le design thinking. Il s'agit d'une méthode de travail inspirée de celle des designers qui consiste à étudier les besoins des gens pour concevoir des services ou des produits. Dans le design thinking, on distingue souvent trois phases : une phase de recherche, une phase de génération d'idées, une phase de prototypage et de test. En faisant des allers-retours entre ces différentes étapes on arrive à un produit vraiment utile pour les gens.

Ce qui est intéressant c'est que c'est la façon de travailler qu'on emploie avec les collègues pour améliorer l'expérience utilisateur : on observe leurs besoins, on regarde ce qui se fait ailleurs, on transpose, on teste... C'est notre façon de faire et on souhaite proposer au public de se saisir, lui aussi, de cette méthode : les parents ou les enfants qui participeront à nos ateliers vont devoir eux-

aussi réfléchir aux besoins de leur public cible, piocher de bonnes idées ailleurs et les transposer dans l'espace jeunesse...

Slide 19 (NB + AP)

Nous en arrivons à notre conclusion.

Vous l'avez vu, il n'y a rien de vraiment révolutionnaire dans chacune des propositions que nous vous avons présenté. C'est plutôt le lien entre chacune de ces idées, notre philosophie générale, qui est innovante.

En fait, il y a deux façons de voir l'innovation. On peut considérer que l'innovation consiste à « penser en dehors de la boîte », à proposer des choses totalement inédites, révolutionnaires, jamais vues, etc. Et il y a une autre idée de l'idée de l'innovation, plus modeste, d'après laquelle innover cela consiste surtout à proposer des choses nouvelles (mais pas forcément inédites) qui sont utiles aux gens. Nous nous situons clairement de ce côté : notre façon d'innover consiste à réfléchir attentivement aux besoins des gens pour y répondre le mieux possible.

Nous espérons avoir illustré cette démarche à travers ces quelques exemples issus de notre futur espace jeunesse.

Nous vous remercions pour votre attention.