



Mars 2018

Notoriété et image de la BnF auprès de la population française en âge de la fréquenter

Enquête Ifop pour la BnF

N° 114953

Contacts Ifop :

Romain Bendavid / Delphine Poët

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

01 45 84 14 44

prenom.nom@ifop.com

{ BnF | Bibliothèque
nationale de France

Sommaire

1 - La méthodologie (p.3)

2 - Les résultats de l'étude (p.5)

A – Le rapport aux bibliothèques (p.6)

B – La notoriété détaillée de la BnF et les sources d'information (p.12)

C – Les marqueurs de l'image de la BnF : les ressorts et les freins à l'attachement (p.38)

D – La notoriété du Pass BnF lecture/culture à 15 euros par an (p.54)

3 - Les principaux enseignements (p.67)

4 - Annexe : typologie du public passé, actuel et potentiel (p. 71)

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour la BnF

Echantillon



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **2002** personnes, dont :

- un échantillon principal de 1502 individus représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus ;
- un sur échantillon de 500 habitants de l'Ile-de-France visitant au moins cinq musées ou expositions culturelles par an.

Méthodologie



La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé(e)) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Un redressement a été réalisé en trois étapes successives :

- Le sur échantillon en Ile-de-France a été ramené à son poids réel en Ile-de-France, après observation de son taux de pénétration auprès de l'échantillon national représentatif.
- L'ensemble des répondants de la région Ile-de-France (échantillon principal et sur échantillon) ont été ramenés à leur poids réel au sein de la population française 15 ans et plus.
- L'ensemble des répondants (échantillon principal et sur échantillon) ont été ramenés à leur poids réel au sein de la population française 15 ans et plus.

Mode de recueil



Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 29 novembre au 6 décembre 2017.

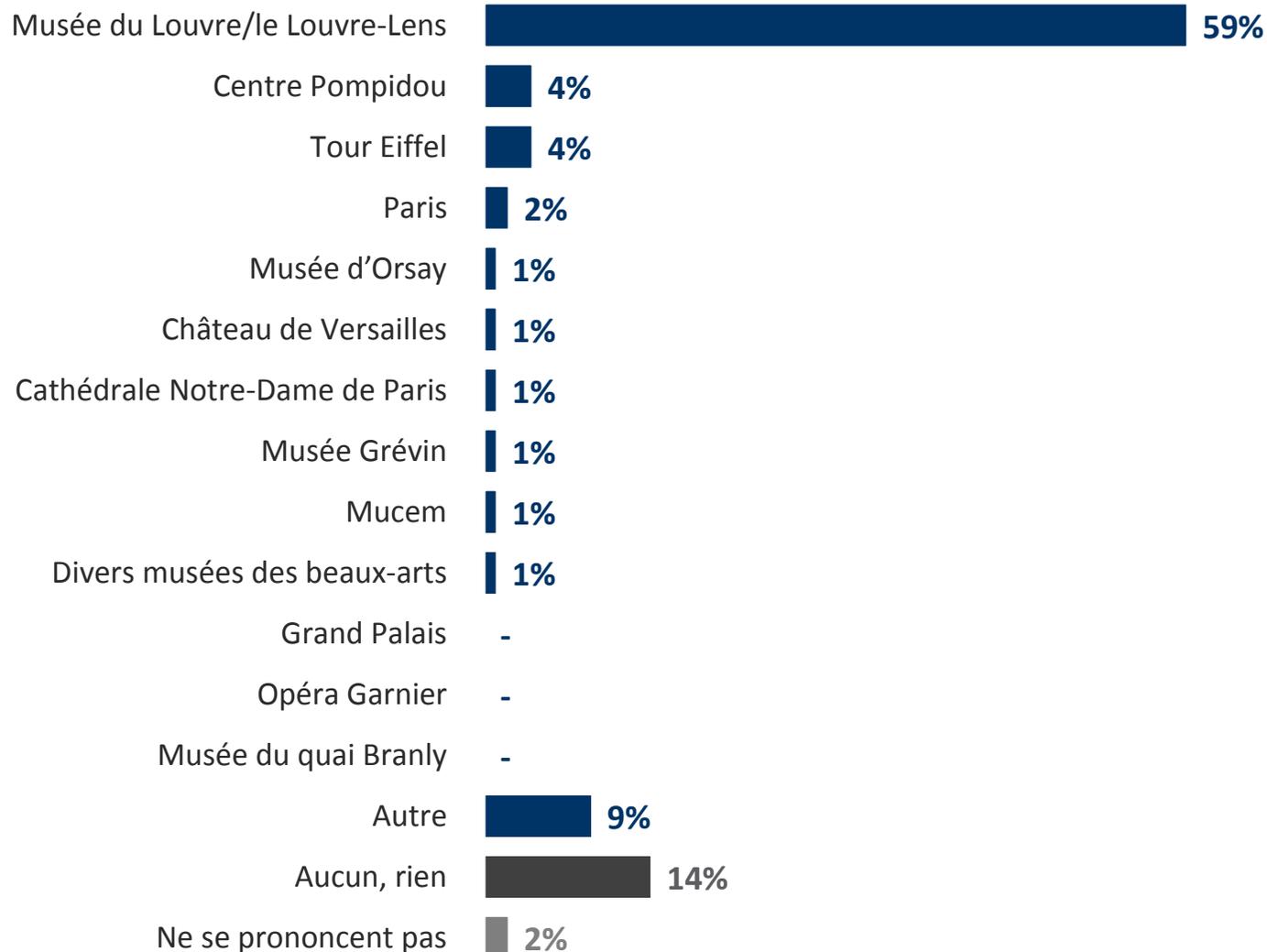
2 | Les résultats de l'étude

A | Le rapport aux bibliothèques

En tête : le seul lieu culturel majoritairement présent à l'esprit est le Musée du Louvre (qui comprend également le Louvre-Lens)

QUESTION : Quels sont tous les grands lieux culturels que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?
(Question ouverte, réponses spontanées)

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



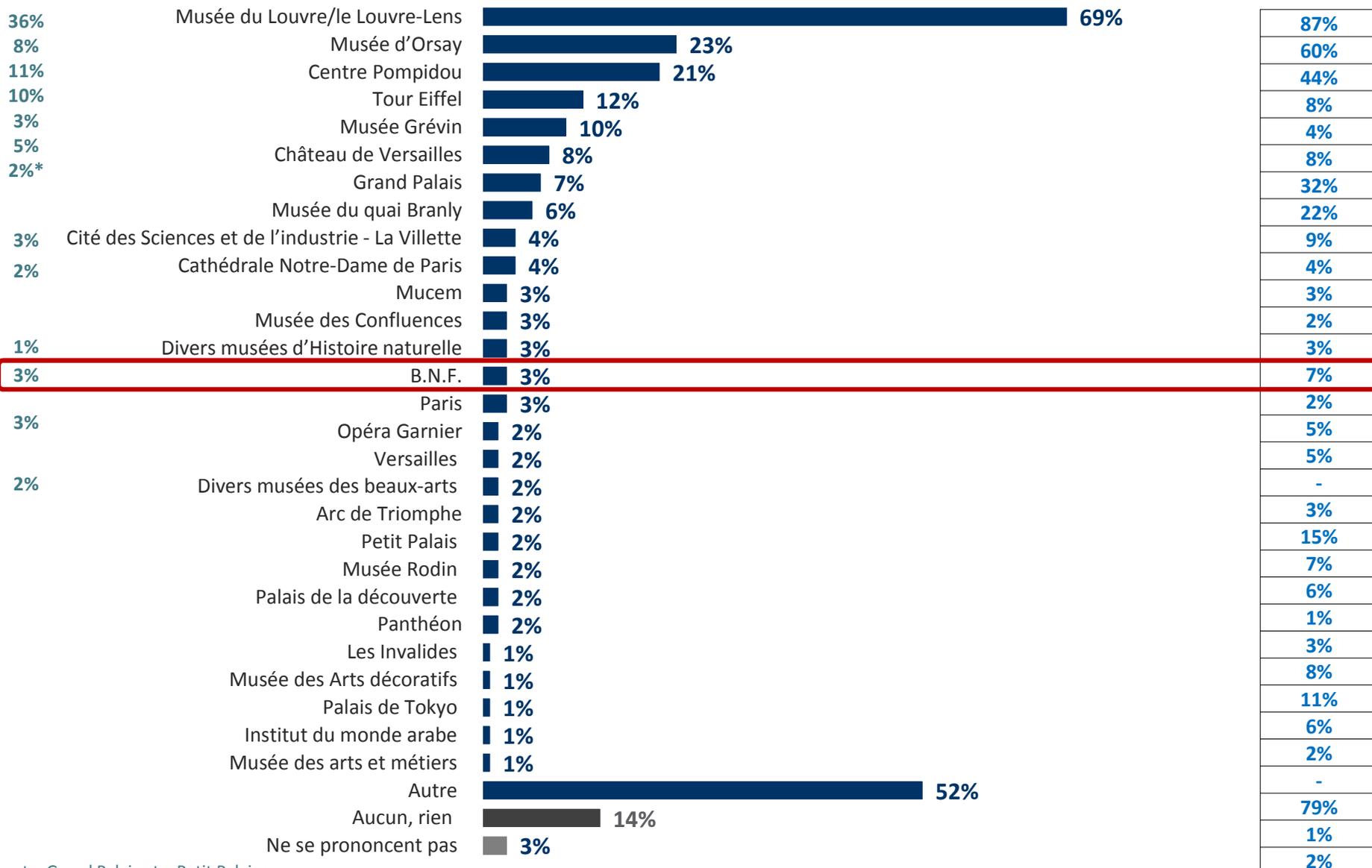
69%
10%
2%
2%
4%
1%
-
-
-
-
2%
1%
1%
6%
1%
1%

Notoriété spontanée totale : le seul lieu culturel majoritairement présent à l'esprit est le Musée du Louvre (qui comprend également le Louvre-Lens)

QUESTION : Quels sont tous les grands lieux culturels que vous connaissez ne serait-ce que de nom ? (*)
(Question ouverte, réponses spontanées)

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles

Rappel
Juillet 2006

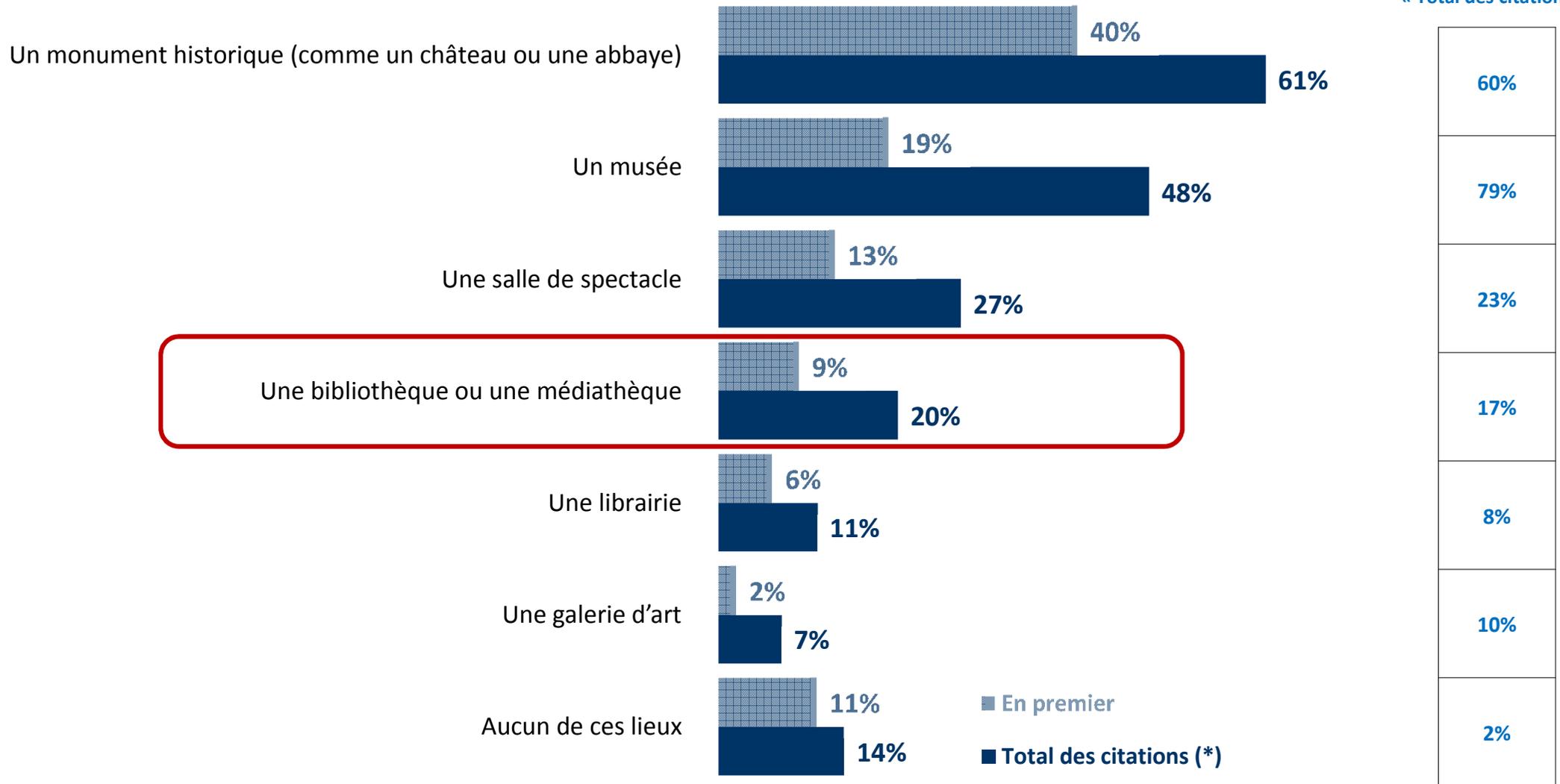


(*) En 2006, regroupement « Grand Palais et « Petit Palais »

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

QUESTION : Parmi les lieux culturels suivants, quel est celui auquel vous êtes le plus attaché ?

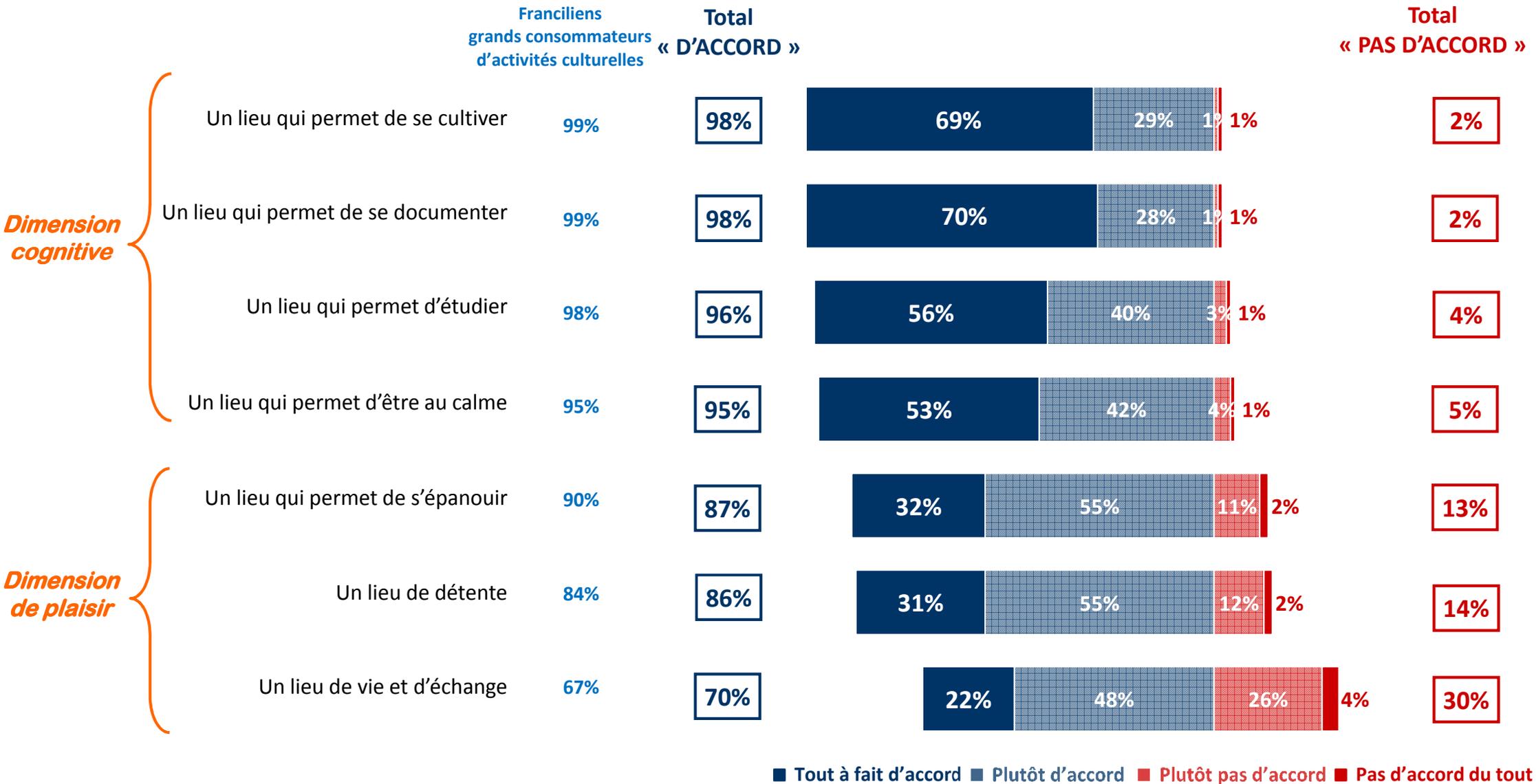
Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles
« Total des citations »



(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner deux réponses

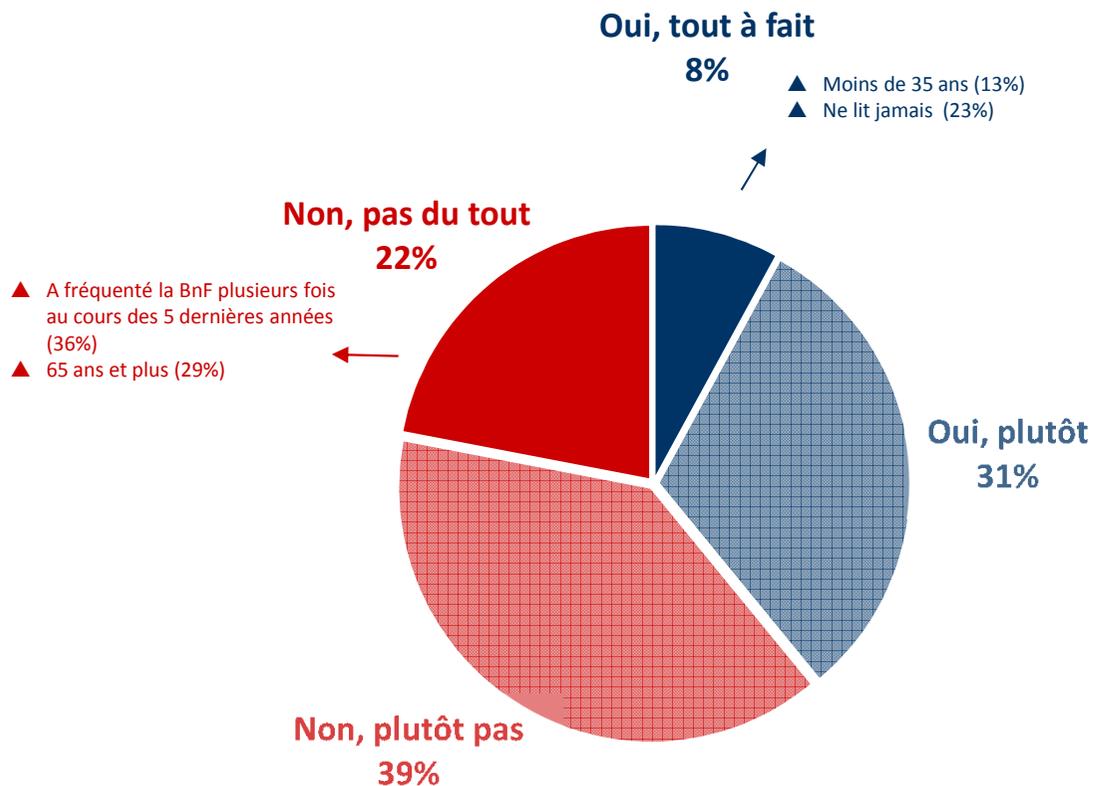
Les ressorts de l'attachement aux bibliothèques et médiathèques reposent d'abord sur des dimensions sérieuses, devant celles de lieu de vie / d'expérience

QUESTION : En fonction de votre expérience ou de l'idée que vous vous en faites, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes concernant une bibliothèque ou une médiathèque ?
 Une bibliothèque ou une médiathèque est...



Pour une forte minorité, le numérique permet aujourd'hui de se passer d'une bibliothèque ou d'une médiathèque

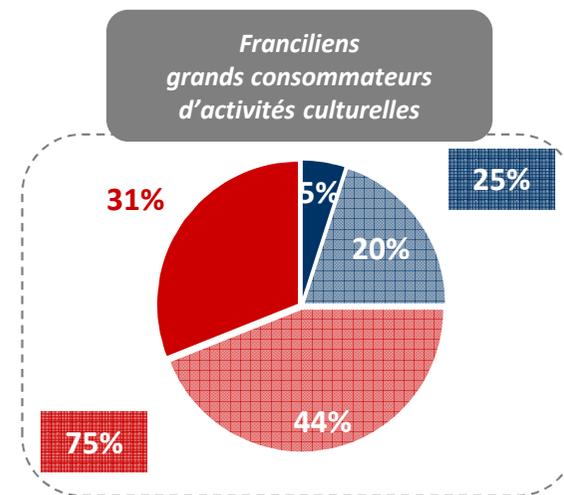
QUESTION : Selon vous, compte tenu de l'ensemble des informations disponibles sur Internet, peut-on de nos jours se passer d'une bibliothèque ou d'une médiathèque ?



TOTAL Oui
39%

TOTAL Non
61%

GUIDE DE LECTURE : En complément, sont indiquées les sous-populations pour lesquelles les écarts par rapport aux réponses de l'ensemble de l'échantillon sont significatifs. Le % indiqué est celui de la réponse donnée au sein de cette sous-population. Par exemple : 13% des moins de 35 ans ont répondu « Oui, tout à fait », contre 8% de l'ensemble des répondants.

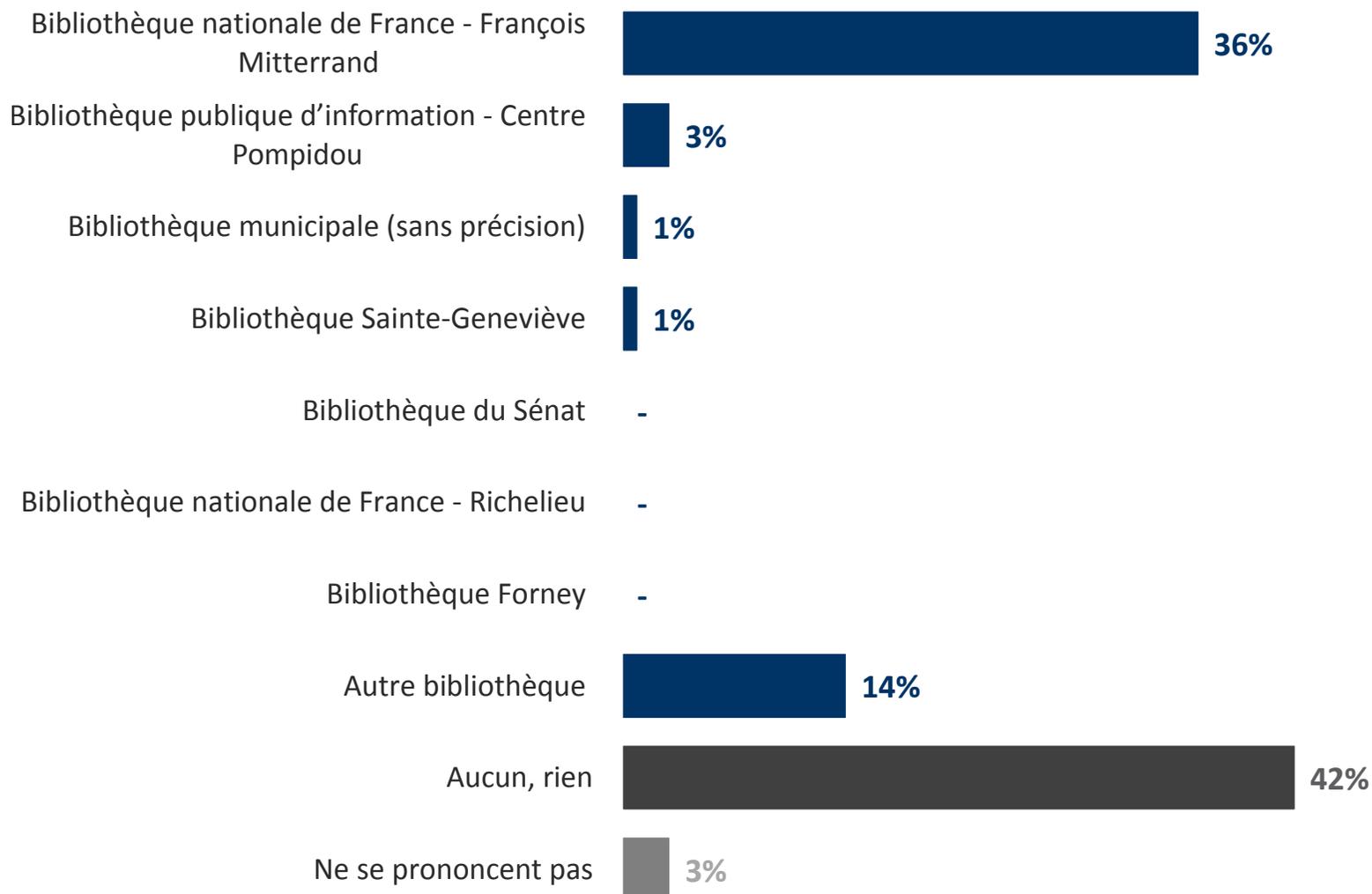


B I La notoriété détaillée de la BnF et les sources d'information

En tête : la BnF, associée au site François-Mitterrand, est la seule grande bibliothèque fortement présente à l'esprit des Français de 15 ans ou plus

QUESTION : Quelles sont toutes les grandes bibliothèques que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?
(Question ouverte, réponses spontanées)

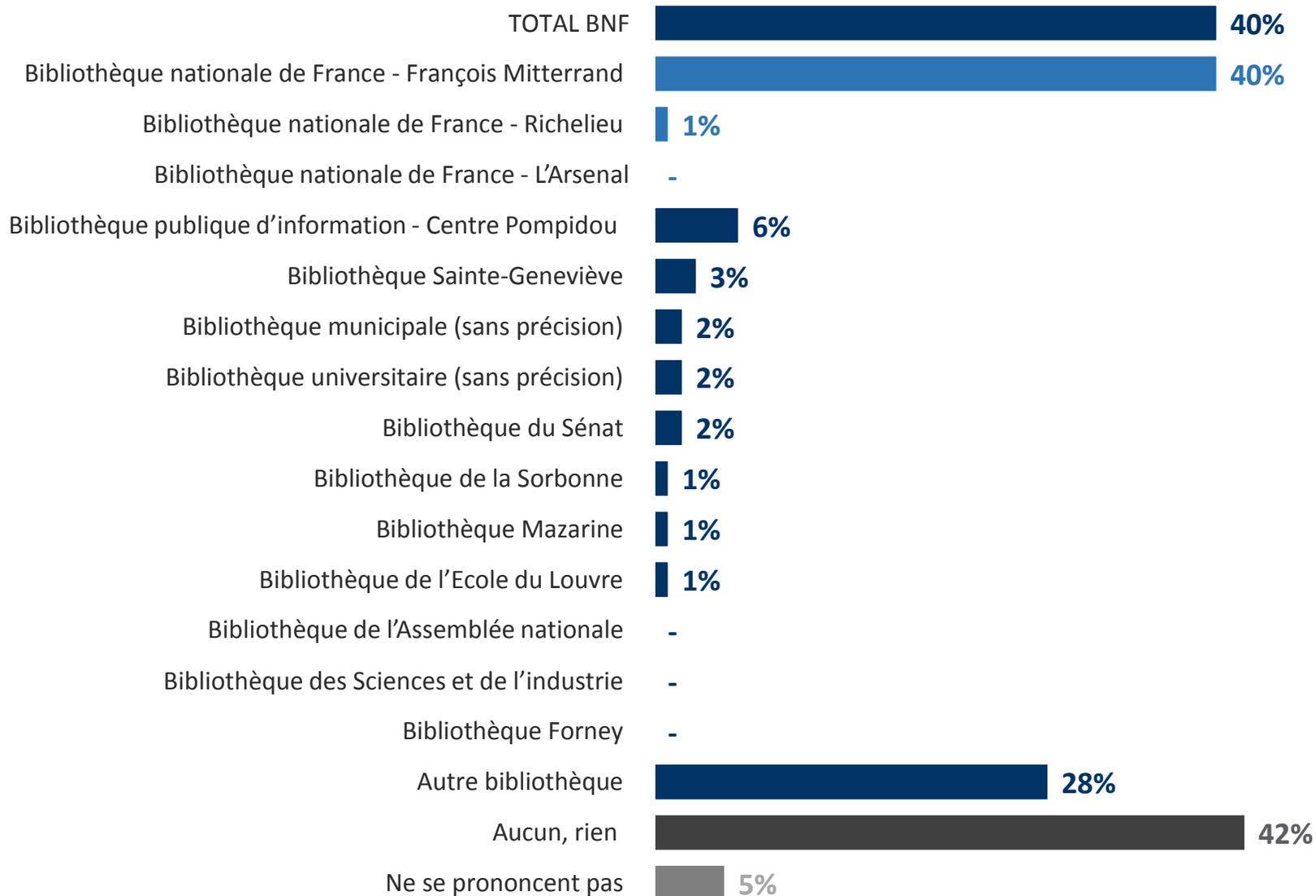
Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



73%
9%
-
3%
1%
1%
1%
5%
5%
2%

Notoriété spontanée totale : la BnF, associée au site François-Mitterrand, est la seule bibliothèque fortement présente à l'esprit des Français de 15 ans ou plus

QUESTION : Quelles sont toutes les grandes bibliothèques que vous connaissez ne serait-ce que de nom ? (*)
(Question ouverte, réponses spontanées)

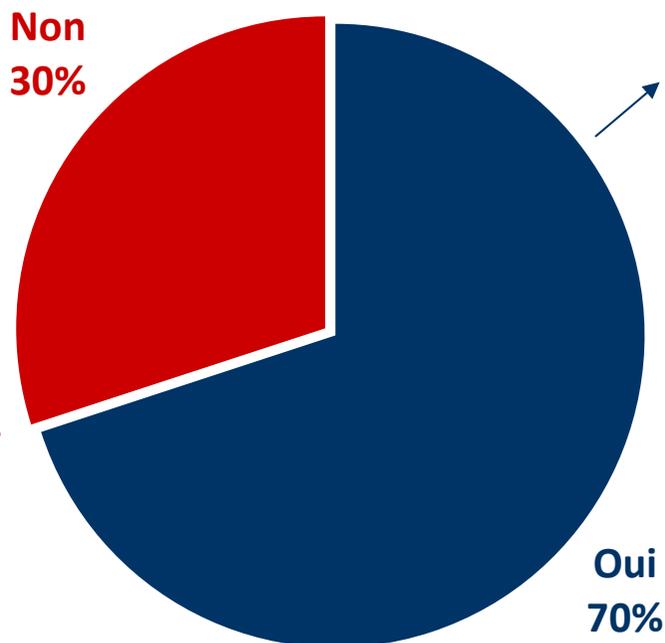


Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles

Rappel
Juillet 2006

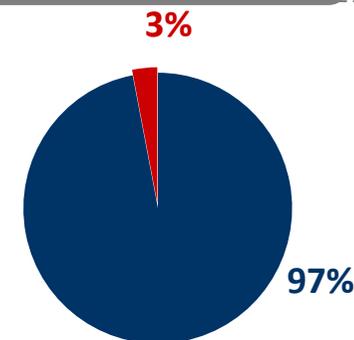
86%	35%
86%	-
5%	-
-	-
31%	7%
12%	-
7%	8%
2%	1%
2%	-
4%	-
4%	-
-	-
1%	-
2%	-
4%	-
46%	-
5%	12%
4%	23%

QUESTION : Connaissez-vous la Bibliothèque nationale de France, ne serait-ce que de nom ?

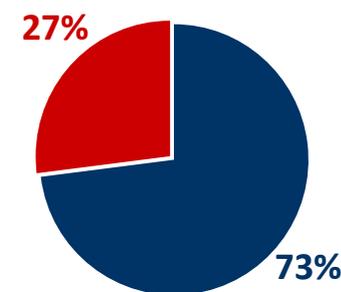


- ▲ Ne cite pas spontanément la BnF (56%) / Cite la Bibliothèque publique d'information - Centre Pompidou (91%) / Bibliothèque Sainte-Geneviève (99%) / Bibliothèque des Grands moulins (100%) / Bibliothèque de la Sorbonne (100%) / Bibliothèque des Sciences et de l'industrie (100%) / Bibliothèque du Sénat (85%) / Bibliothèque de l'Assemblée nationale (100%) / Bibliothèque Forney (100%)
- ▲ 65 ans et plus (90%)
- ▲ Cadre et prof. int. supérieure (84%)
- ▲ Ile de France (88%)
- ▲ 2^e et 3^e cycle du supérieur (89%), dont titulaire d'un doctorat (90%)
- ▲ Grand consommateur d'activités culturelles (89%)
- ▲ Connait précisément Gallica (94%)
- ▲ Lit 10 livres et plus par mois (87%)
- ▲ A pratiqué une activité artistique ou de recherche plusieurs fois dans l'année (80%)
- ▲ Revenus mensuels nets : 4 000 euros et plus (89%)
- ▲ Electeur de F. Fillon (87%), E. Macron (82%) au 1^{er} tour de l'élection présidentielle 2017

*Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles*



*Rappel
Juillet 2006*



Sondage SCP Communication réalisée auprès d'un échantillon de 1004 personnes représentatif de la population française selon la méthode des quotas de 14 au 23 juin 2006 par téléphone.

- ▲ Ne cite pas spontanément la BnF à la question : *Quelles sont toutes les grandes bibliothèques que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?* (44%) / Ne cite aucune bibliothèque (54%)
- ▲ Moins de 35 ans (44%)
- ▲ PCS* - (46%) dont ouvrier (53%)
- ▲ Sans diplôme (47%)
- ▲ Non consommateur d'activités culturelles (45%)
- ▲ Ne lit jamais (60%)
- ▲ Electeur de M. Le Pen au 1er tour de l'élection présidentielle 2017 (46%)

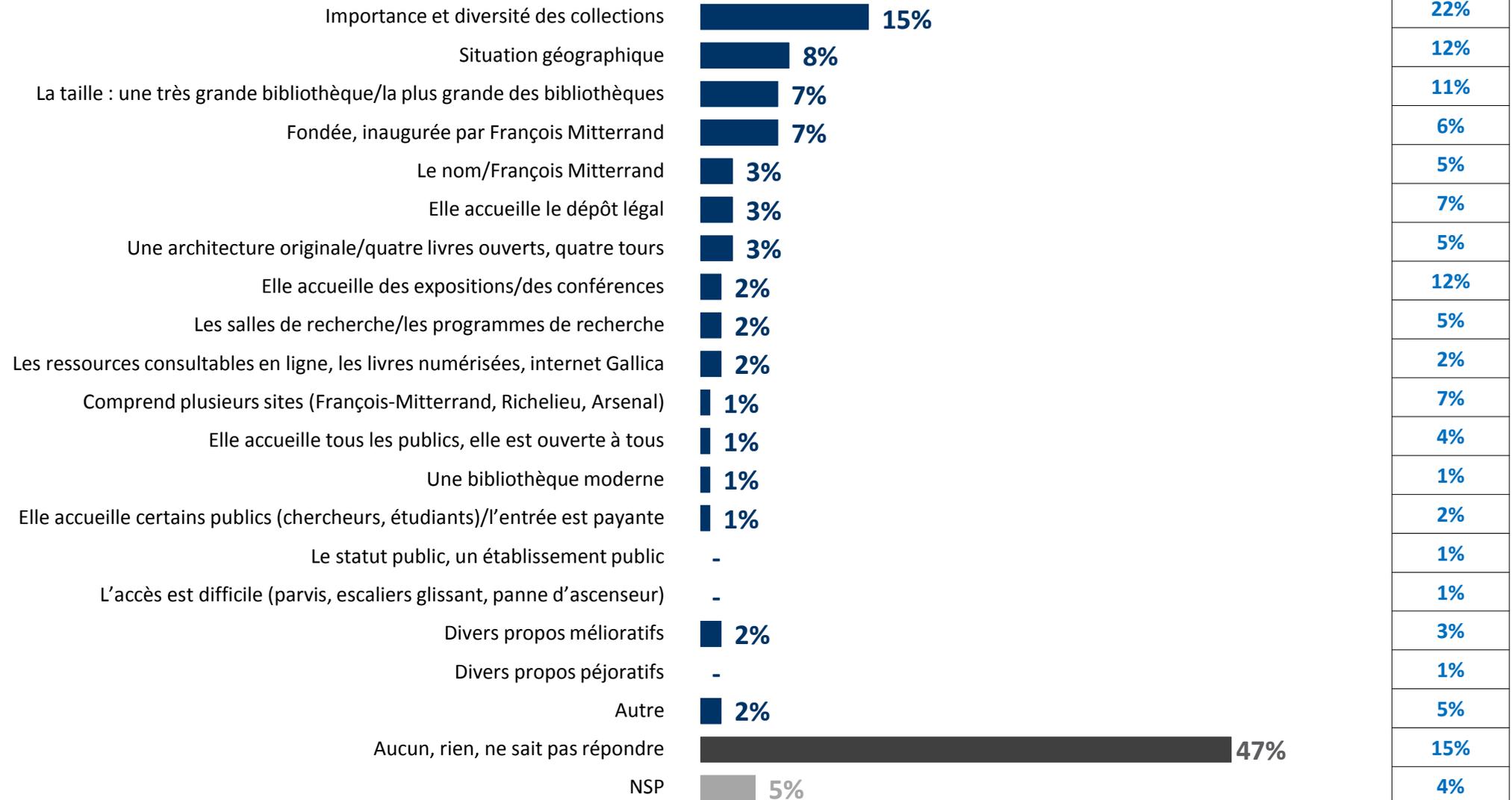
*Professions et catégories socioprofessionnelles

L'importance et la diversité des collections sont citées en premier comme élément de connaissance de la BnF, loin devant sa situation géographique

QUESTION : Que savez-vous de la BnF (Bibliothèque nationale de France) ? (*)
(Question ouverte, réponses spontanées)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

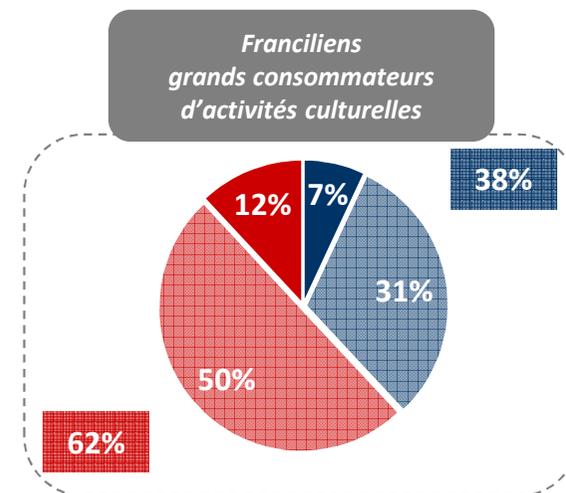
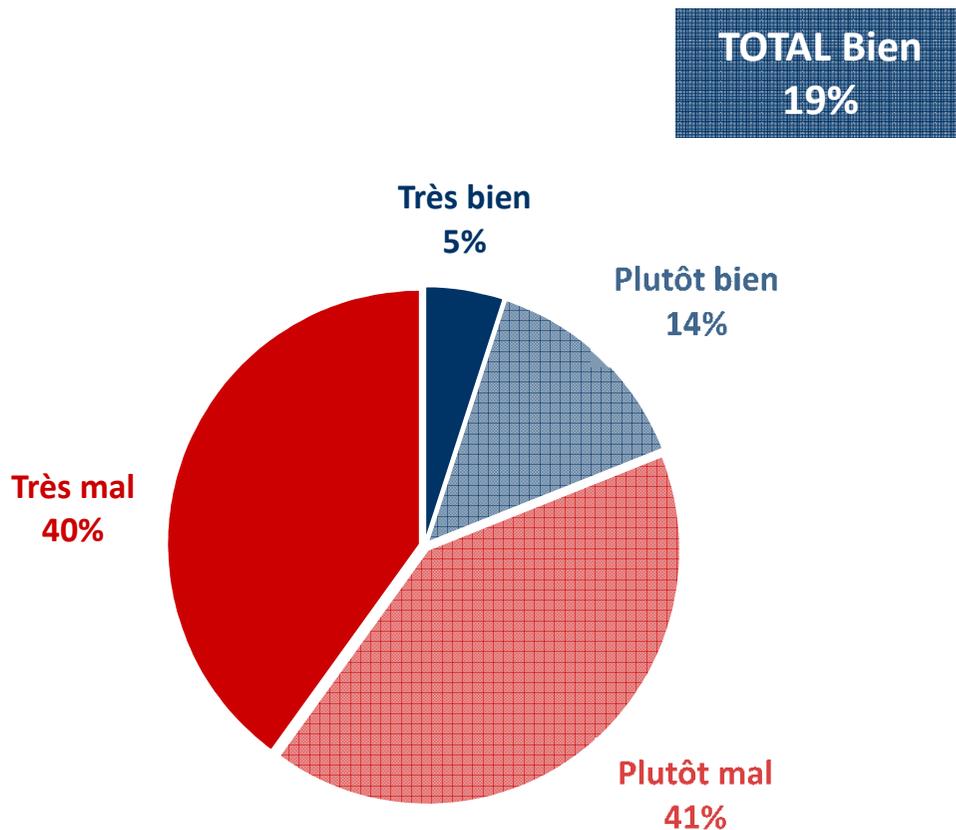
Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

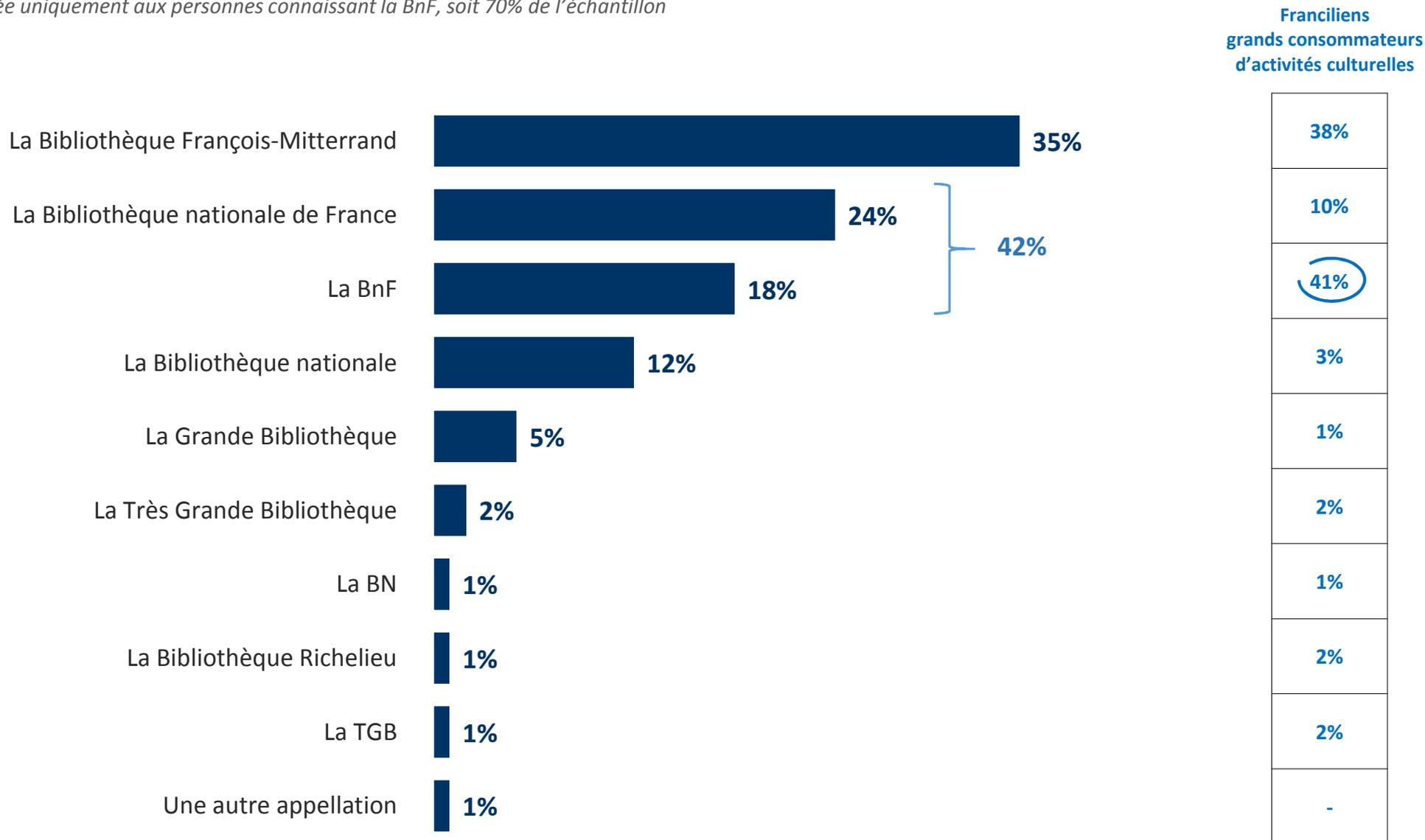
QUESTION : Diriez-vous que vous connaissez la BnF (Bibliothèque nationale de France) ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon



QUESTION : Quelle est l'appellation de cette bibliothèque qui vous est la plus familière ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

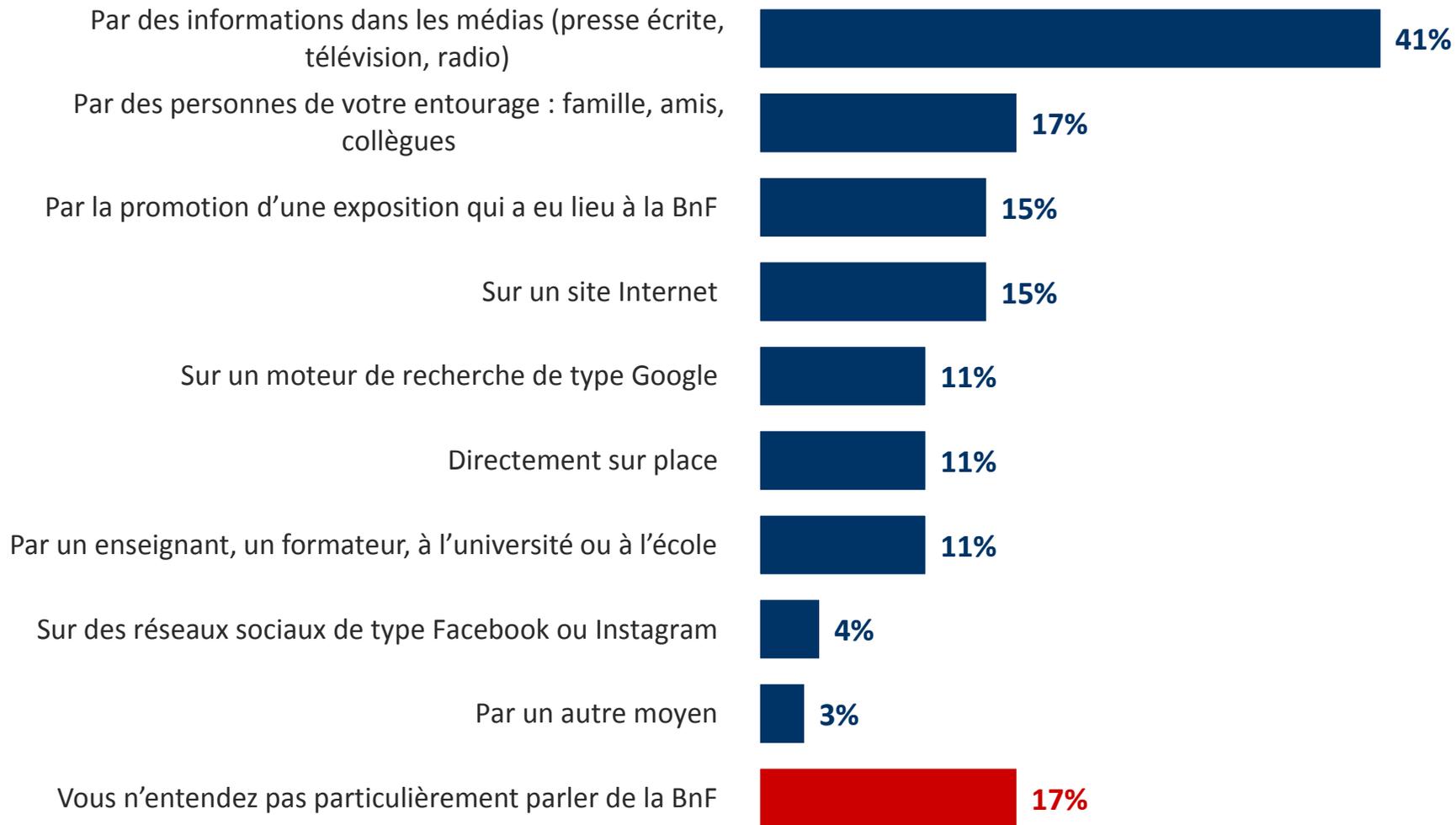


Les médias traditionnels, davantage légitimés pour leur crédibilité que pour leur proximité, constituent le principal canal pour entendre parler de la BnF

QUESTION : De manière générale, par quel(s) moyen(s) entendez-vous parler de la BnF ? (*)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

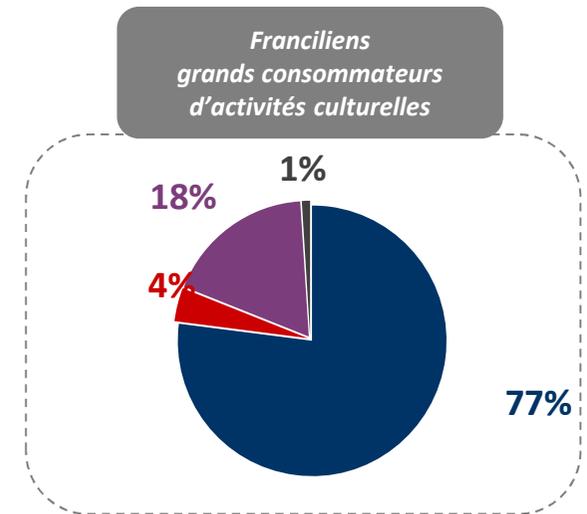
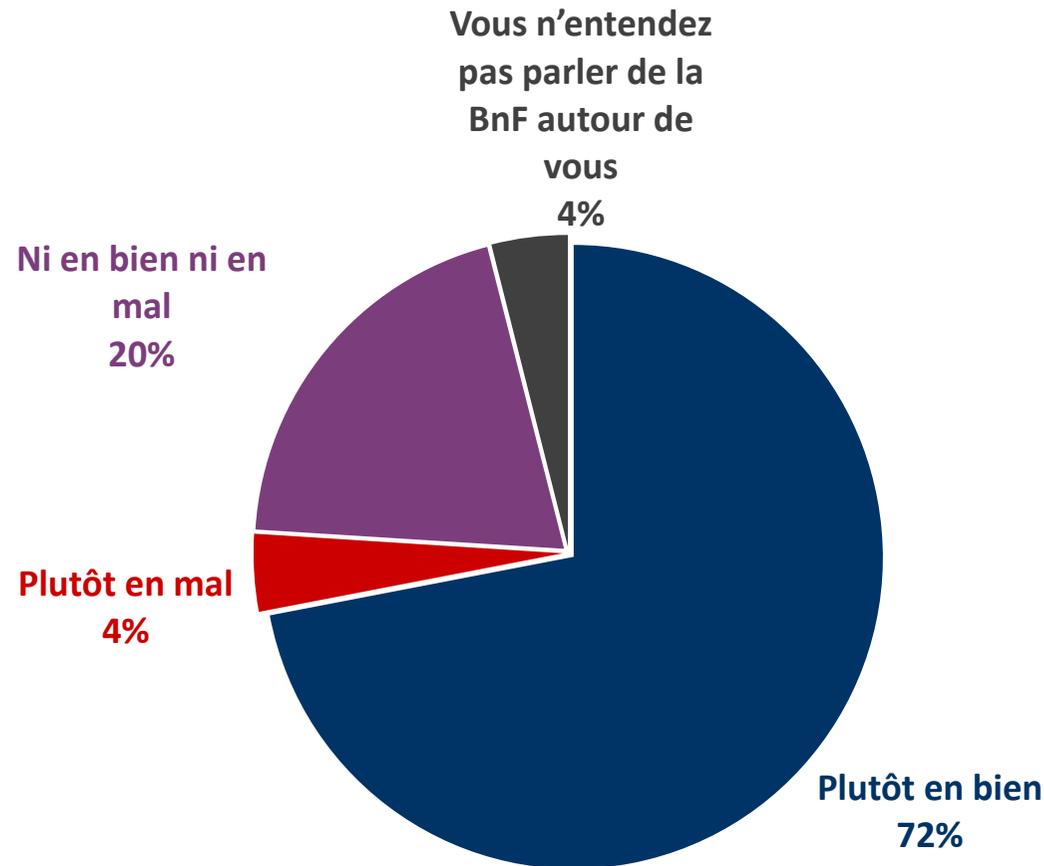
Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



39%
35%
37%
19%
13%
27%
17%
8%
5%
6%

QUESTION : Lorsque vous entendez parler de la BnF est-ce plutôt en bien ou plutôt en mal ?

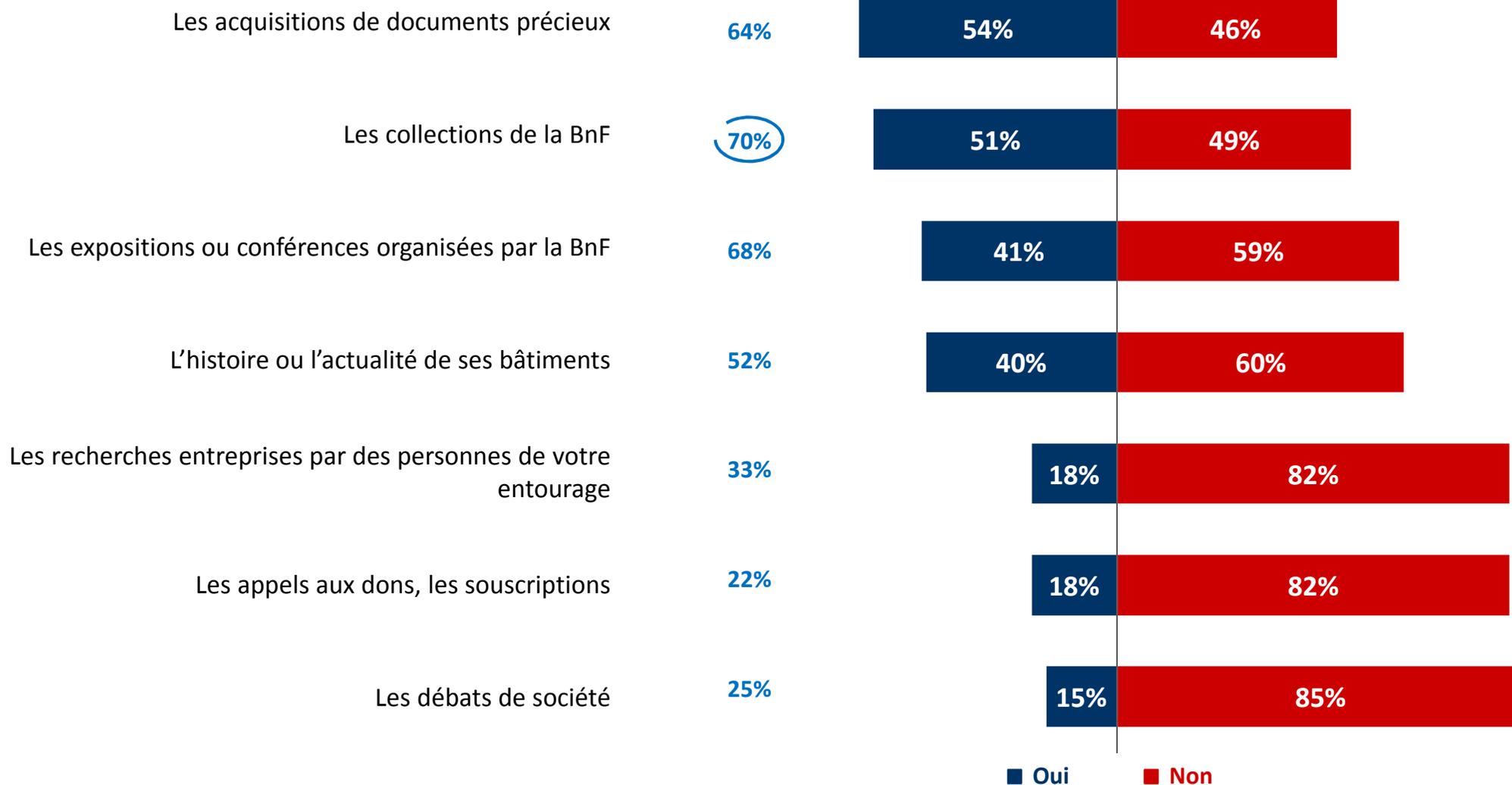
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF et qui en ont entendu parler au moins par une source, soit 58% de l'échantillon



QUESTION : Vous arrive-t-il d'entendre parler de la BnF sur les sujets suivants ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles

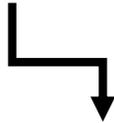


QUESTION : Savez-vous ... ?

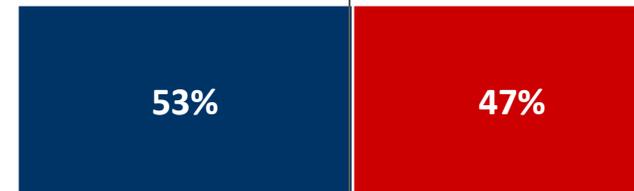
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles

Que la BnF a pour missions de collecter l'ensemble des documents publiés sur le territoire français



71%



Que les documents collectés par la BnF comprennent, entre autres, les photographies et les supports audiovisuels (disques, CD, DVD, jeux vidéos)

Base : posée uniquement aux personnes qui savent que la BnF a pour mission de collecter l'ensemble des documents publiés sur le territoire français, soit 37% de l'échantillon

81%



Que la BnF collecte et archive les sites Internet français

31%

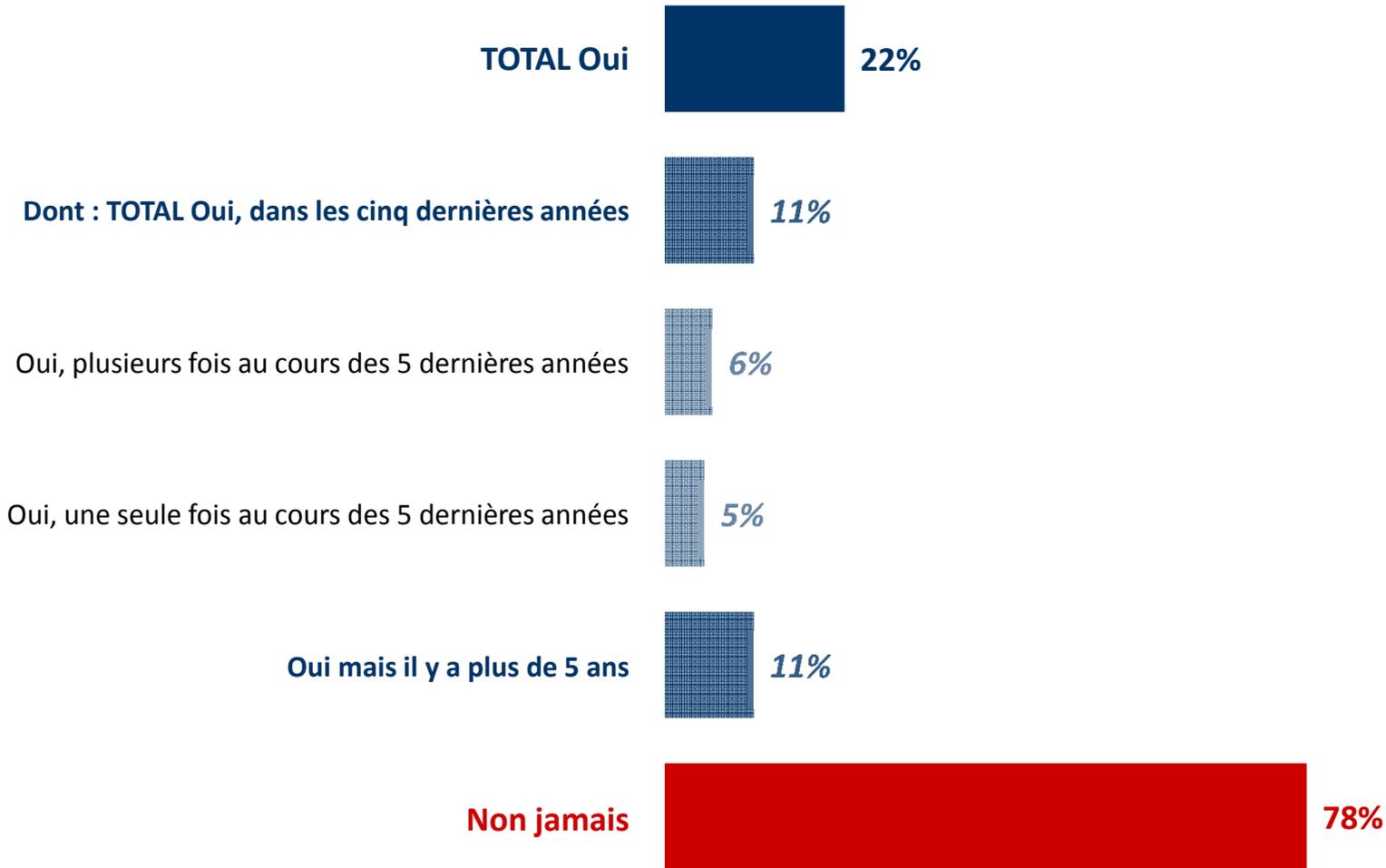


■ Oui

■ Non

QUESTION : Etes-vous déjà venu(e) à la BnF ?

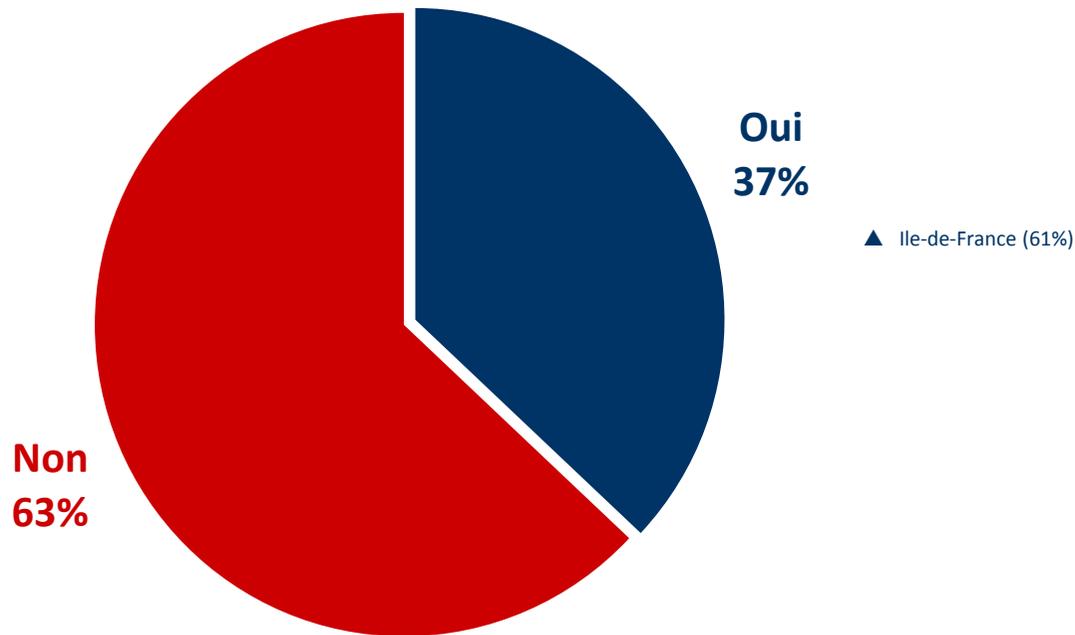
Base : Ensemble



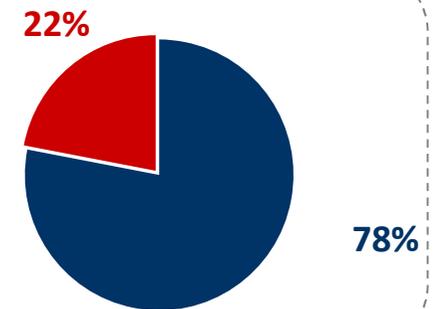
	Franciliens	Franciliens grands consommateurs d'activités culturelles	Rappel Juillet 2006
TOTAL Oui	49%	71%	11%
Dont : TOTAL Oui, dans les cinq dernières années	30%	54%	6%
Oui, plusieurs fois au cours des 5 dernières années	17%	37%	6%
Oui, une seule fois au cours des 5 dernières années	13%	17%	6%
Oui mais il y a plus de 5 ans	19%	17%	5%
Non jamais	51%	29%	89%

QUESTION : Connaissez-vous une ou plusieurs personnes qui sont déjà venues à la BnF ?

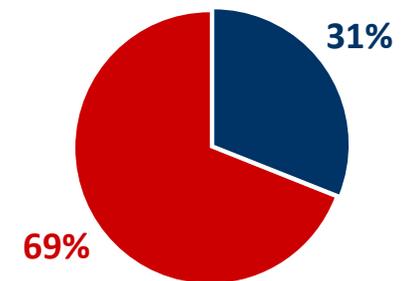
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon



Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



Rappel
Juillet 2006



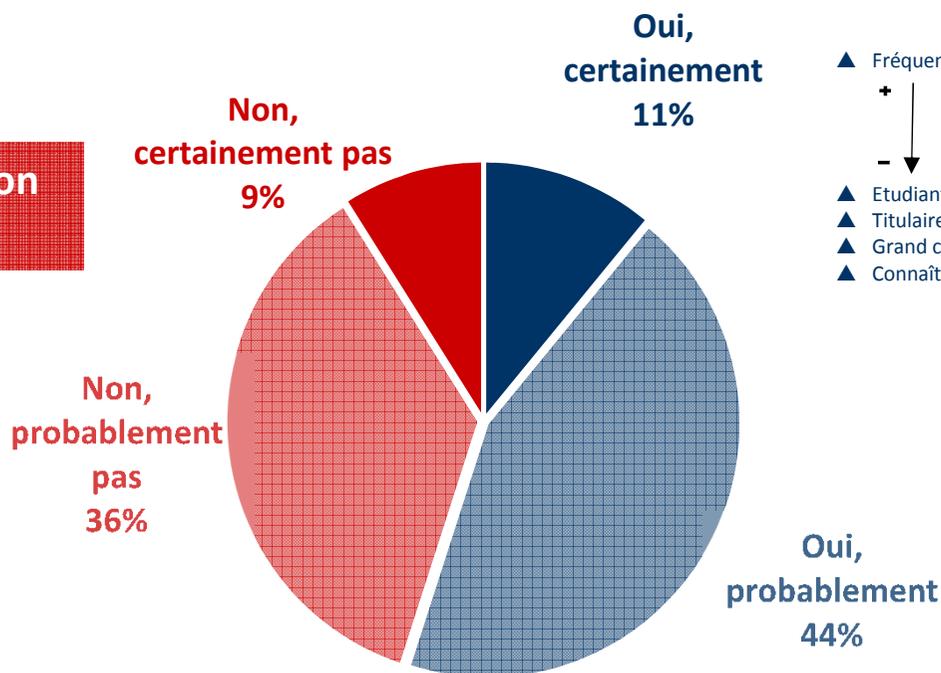
Si plus d'un connaisseur sur deux a l'intention de venir à la BnF à l'avenir, moins d'un sur dix l'envisage « certainement »

QUESTION : Et à l'avenir avez-vous l'intention de venir à la BnF ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

POTENTIEL DE VISITEURS FUTURS :

19,2% de connaisseurs ;
Soit **13,4%** des Français de 15 ans et plus,
soit **7 010 000** personnes

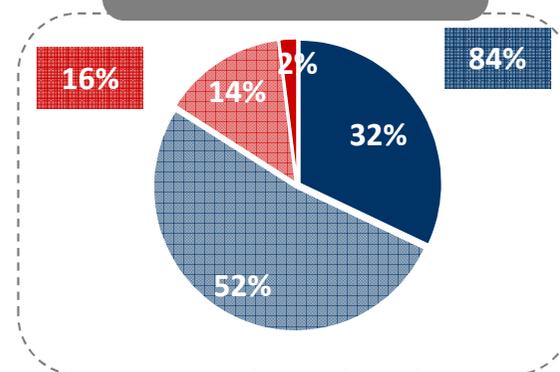


TOTAL Non
45%

TOTAL Oui
55%

- ▲ Fréquentation de la BnF
 - +
 - Plusieurs fois au cours des 5 dernières années (56%)
 - Une seule fois au cours des 5 dernières années (16%)
 - Il y a plus de 5 ans (6%)
 - - Jamais (5%)
- ▲ Etudiant(e) (24%)
- ▲ Titulaires d'un doctorat (22%)
- ▲ Grand consommateur d'activités culturelles (29%)
- ▲ Connaît précisément Gallica (29%)

Franciliens grands consommateurs d'activités culturelles

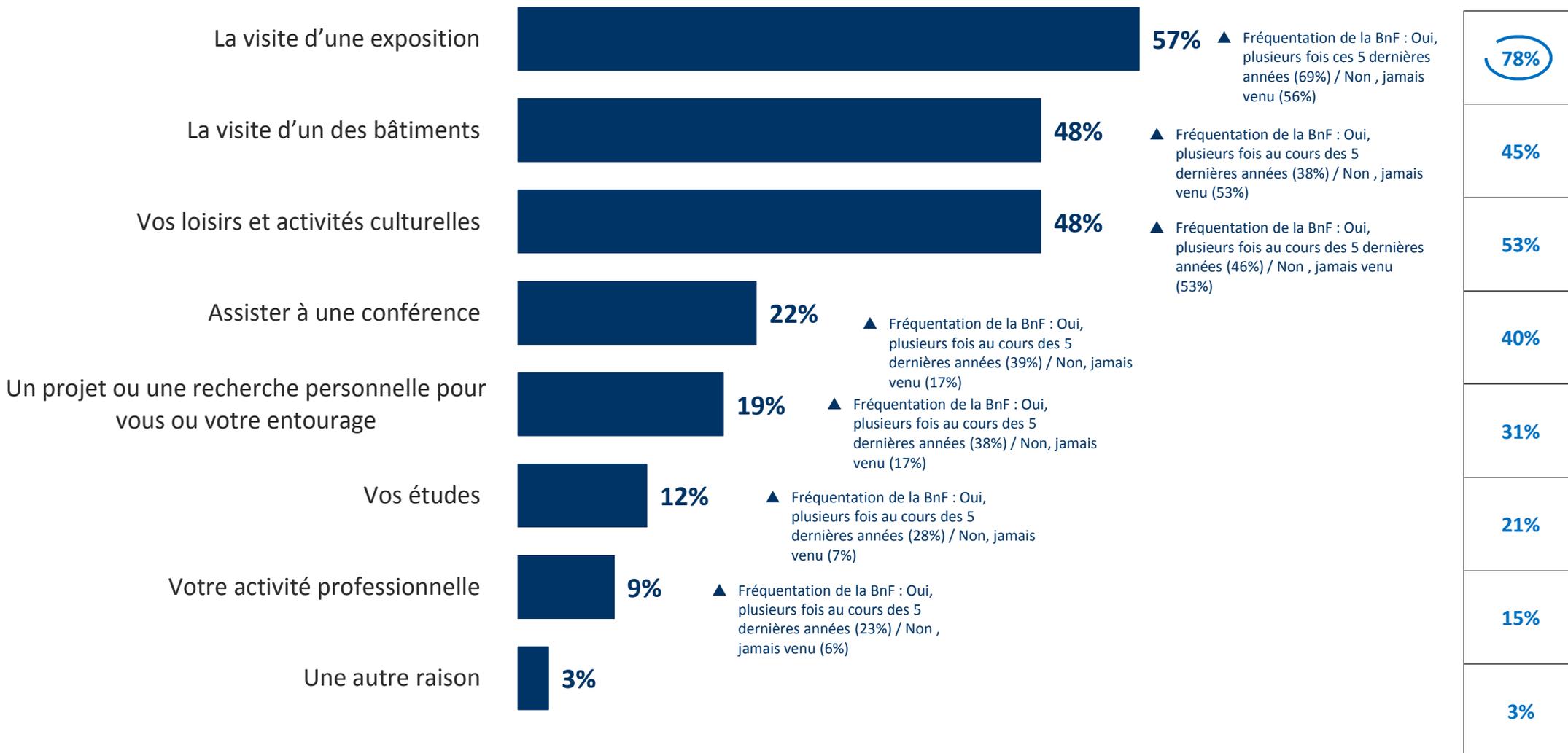


Les raisons pouvant justifier d'une visite passée ou future à la BnF sont d'abord culturelles

QUESTION : Etes-vous déjà venu(e) ou pourriez-vous venir à la BnF pour les raisons suivantes ? (*)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF qui y sont déjà venues ou ont l'intention d'y venir, soit **43%** de l'échantillon

**Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles**

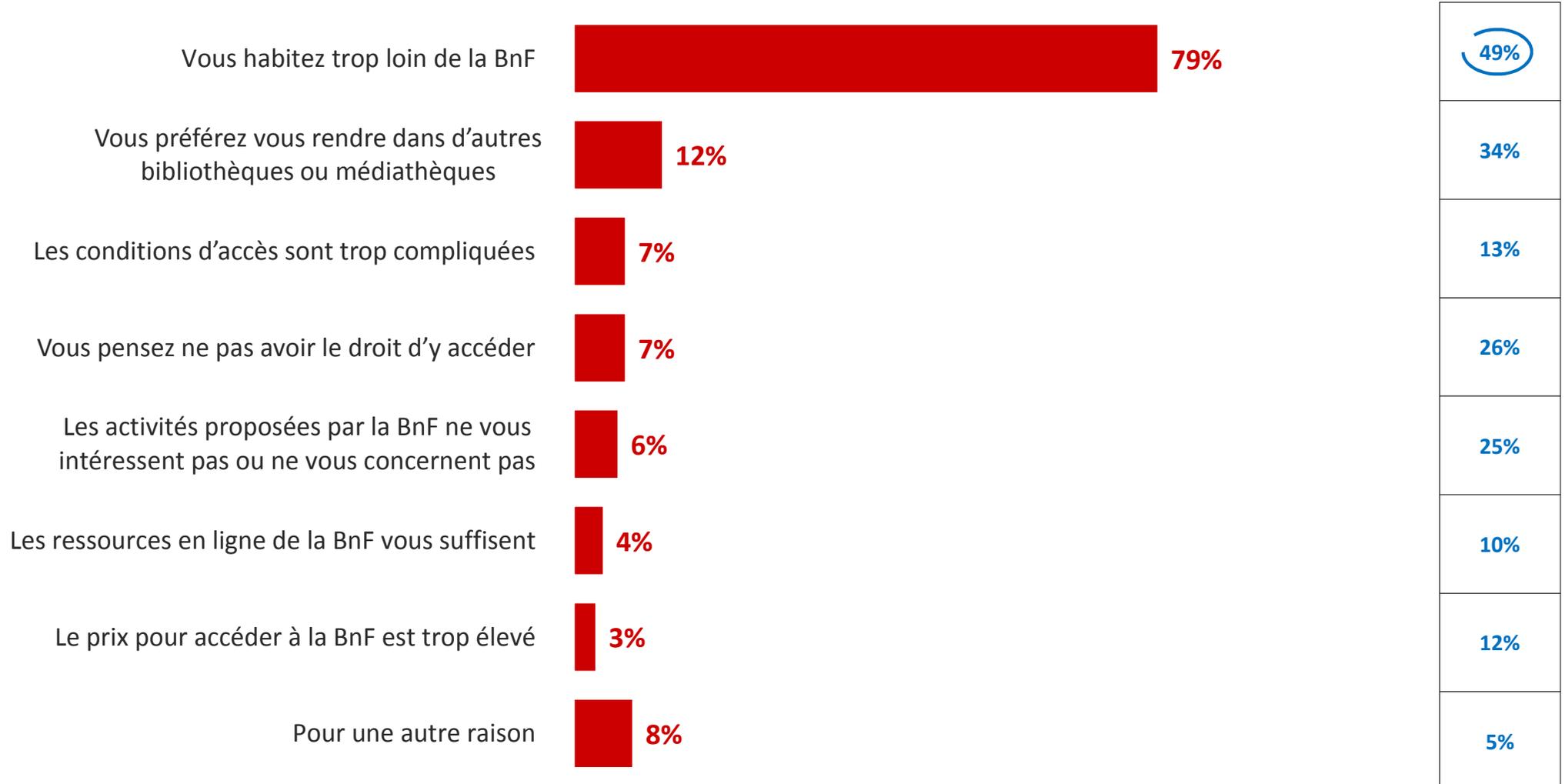


La distance géographique constitue la principale raison de non visite passée et future de la BnF

QUESTION : Pour quelle(s) raison(s) n'êtes-vous jamais venu(e) et n'avez pas l'intention de venir à la BnF ? (*)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF mais qui n'y sont jamais venus et qui n'ont pas l'intention d'y venir, soit 27% de l'échantillon

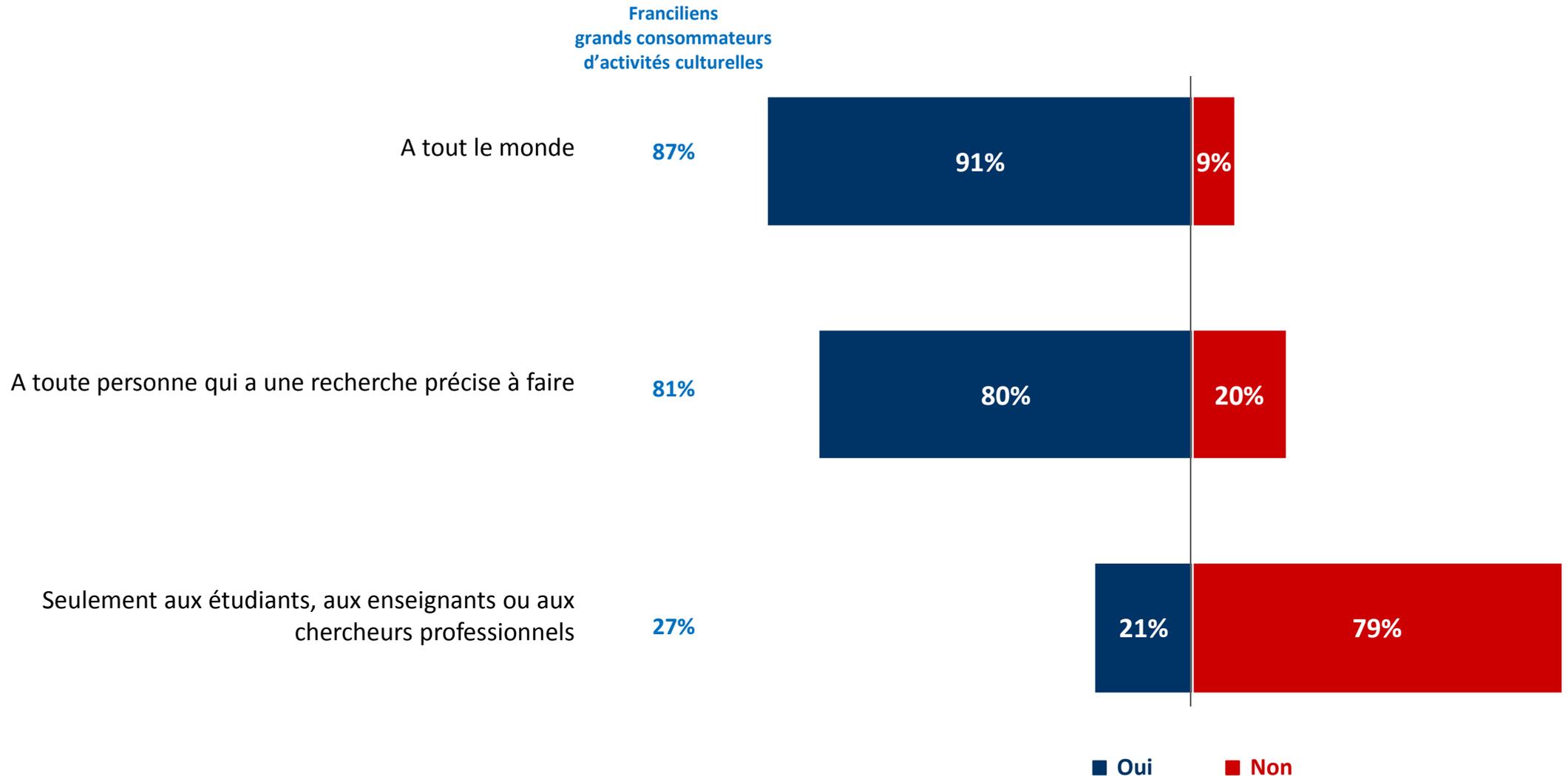
Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



La BnF est très nettement considérée comme s'adressant à tous ainsi qu'à toute personne qui a une recherche précise à faire

QUESTION : Selon vous, à qui est ouverte la BnF ?
La BnF est ouverte...

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

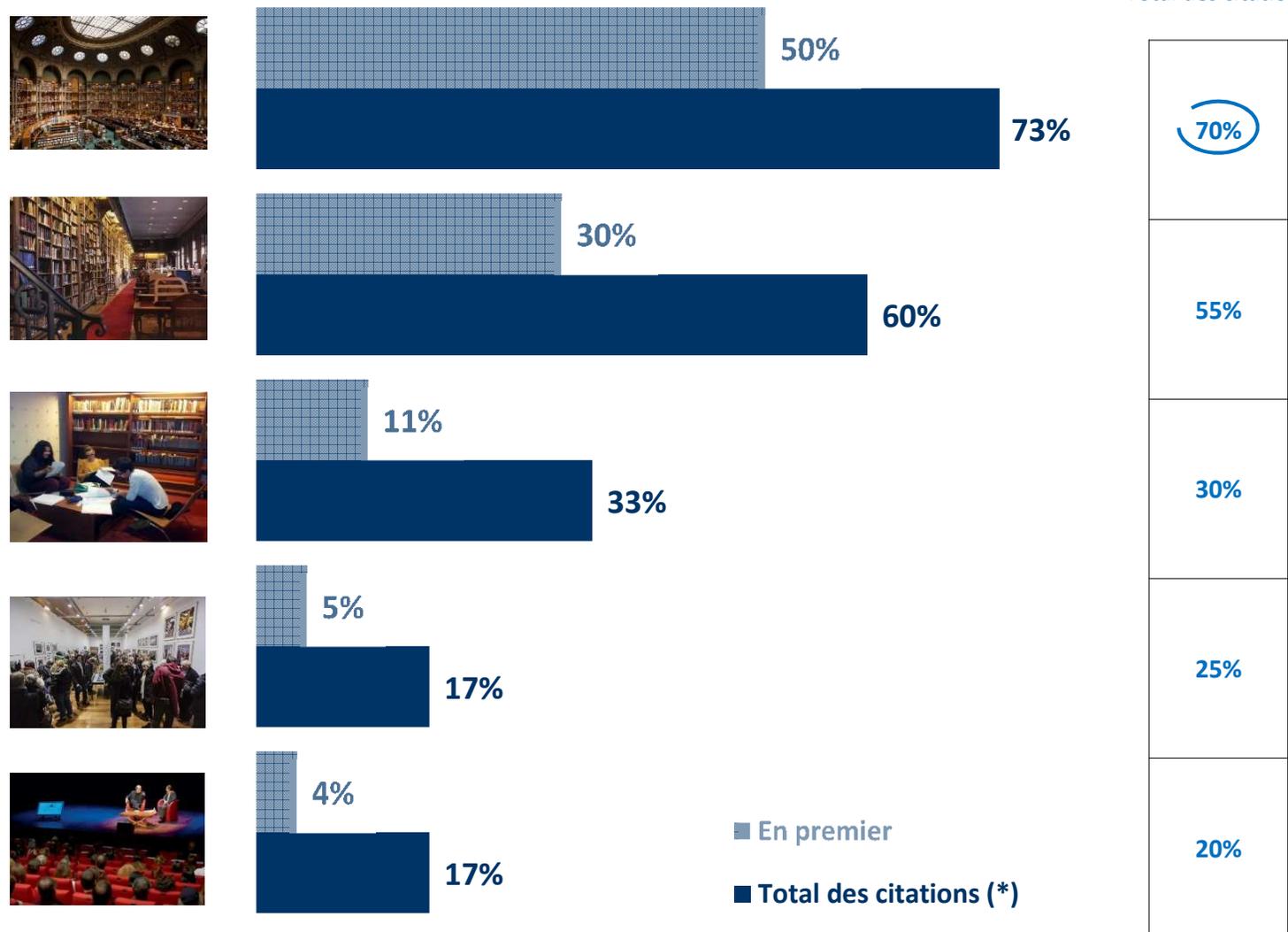


Les photographies montrant de vastes lieux et renvoyant une image prestigieuse représentent le mieux les activités et missions de la BnF

QUESTION : Parmi ces photographies, quelles sont celles qui représentent selon vous le mieux les activités et les missions de la BnF ?

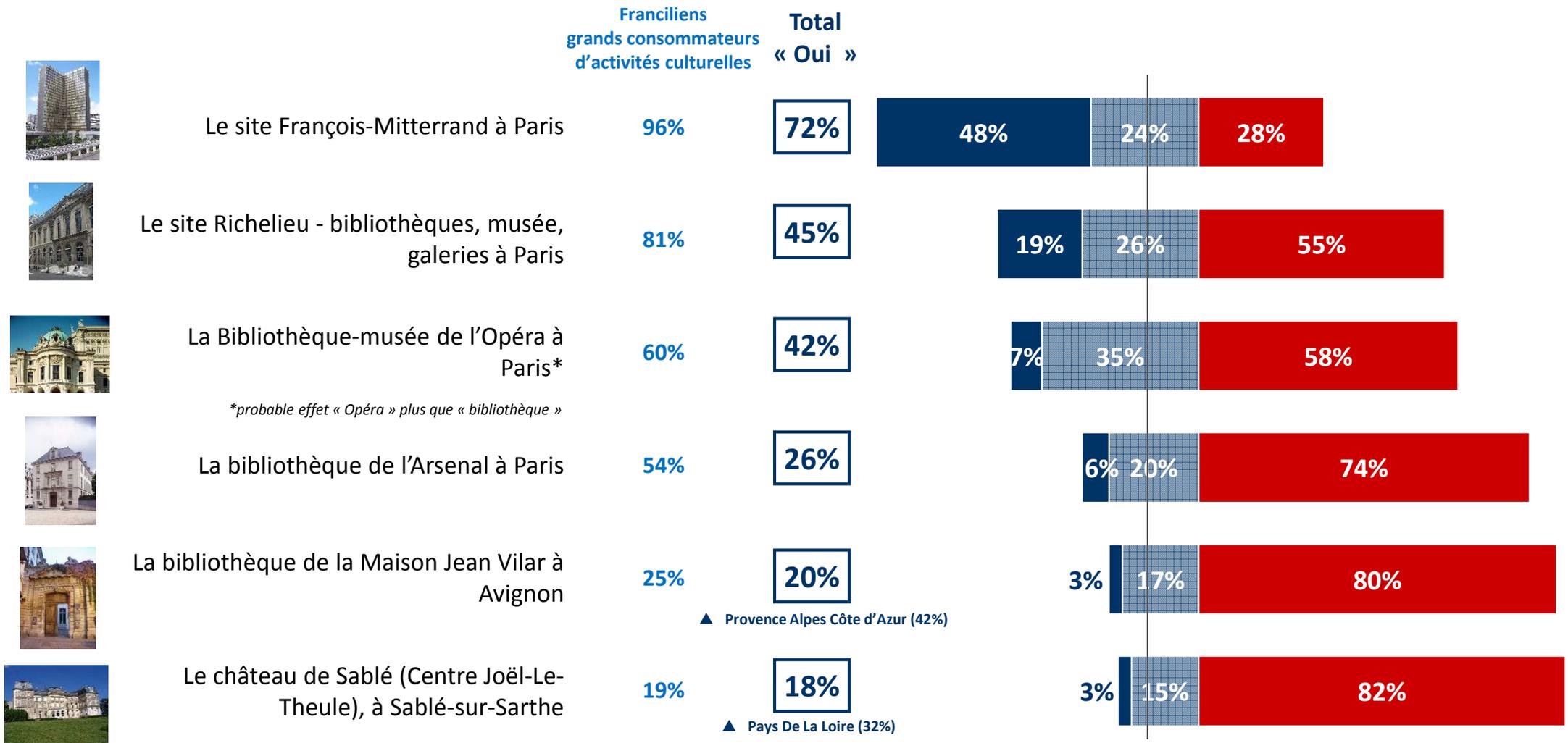
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles
« Total des citations »



QUESTION : Connaissez-vous les sites suivants ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

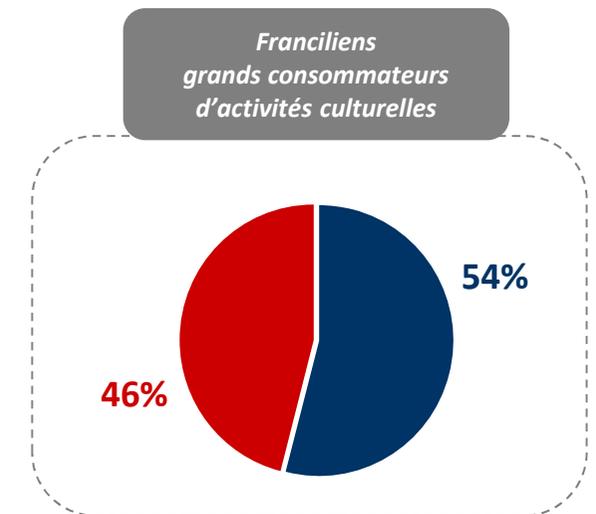
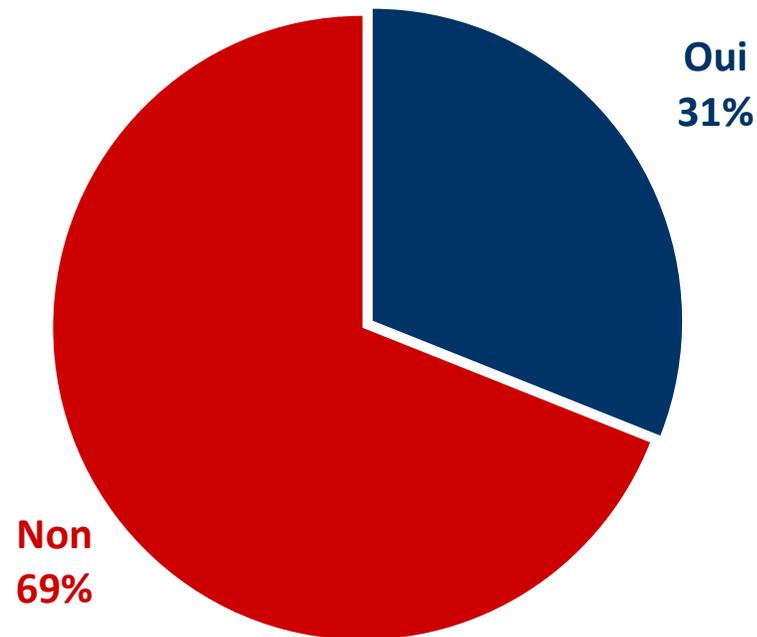


■ Oui, vous connaissez ce lieu et vous savez qu'il appartient à la BnF ■ Oui, vous connaissez ce lieu mais vous ne savez pas qu'il appartient à la BnF ■ Non

Remise à niveau : Depuis 2010, le site de Richelieu, berceau historique de la BnF, fait l'objet d'une rénovation intégrale afin d'en moderniser les services et d'en faciliter l'accès, aux lecteurs comme aux visiteurs.

QUESTION : Aviez-vous entendu parler de cette rénovation ?

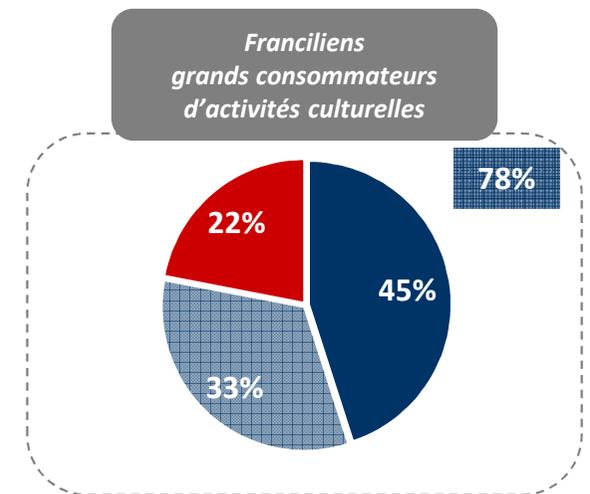
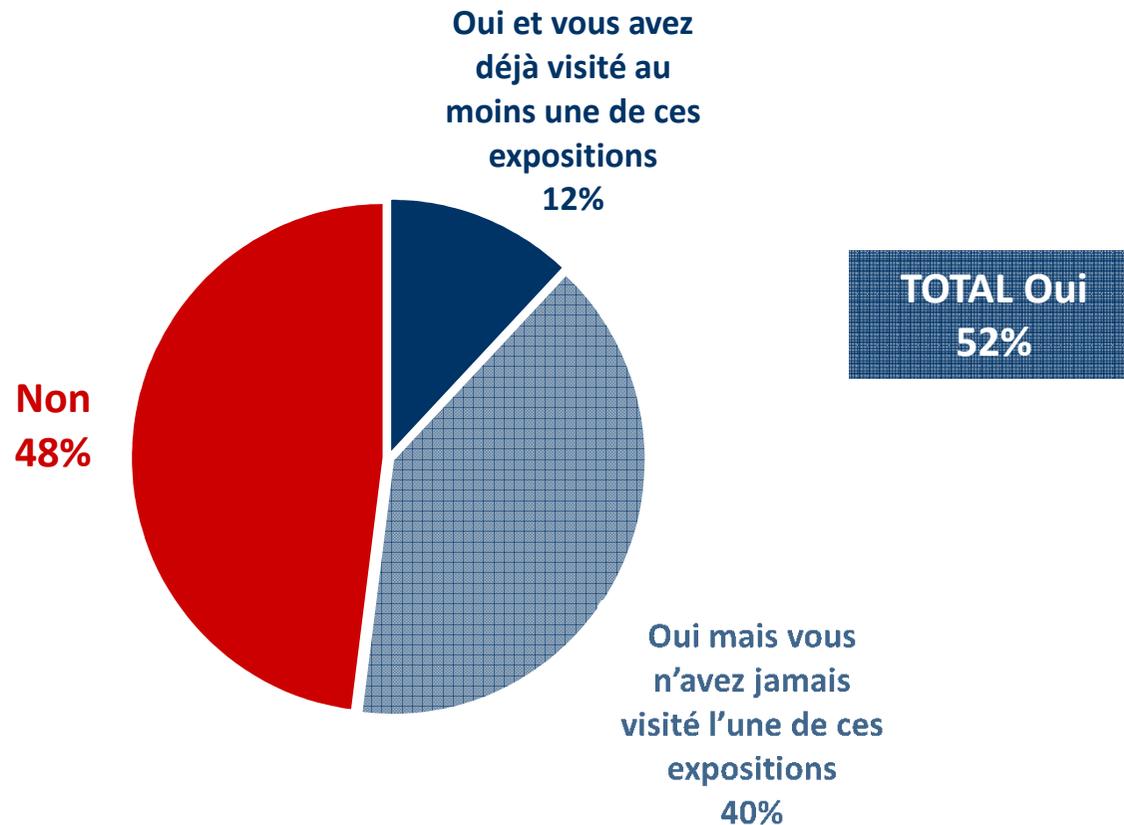
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF et qui connaissent le site Richelieu à Paris, soit **31%** de l'échantillon



Une courte majorité de connaisseurs savent que la BnF propose une programmation régulière d'expositions et seuls 12% en ont déjà visité une

QUESTION : Savez-vous que la BnF a une programmation régulière d'expositions ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

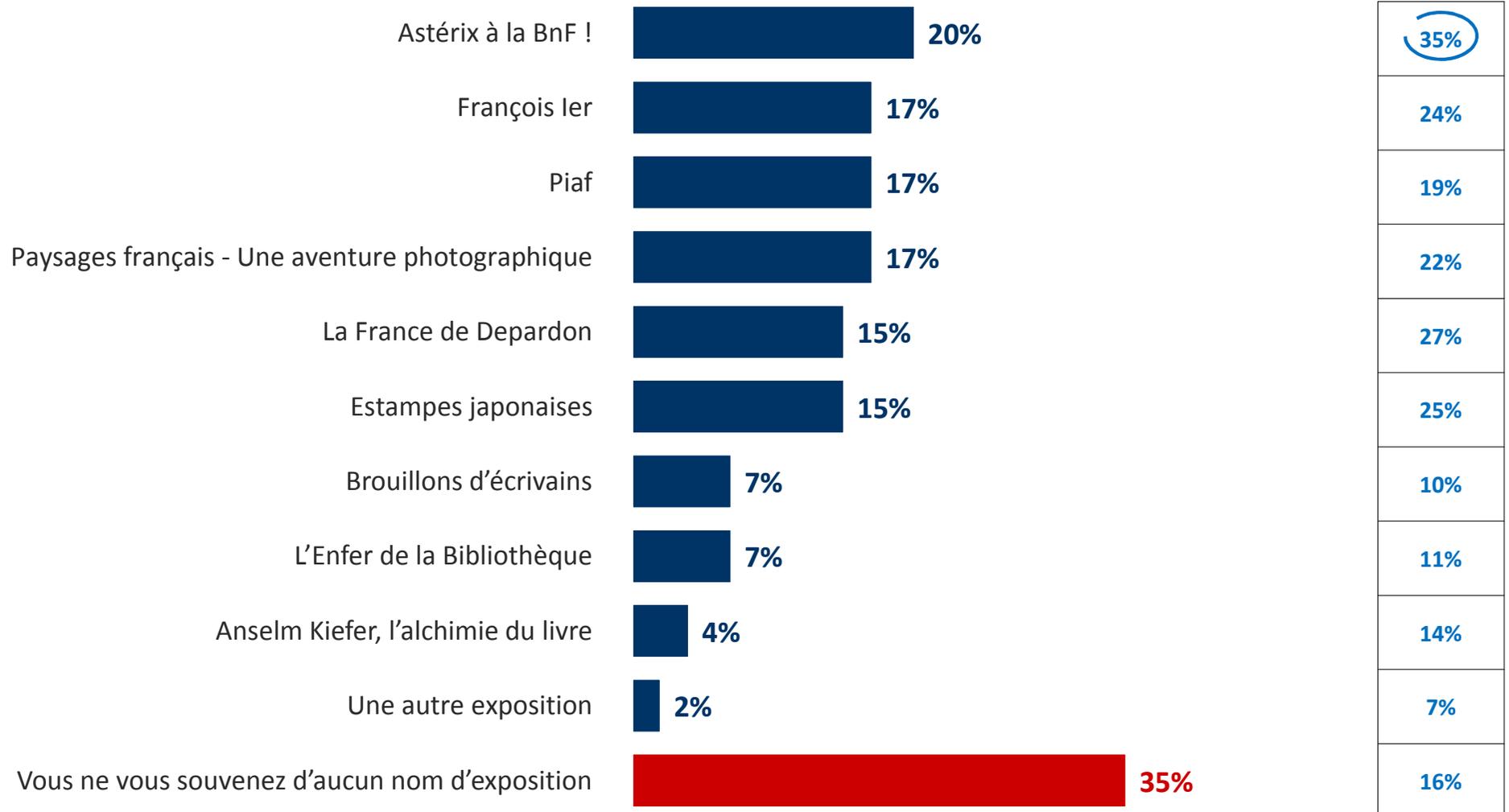


Parmi les 10 expositions proposées, toutes recueillent une notoriété inférieure à 20%

QUESTION : De quelle(s) expositions proposées par la BnF avez-vous entendu parler ? (*)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF et qui savent que la BnF a une programmation régulière d'expositions, soit 36% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles

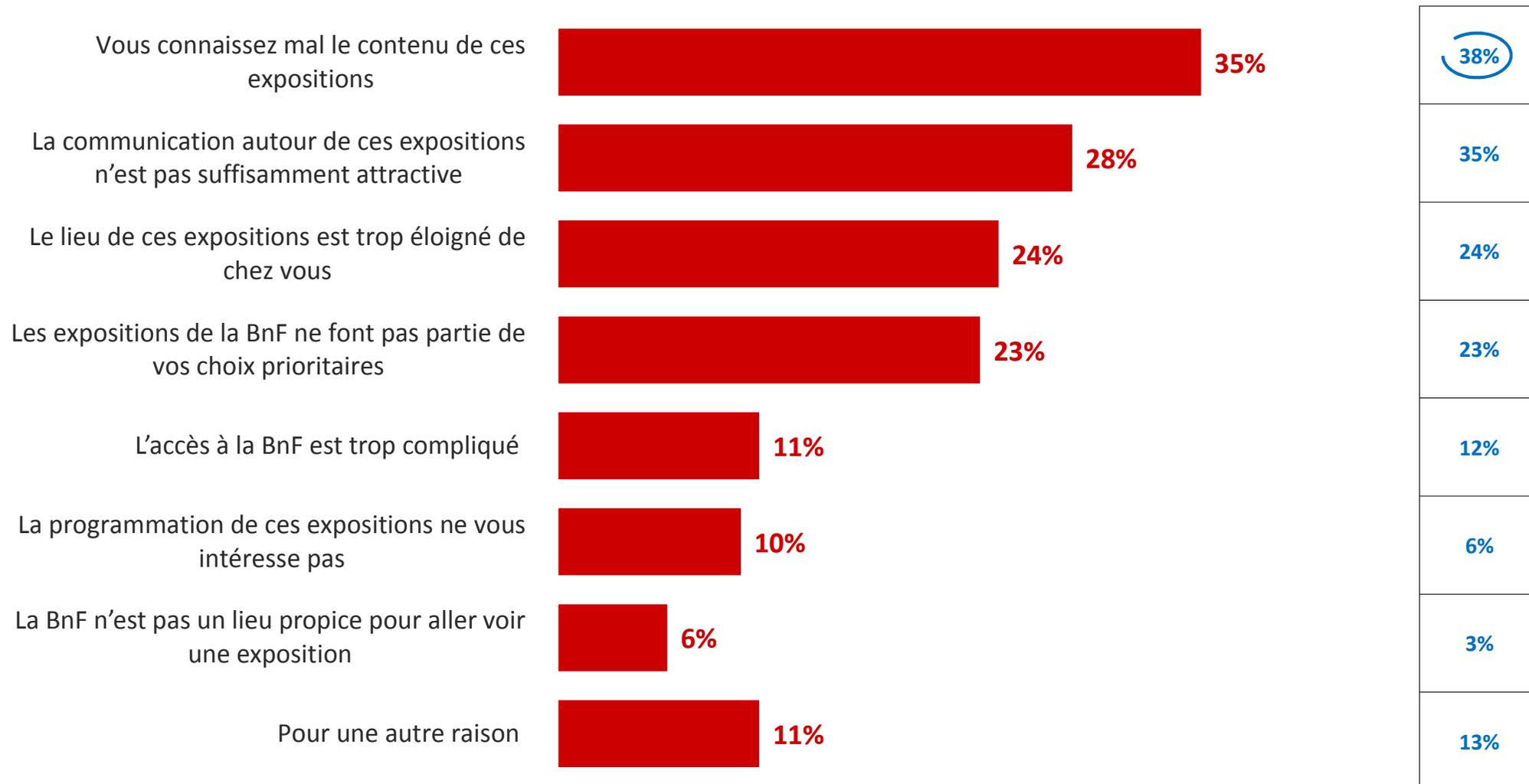


La communication insuffisante autour de ces expositions est la principale raison de non visite par les Franciliens

QUESTION : Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas visité l'une de ces expositions ? (*)

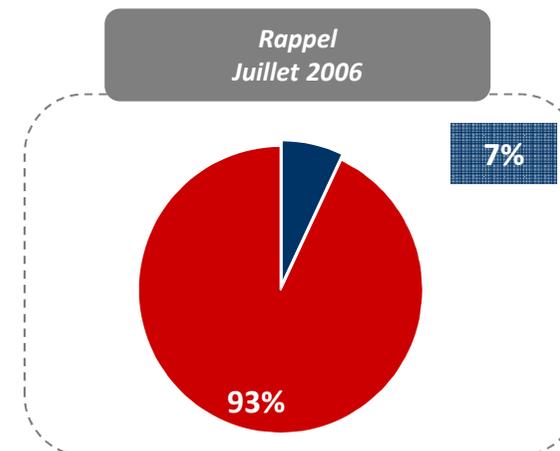
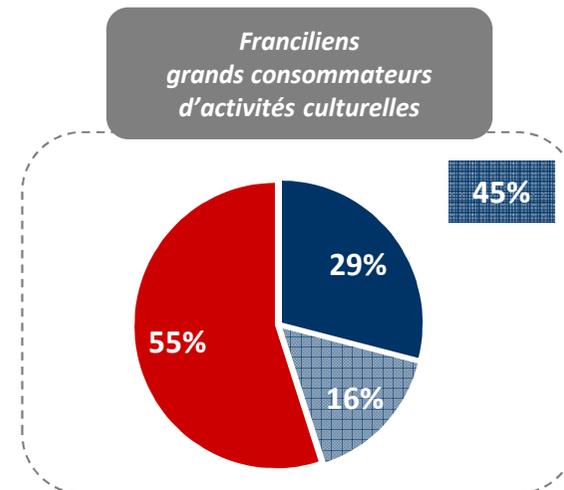
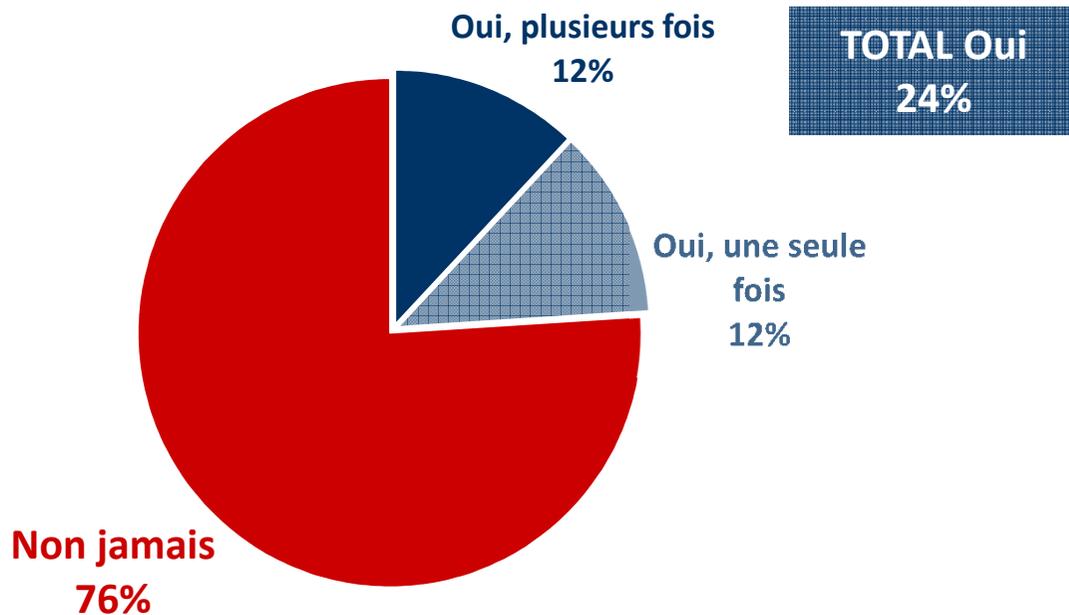
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF qui savent que la BnF a une programmation régulière d'expositions, qui n'en ont jamais visité et qui résident en Ile-de-France, soit 6% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



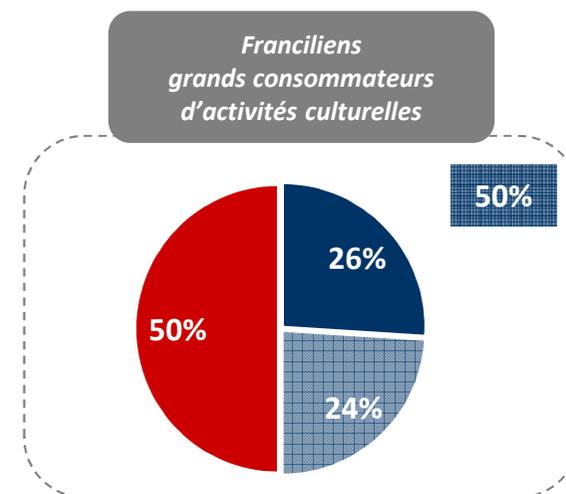
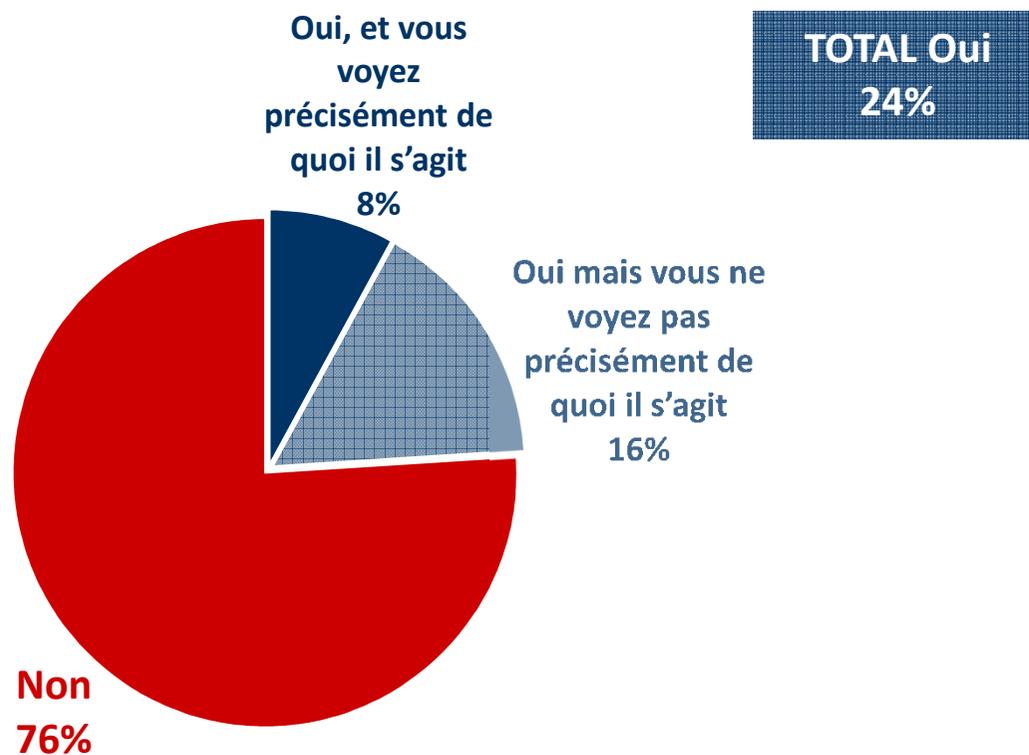
QUESTION : Avez-vous déjà consulté le site Internet de la BnF (bnf.fr) ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon



QUESTION : Avez-vous déjà entendu parler de Gallica, la bibliothèque numérique de la BnF ?

Base : Ensemble



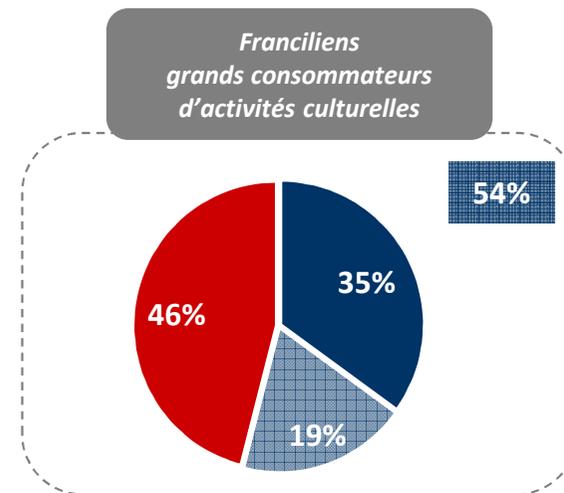
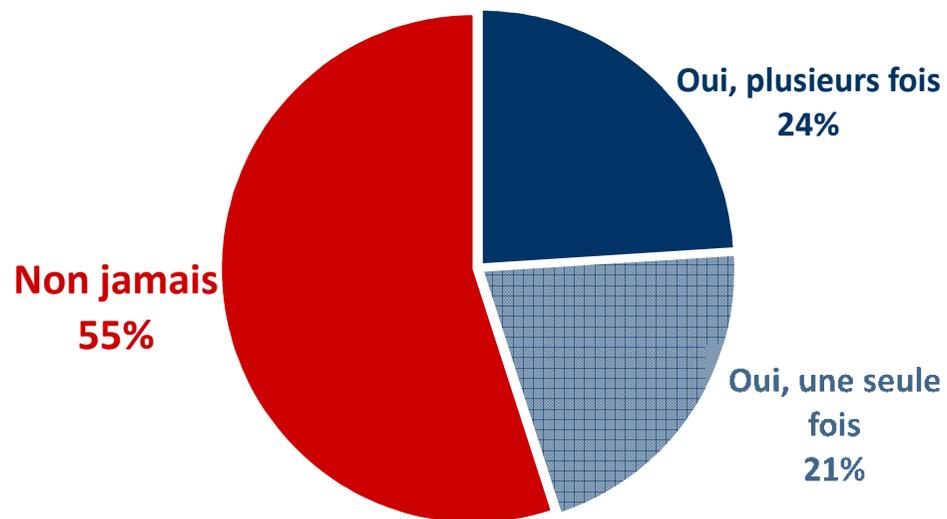
Près de la moitié des connaisseurs de Gallica l'ont déjà consulté

QUESTION : Avez-vous déjà consulté Gallica, la bibliothèque numérique de la BnF ?

Base : posée uniquement aux personnes ayant entendu parler de Gallica, soit 24% de l'échantillon

TOTAL Oui
45%

Rappel Juillet 2006 : 14%

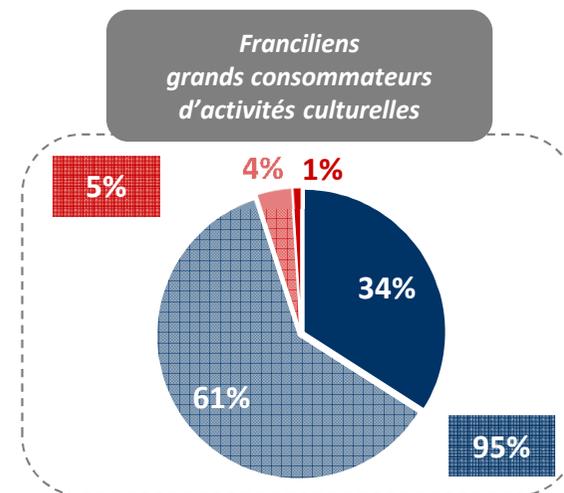
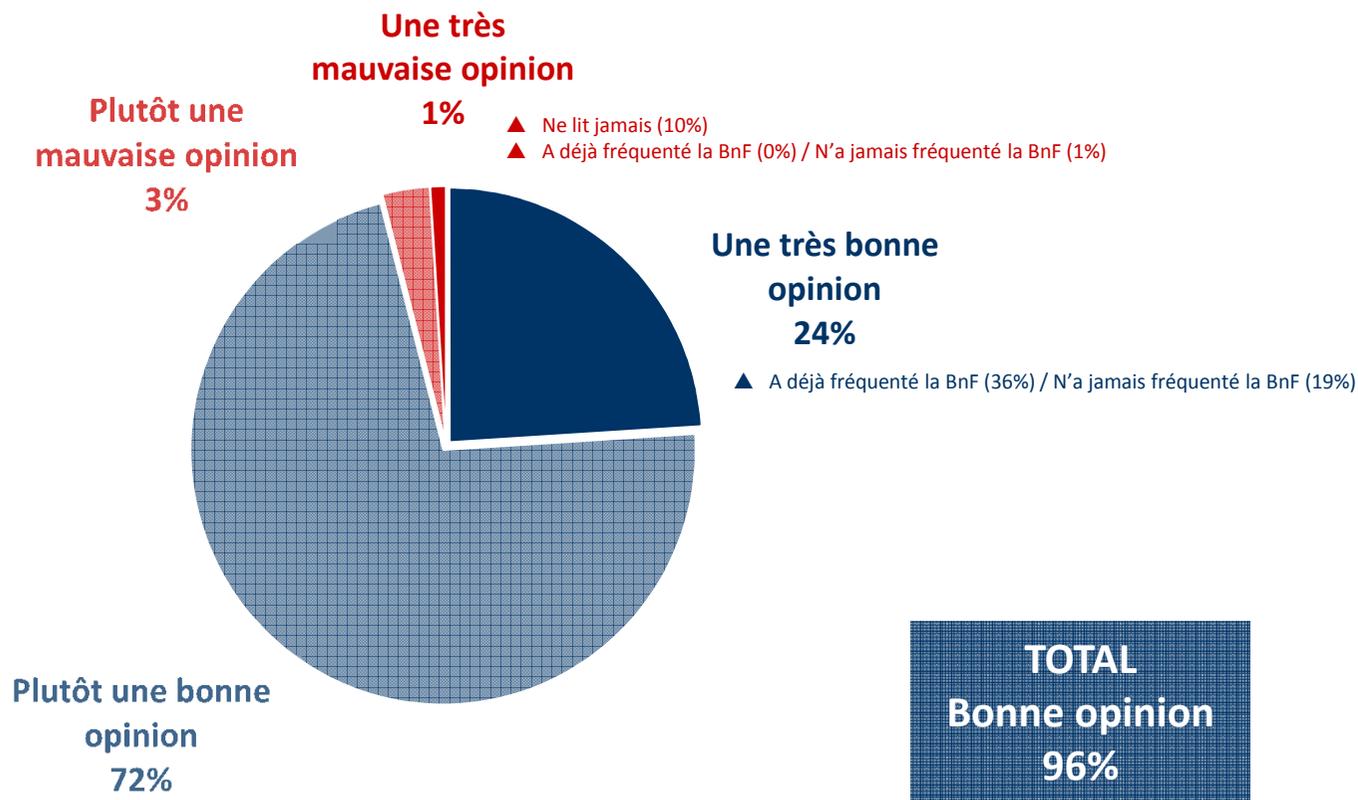


C | Les marqueurs de l'image de la BnF : les ressorts et les freins à l'attachement

QUESTION : En fonction de votre expérience ou de l'idée que vous vous en faites, quelle opinion avez-vous de la BnF ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

TOTAL
Mauvaise opinion
4%

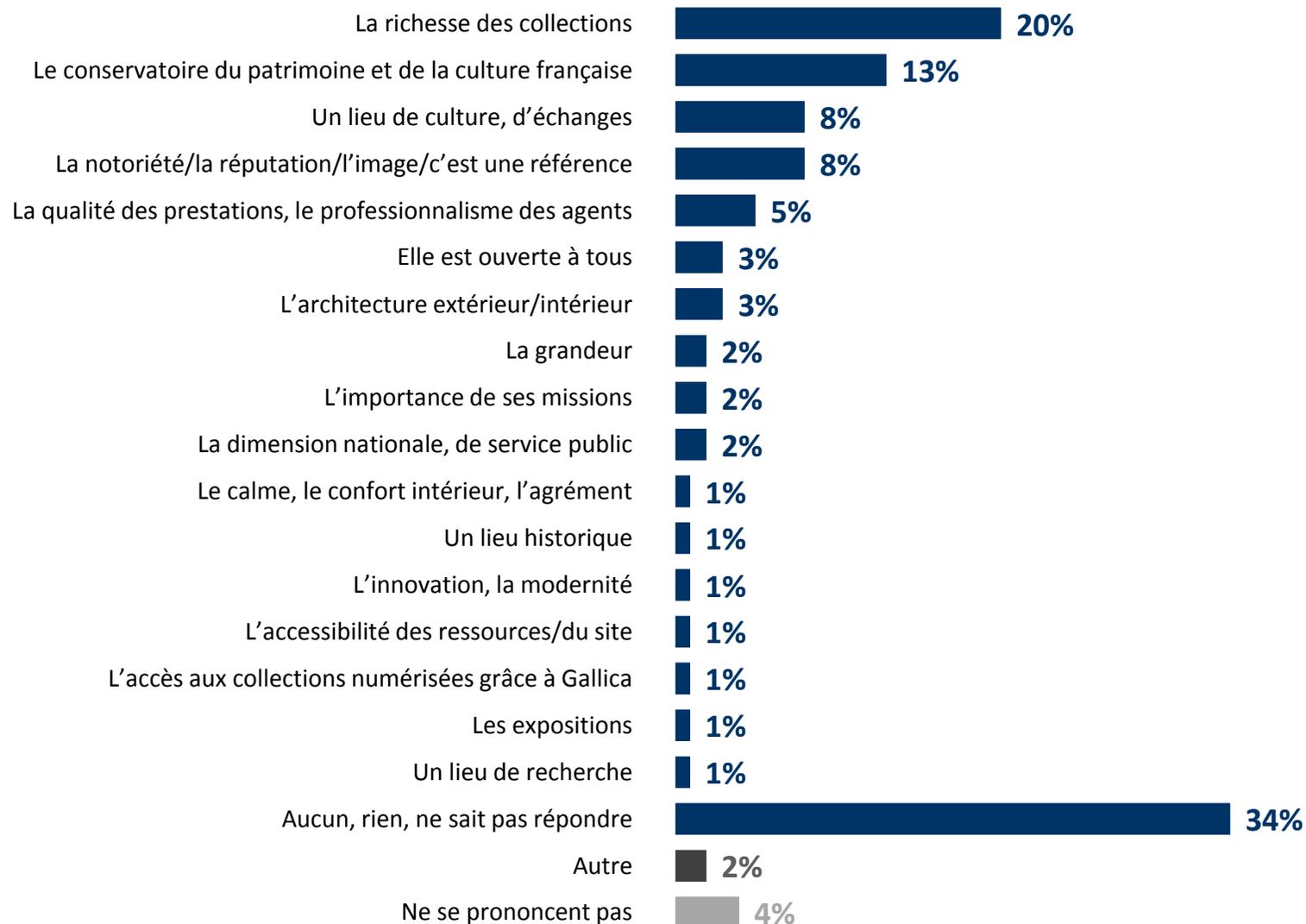


Spontanément, la bonne image de la BnF repose en premier sur la richesse des collections, qui ressortaient comme le premier élément présent à l'esprit

QUESTION : Pour quelles raison(s) avez-vous une bonne opinion de la BnF ? (*)
(Question ouverte, réponses spontanées)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF et en ayant une bonne opinion, soit 67% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles



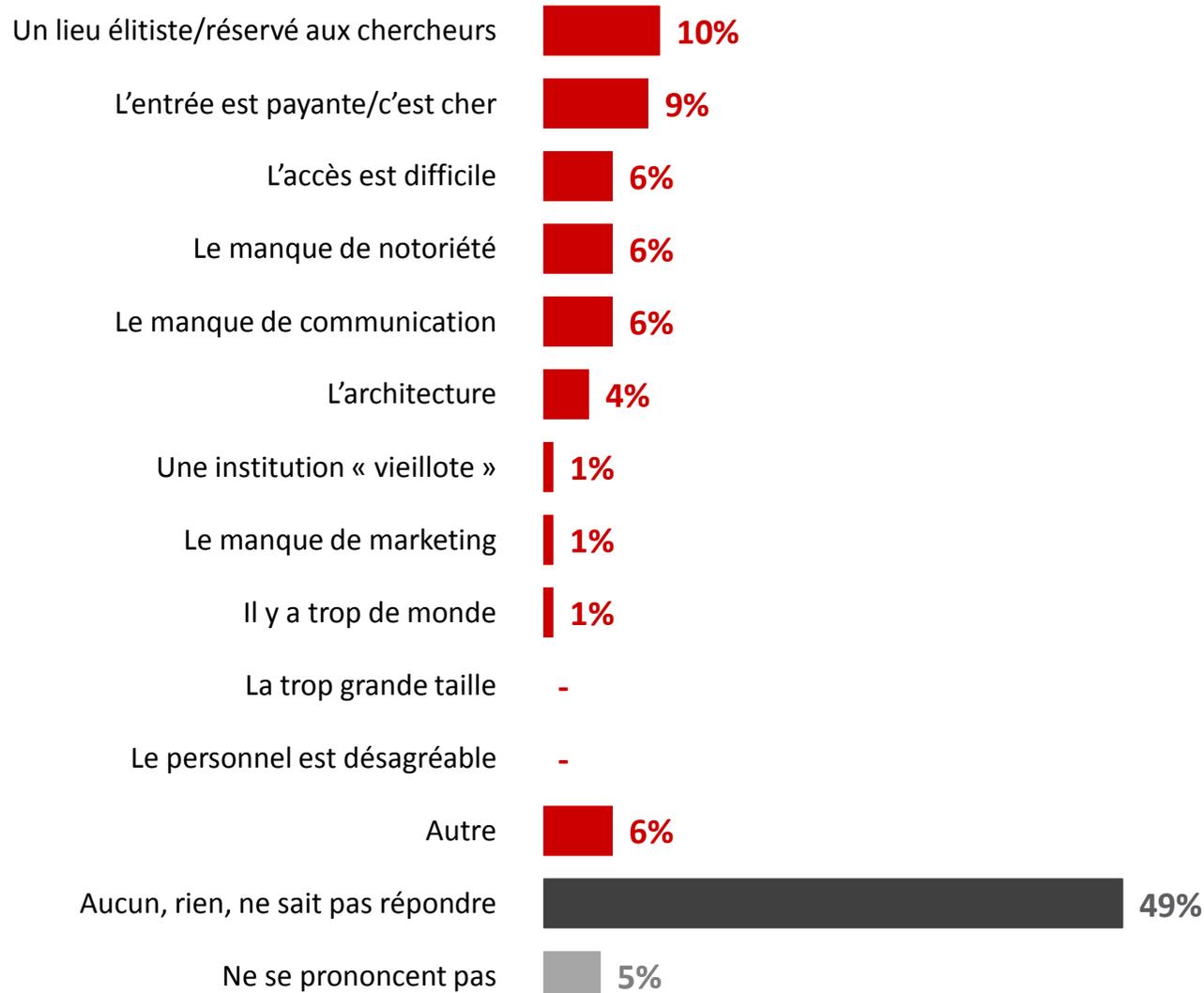
26%
16%
10%
6%
7%
4%
5%
3%
5%
1%
5%
2%
3%
3%
1%
4%
3%
17%
2%
5%

En parallèle, aucun élément n'émerge nettement auprès des très rares connaisseurs ayant une mauvaise opinion

QUESTION : Pour quelles raison(s) avez-vous une mauvaise opinion de la BnF ? (*)
(Question ouverte, réponses spontanées)

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF et en ayant une mauvaise opinion, soit 3% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles :
résultats non
présentés en raison de
la faiblesse des
effectifs.

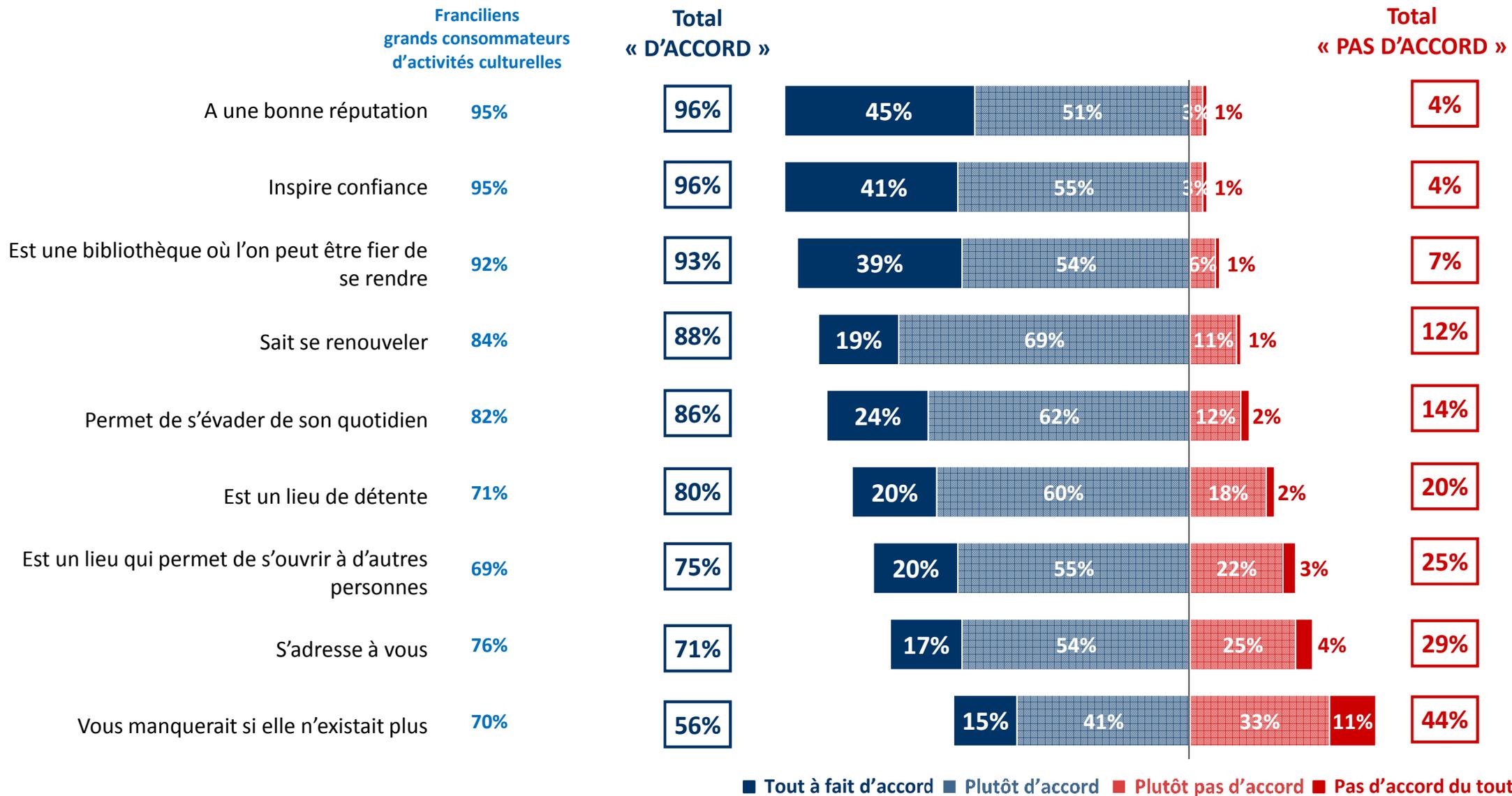


(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Les ressorts de l'attachement reposent plus sur du respect que sur des marqueurs plus concrets tels que la proximité ou le plaisir

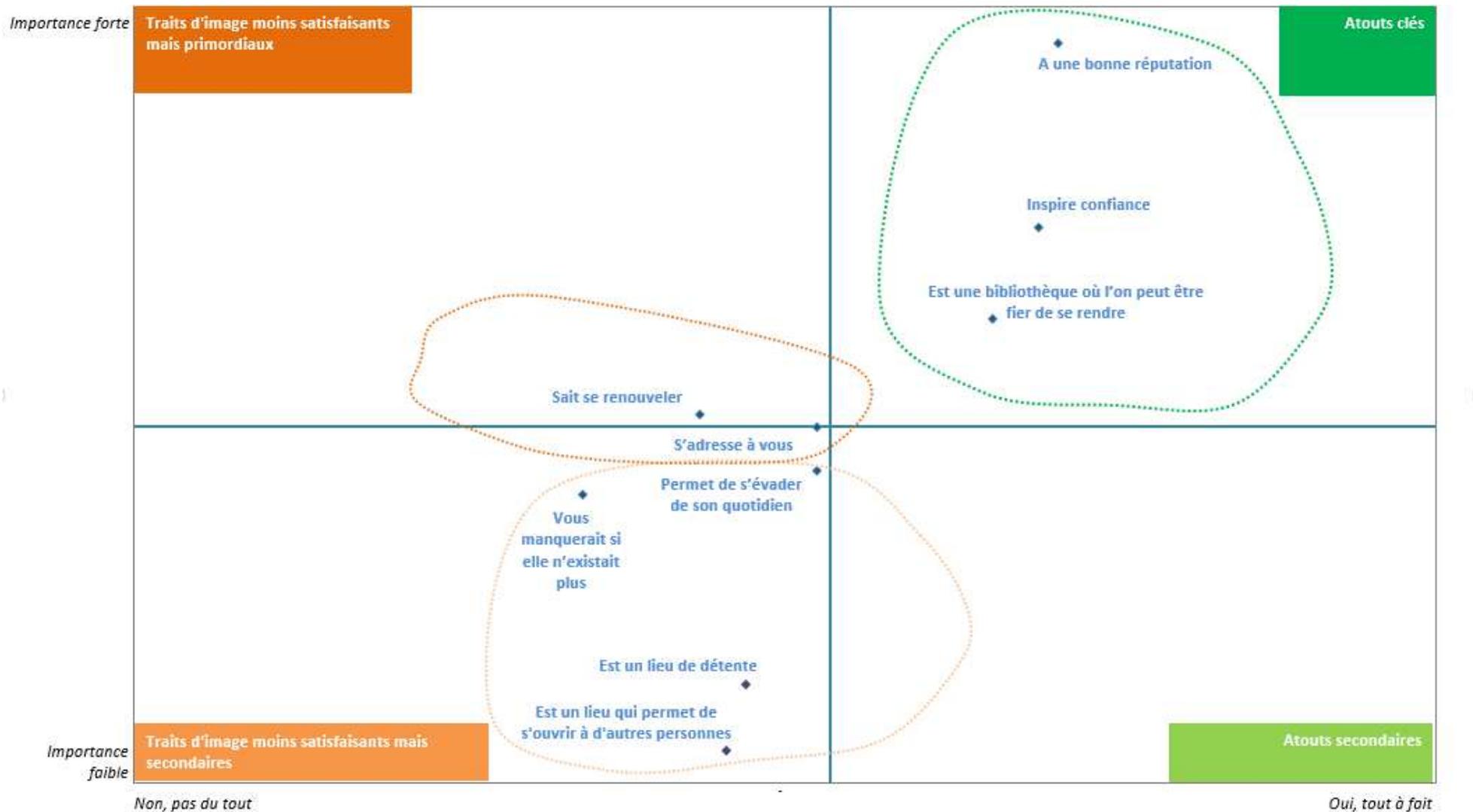
QUESTION : En fonction de votre expérience ou de l'idée que vous vous en faites, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant la BnF ? La BnF...

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon



QUESTION : En fonction de votre expérience ou de l'idée que vous vous en faites, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant la BnF ? La BnF...

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

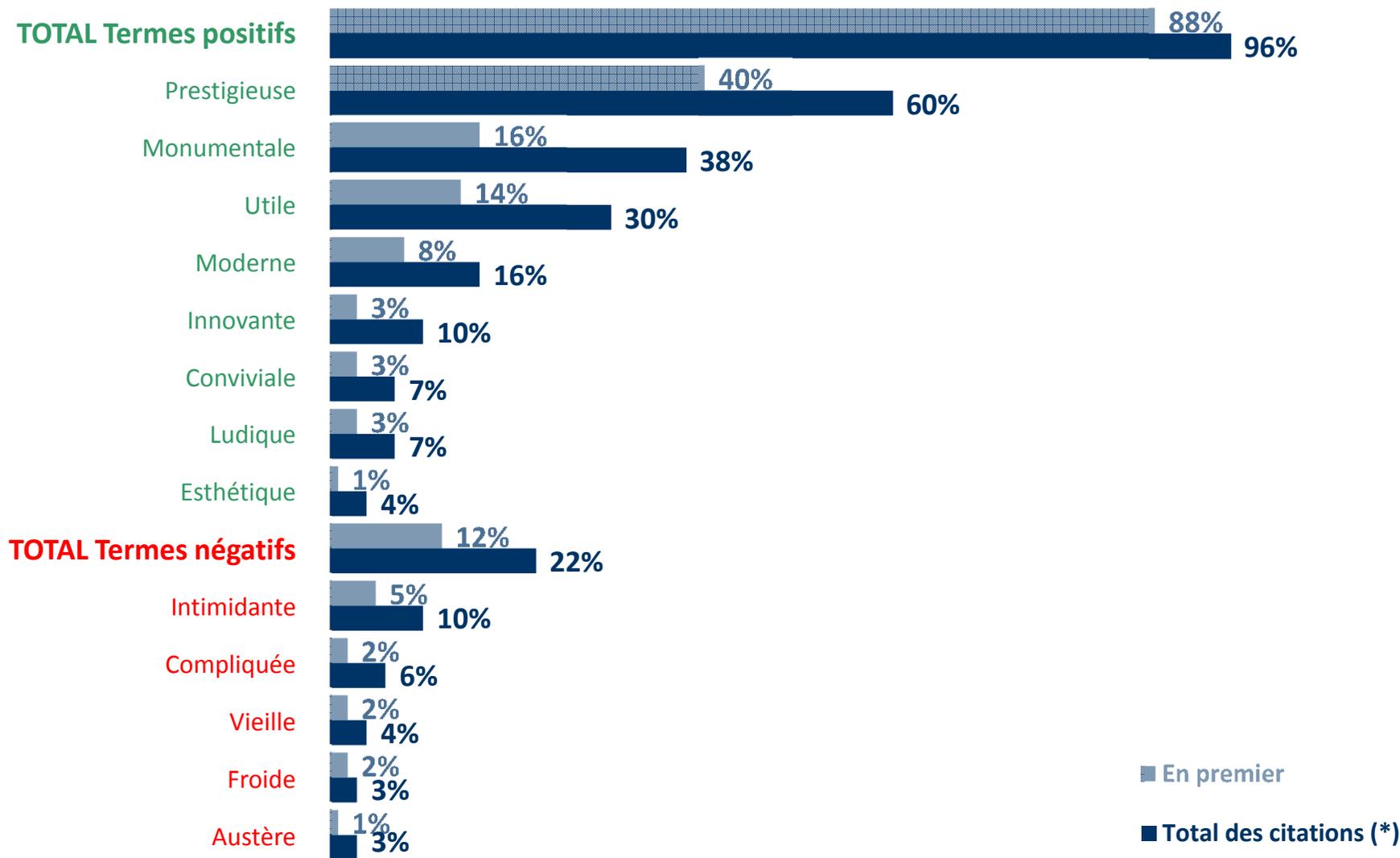


Les termes positifs les mieux classés sont les plus « statutaires », ceux qui laissent entrevoir une certaine déférence vis-à-vis de l'établissement

QUESTION : Parmi les termes suivants, lequel correspond le mieux à l'idée que vous vous faites de la BnF ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles
« Total des citations »

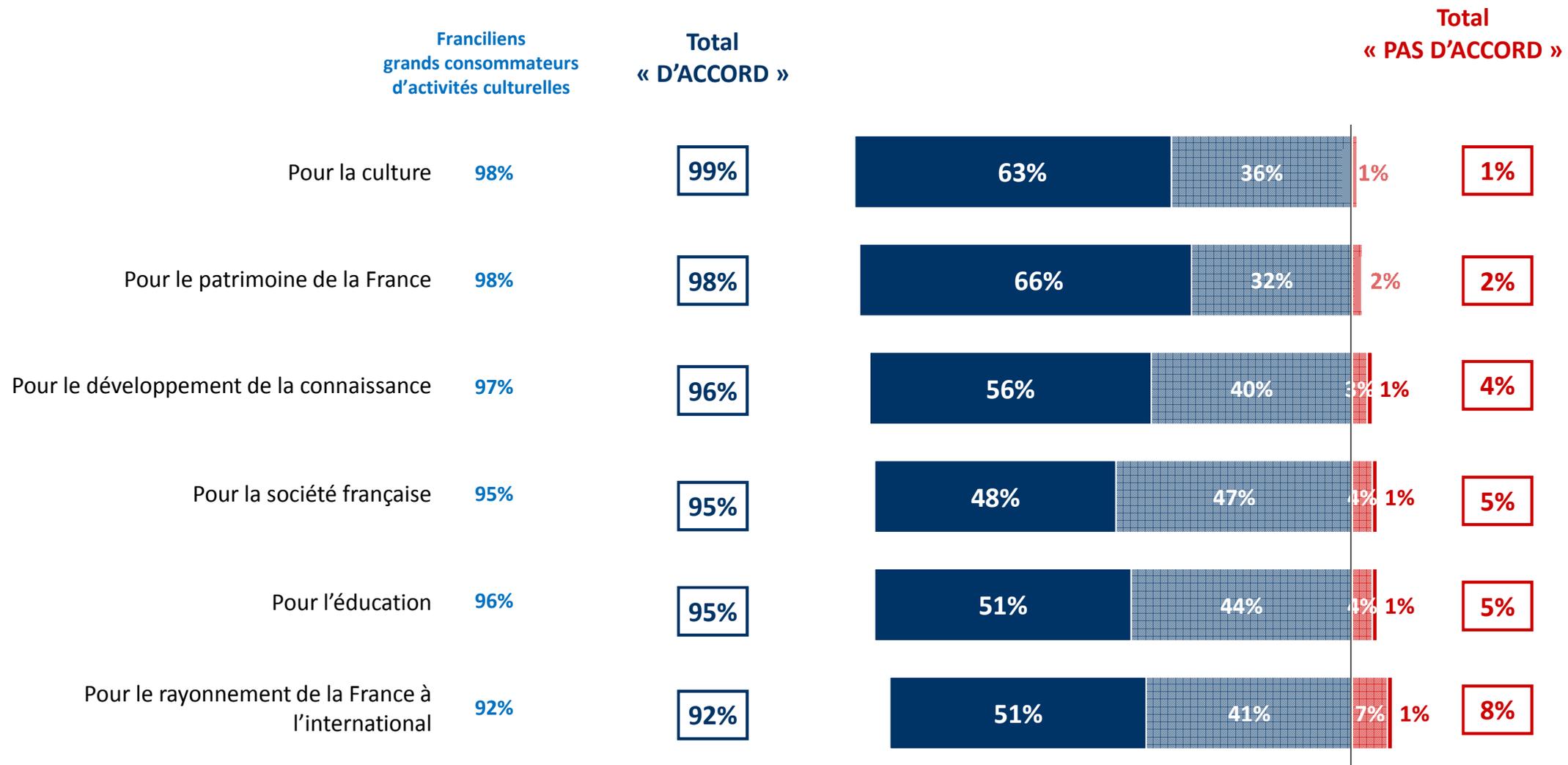


94%
54%
37%
33%
18%
11%
4%
3%
9%
26%
10%
8%
3%
6%
5%

L'utilité de la BnF est fortement reconnue pour de nobles causes assimilables à de « l'utilité publique »

QUESTION : Et êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant l'utilité de la BnF ?
La BnF est utile...

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon



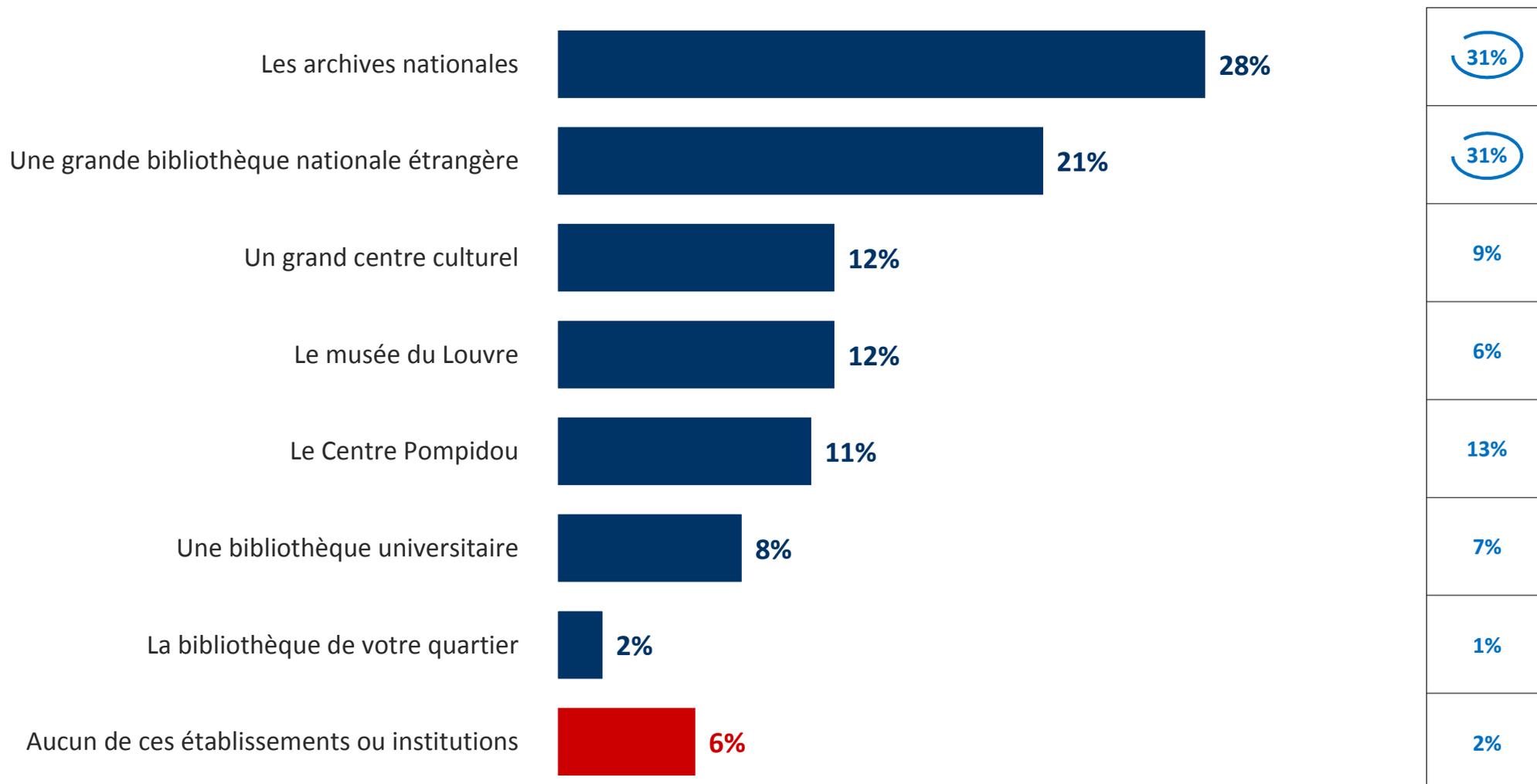
■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout

Les archives nationales et une grande bibliothèque étrangère sont les types d'établissements les plus comparables à la BnF

QUESTION : Parmi les établissements ou institutions suivantes, lequel est le plus facilement comparable à l'idée que vous vous faites de la BnF ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles

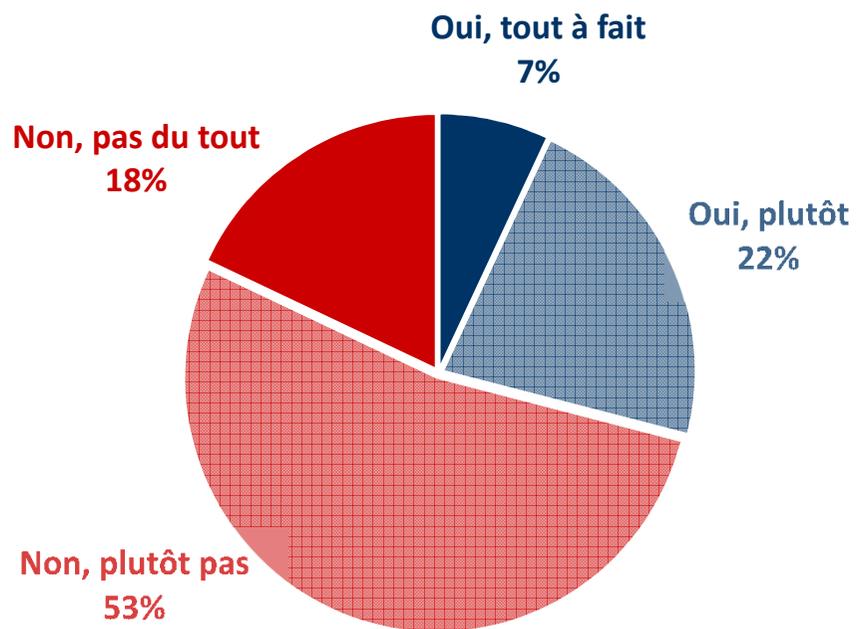


La reconnaissance du caractère unique de la BnF en tant que bibliothèque est très élevée

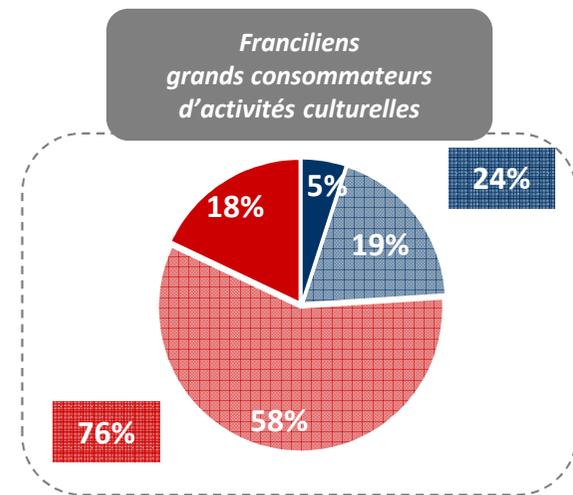
QUESTION : Selon vous, la BnF est-elle une bibliothèque comme une autre ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

TOTAL Oui
29%



TOTAL Non
71%

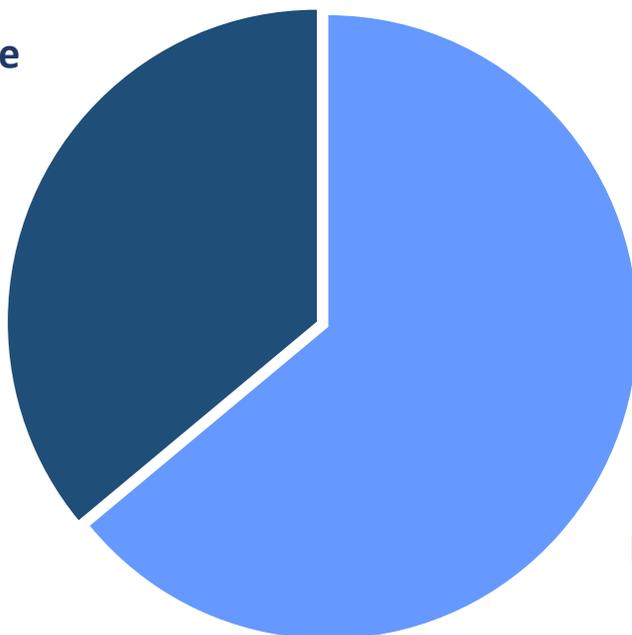


QUESTION : Selon vous, la BnF est-elle un lieu qui s'adresse plutôt à tous ou plutôt à une élite ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

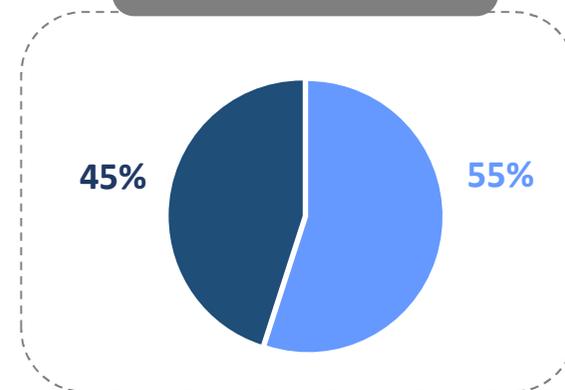
La BnF est un lieu qui s'adresse plutôt à une élite
36%

- ▲ 3 enfants et plus au foyer (44%)
- ▲ Titulaire d'un doctorat (52%)
- ▲ Fréquente plus de 10 musées ou expositions dans l'année (43%)
- ▲ A une mauvaise opinion à l'égard de la BnF (66%)



La BnF est un lieu qui s'adresse plutôt à tous
64%

*Franciliens
grands consommateurs
d'activités culturelles*

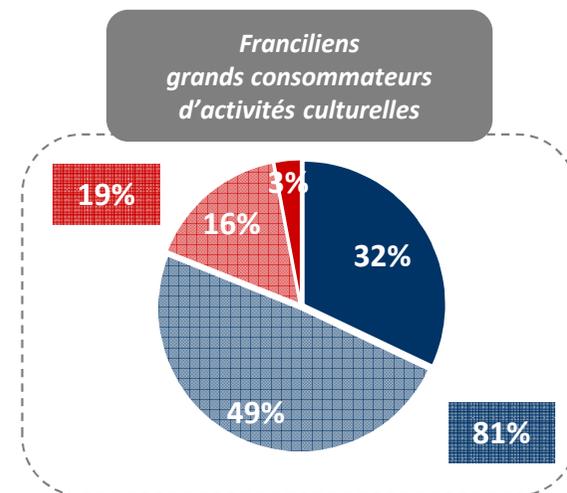
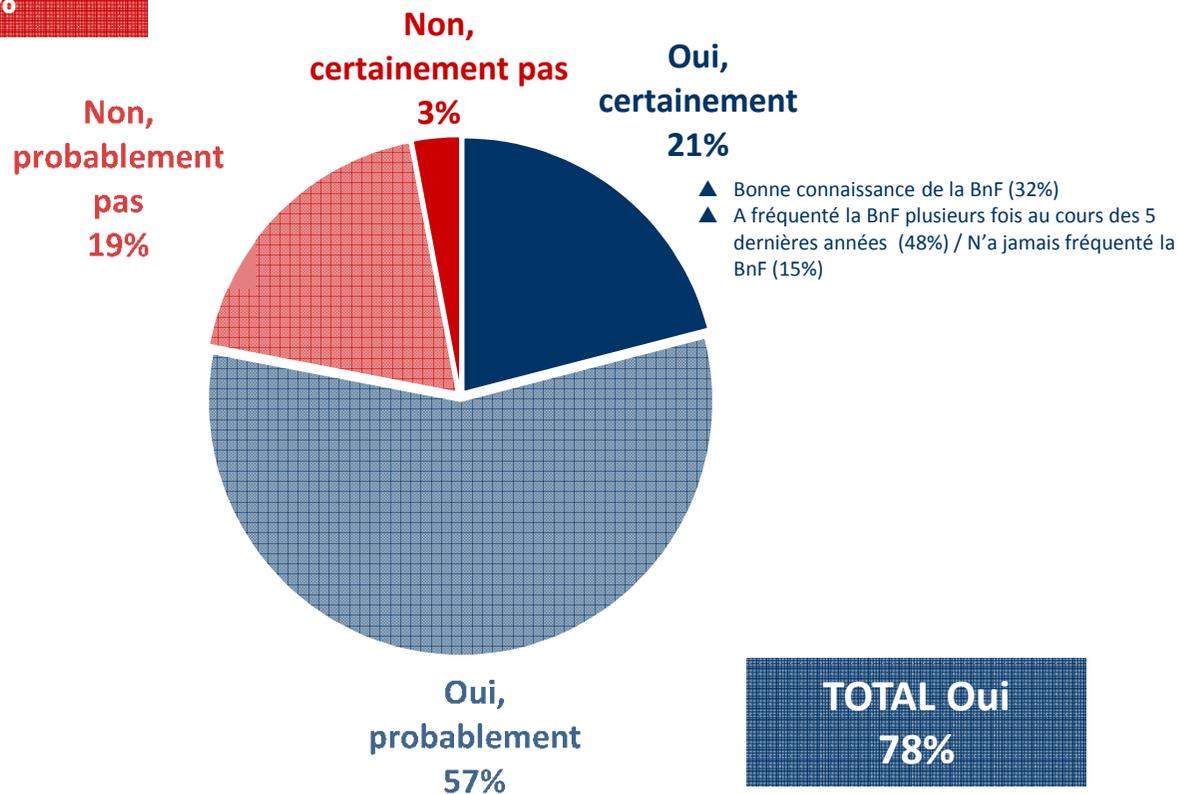


Plus des 3/4 des connaisseurs de la BnF déclarent qu'elle pourrait faire partie de leurs choix lors d'une visite de lieux culturels à Paris

QUESTION : Dans le cas où vous décideriez de visiter des lieux culturels à Paris, la BnF pourrait-elle faire partie de vos choix ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon

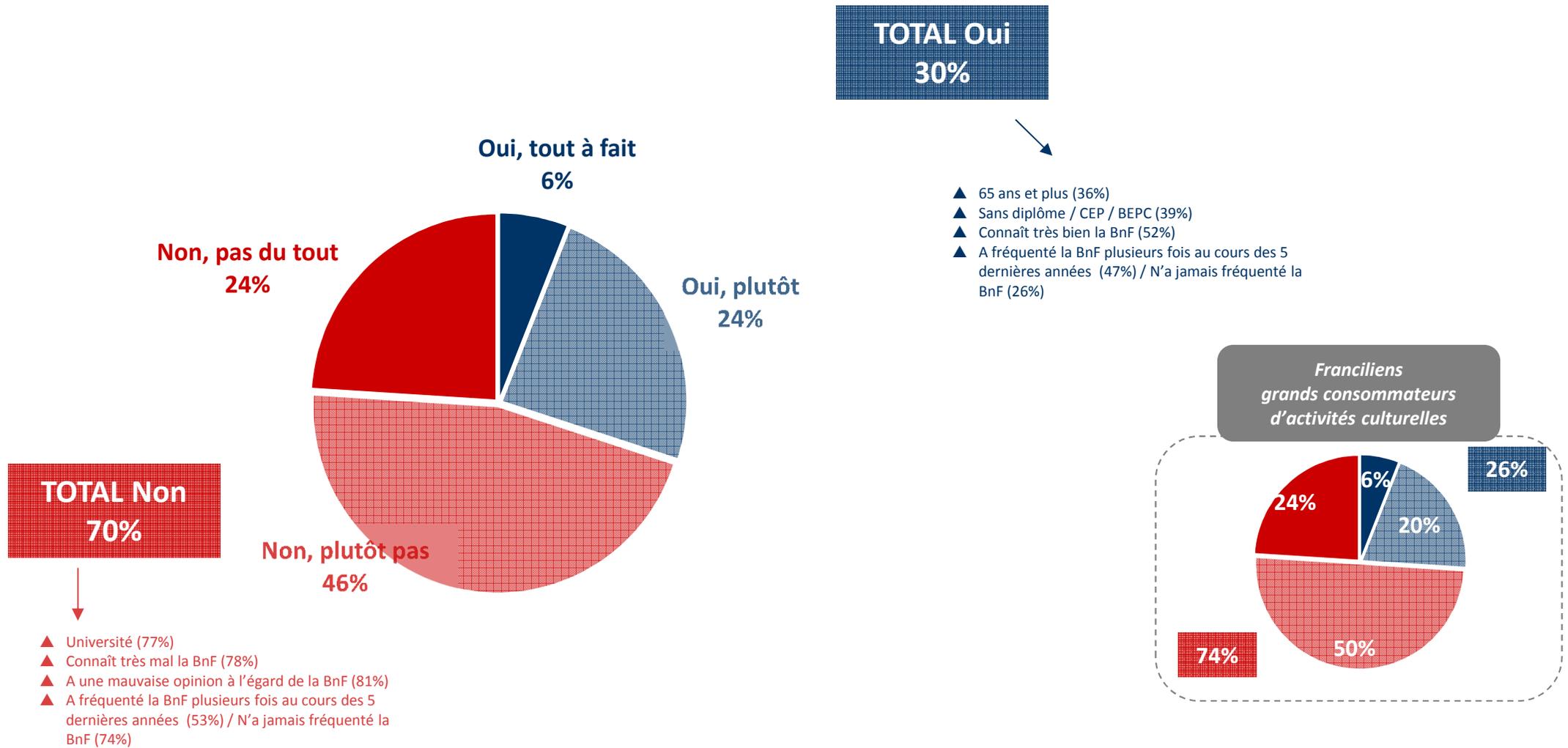
TOTAL Non
22%



La caractère payant de la BnF pour entrer dans une salle de lecture est nettement perçu comme un inconvénient

QUESTION : Considérez-vous qu'il soit normal de payer pour entrer dans une salle de lecture de la BnF ?

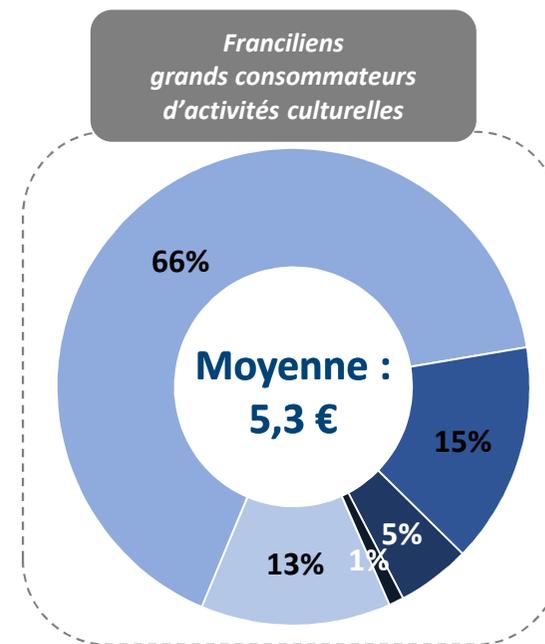
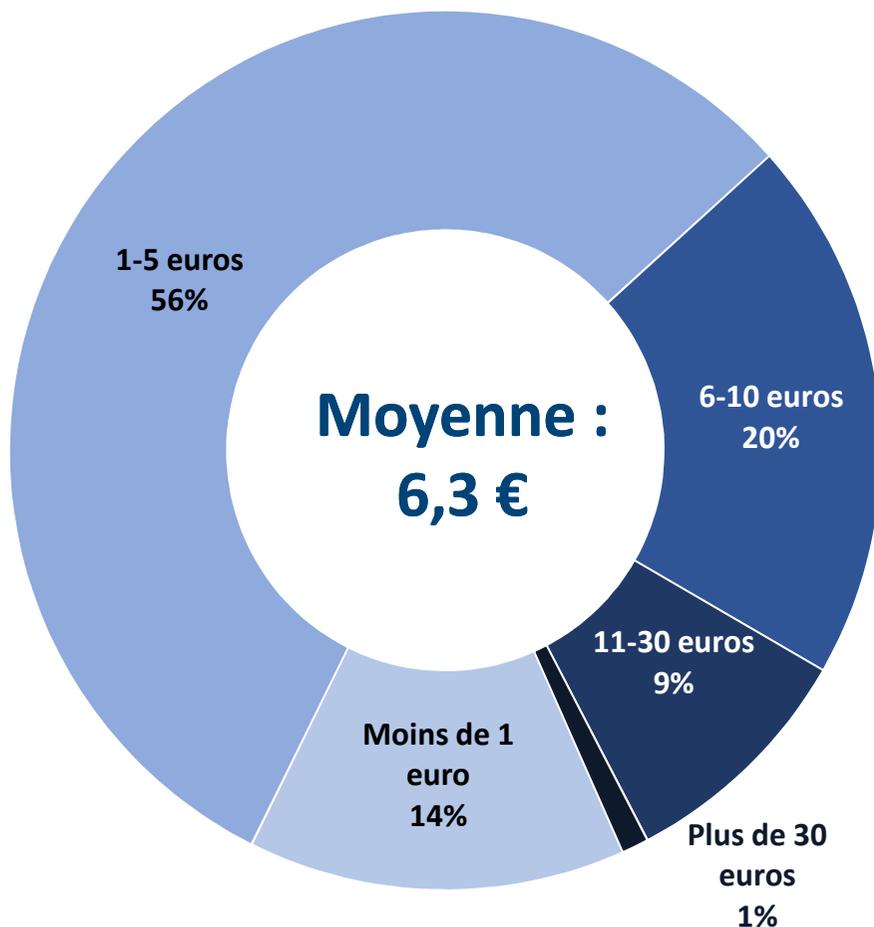
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, soit 70% de l'échantillon



Le prix maximal moyen pour entrer dans une salle de lecture selon les personnes pour qui il est normal de payer est de 6,3 euros

QUESTION : Quel prix maximal seriez-vous prêt à payer pour entrer dans une salle de lecture de la BnF ?

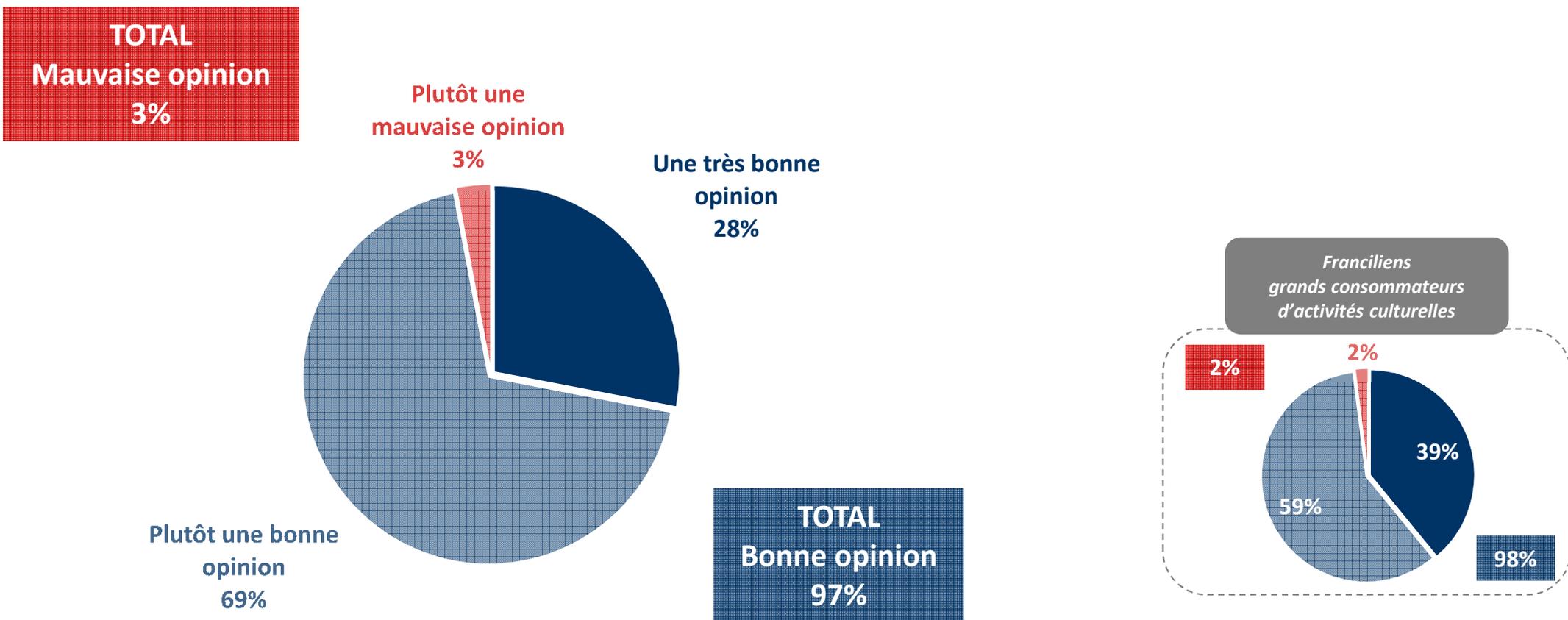
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF et qui considèrent qu'il est normal de payer (« oui, tout à fait », « oui, plutôt », « non, plutôt pas ») pour entrer dans une salle de lecture de la BnF, soit 53% de l'échantillon



Remise à niveau : Gallica est la bibliothèque numérique de la BnF. C'est l'une des plus importantes bibliothèques numériques accessibles gratuitement sur Internet. Elle offre l'accès à tous types de documents : imprimés (livres, presse et revues), manuscrits, documents sonores, documents iconographiques, cartes et plans.

QUESTION : En fonction de votre expérience ou de l'idée que vous vous en faites, quelle opinion avez-vous de la Gallica, la bibliothèque numérique de la BnF?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant Gallica, soit 24% de l'échantillon

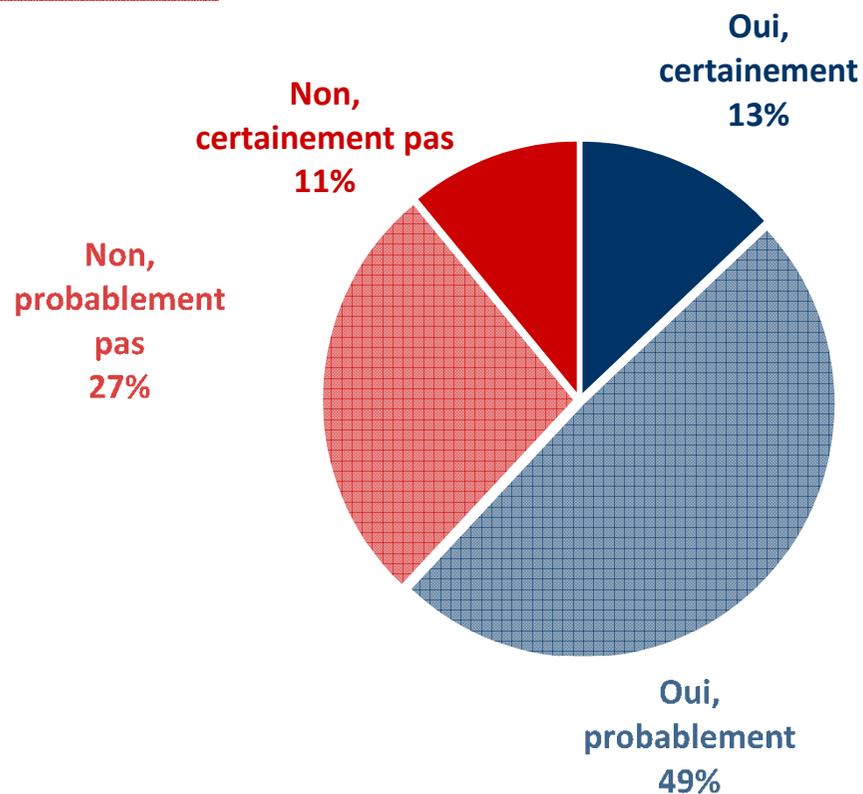


Si 62% des non connaisseurs ou non visiteurs de Gallica pourraient l'utiliser, seuls 13% l'envisagent « certainement »

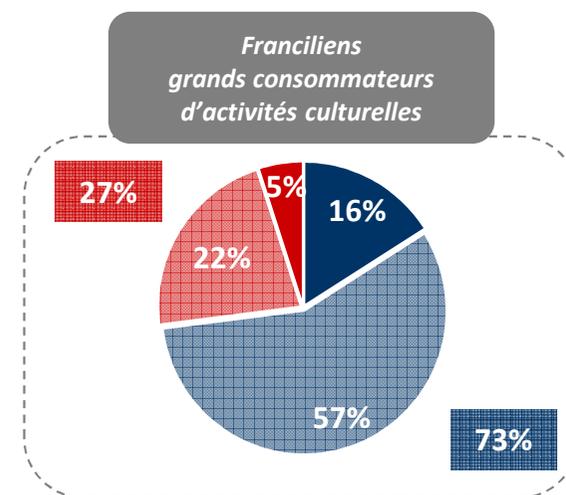
QUESTION : Pourriez-vous utiliser Gallica dans les 12 prochains mois ?

Base : posée uniquement aux personnes qui ne connaissent pas ou n'utilisent pas Gallica, soit 89% de l'échantillon

**TOTAL Non
38%**



**TOTAL Oui
62%**

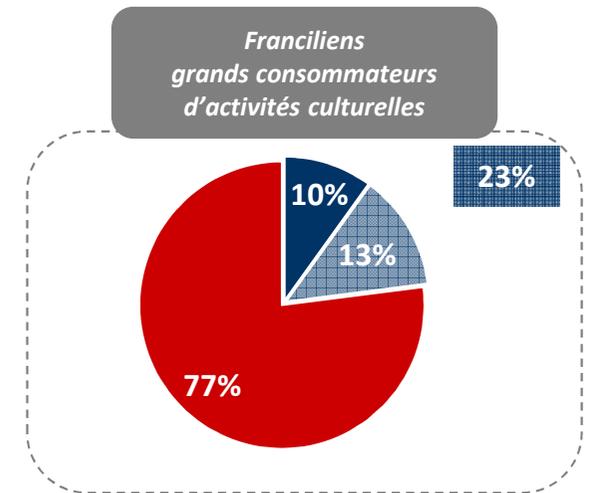
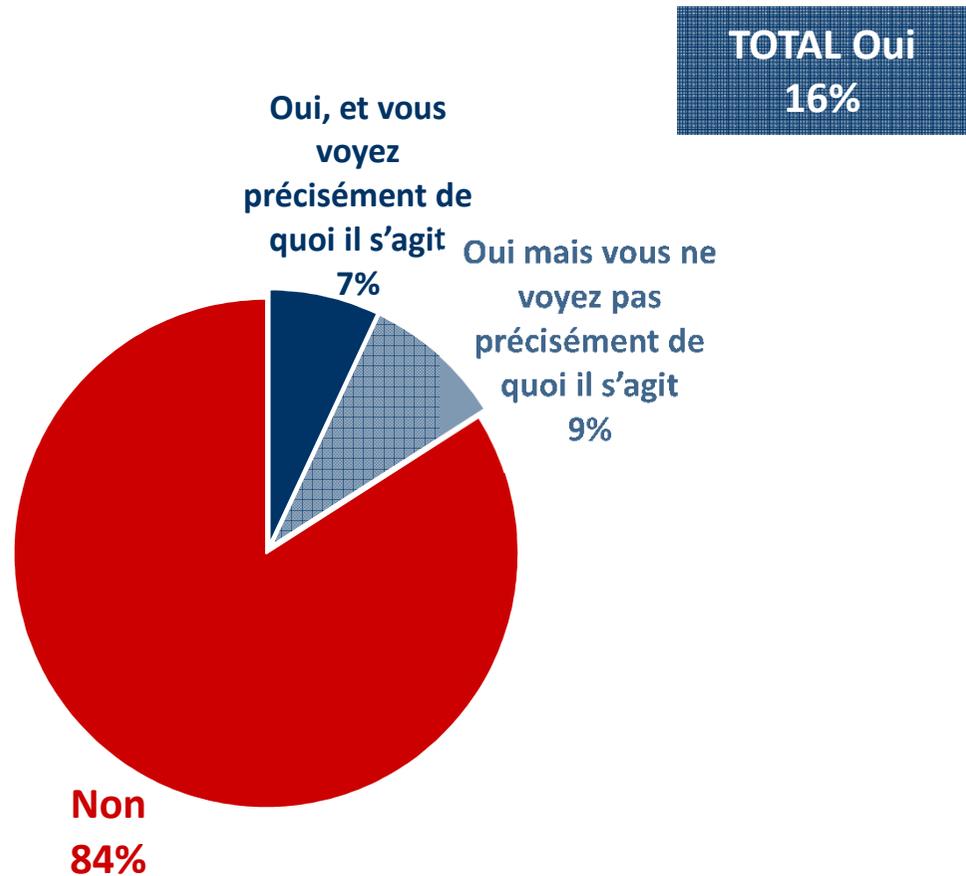


D I La notoriété du Pass BnF lecture/culture à 15 euros par an

16% des connaisseurs résidant en Ile-de-France connaissent l'existence du Pass lecture / culture à 15 euros dont 7% qui savent précisément de quoi il s'agit

QUESTION : Avez-vous entendu parler du Pass BnF lecture/culture à 15 € par an ?

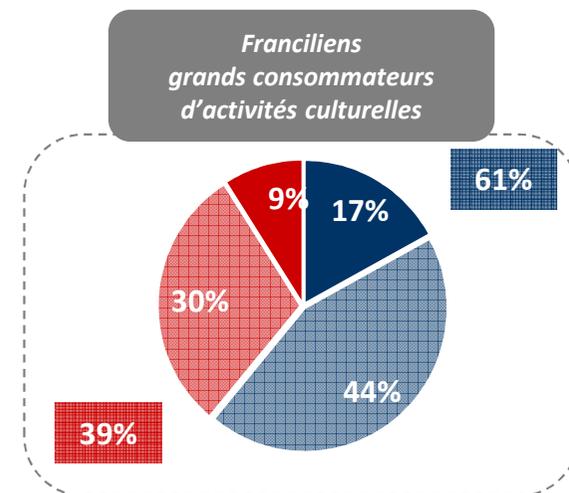
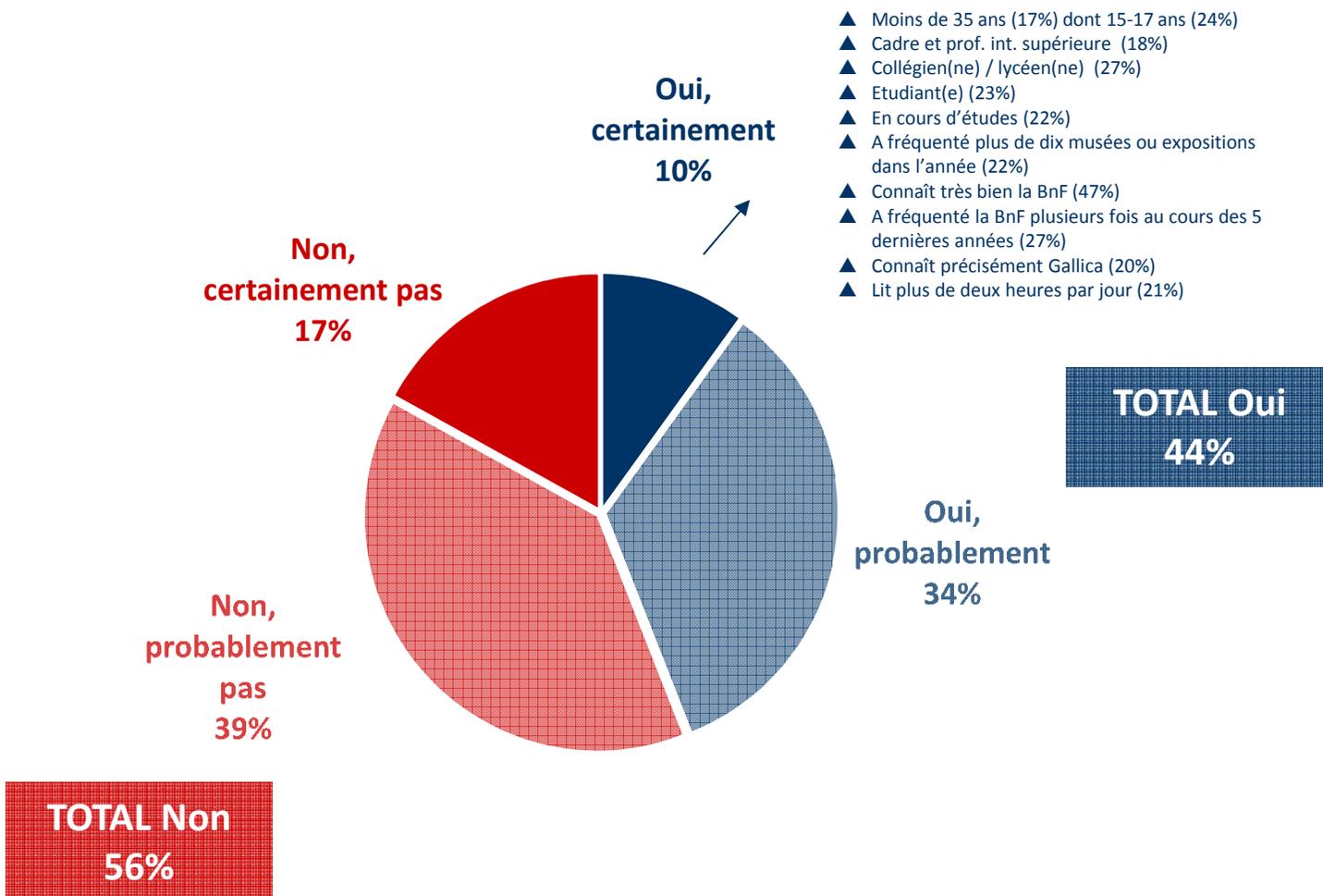
Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, résidant en Ile-de-France, soit 16% de l'échantillon



Ce Pass suscite encore peu d'engouement au global, il séduit davantage des cibles précises

QUESTION : Depuis le 1er mars 2017, la BnF propose le Pass BnF lecture/culture à 15 € par an. Ce Pass permet l'accès illimité à toute l'offre culturelle de la BnF : salles de lecture tous publics, expositions, manifestations.
Seriez-vous intéressé par ce Pass BnF lecture/culture ?

Base : posée uniquement aux personnes connaissant la BnF, résidant en Ile-de-France, soit 16% de l'échantillon



3 | Les principaux enseignements

Le seul lieu culturel majoritairement présent à l'esprit des Français de 15 ans et plus est le Musée du Louvre (qui comprend également le Louvre-Lens) cité spontanément par 69% des personnes interrogées.

Les autres lieux sont cités par moins de 25% : le Musée d'Orsay (23%), le Centre Pompidou (21%), la Tour Eiffel (12%) ou encore le Musée Grévin (10%). Comme en 2006, la BnF n'est quant à elle citée spontanément comme lieu culturel de référence que par 3% des interviewés.

Parallèlement, seuls 9% des Français citent une bibliothèque ou une médiathèque comme lieu culturel auquel ils sont le plus attachés (et 20% comme un des deux premiers lieux).

Comme l'Ifop le constate dans différentes enquêtes sur les pratiques culturelles, les lieux culturels que l'on peut qualifier « d'observation » sont globalement préférés aux lieux consacrés à la lecture qui requièrent une activité intellectuelle plus marquée. Un monument historique (40% comme lieu auquel on est le plus attaché), un musée (19%) et une salle de spectacle (13%) sont ainsi mis en avant dans une proportion plus élevée qu'une bibliothèque ou une médiathèque (9%) et une librairie (6%). Parmi les items listés, la galerie d'art est l'unique lieu d'observation plus marginalement cité (2%).

Ce constat est corroboré par le fait qu'une minorité non négligeable de la population (39%) considère que, compte tenu de l'ensemble des informations disponibles sur Internet, on peut de nos jours se passer d'une bibliothèque ou d'une médiathèque.

Alors que les Français privilégient une consommation culturelle « d'observation », requérant un minimum d'effort, les ressorts de l'attachement aux bibliothèques et médiathèques reposent surtout sur des dimensions sérieuses, reléguant au second plan celles de lieu de vie ou de plaisir.

Si plus de la moitié des personnes interrogées sont « tout à fait d'accord » avec le fait que les bibliothèques et médiathèques sont « un lieu qui permet de se documenter » (70%), « un lieu qui permet de se cultiver » (69%), « un lieu qui permet d'étudier » (56%) et « un lieu qui permet d'être au calme » (53%), dans le même temps, moins d'un tiers manifestent un fort agrément avec le fait que « c'est un lieu qui permet de s'épanouir » (32%), « un lieu de détente » (31%) et « un lieu de vie et d'échange » (22%).

La BnF, associée au site François-Mitterrand, est la seule bibliothèque fortement présente à l'esprit des Français de 15 ans ou plus. 40% la citent spontanément (dont 36% en « Top of Mind »), très loin devant la Bibliothèque publique d'information - Centre Pompidou (6%).

Peu présente à l'esprit spontanément en tant que grand lieu culturel mais nettement devant les autres grandes bibliothèques, la place de la BnF dans l'imaginaire des Français est spécifique. La notoriété spontanée progresse par rapport à 2006 (35%, +5 points). **Au global (notoriété spontanée et assistée), 70% des Français de 15 ans ou plus connaissent la BnF. Ce taux, qui était de 73% en 2006, stagne donc sur 11 ans.** Même si la BnF bénéficiait en 2006 de l'engouement médiatique lié à sa récente ouverture (1996), la tendance naturelle d'un score de notoriété d'une marque ou d'un lieu, encore loin de 100%, est de croître.

La notoriété de la BnF n'est pas homogène selon les différentes catégories de population. Plusieurs fractures habituellement constatées dans les pratiques culturelles apparaissent ici de façon explicite.

- **Une fracture générationnelle** : globalement, plus la population est âgée, plus sa probabilité de connaître la BnF est élevée : de 56% des moins de 35 ans à 76% des 35 ans et plus dont 90% des 65 ans et plus. Seule exception, les 15-24 ans, qui ont pour certains davantage l'occasion d'être en contact avec la BnF connaissent un peu plus cette bibliothèque que les 25-34 ans (59% vs 52%). De surcroît, la transmission de cette connaissance n'opère pas efficacement dans la mesure où la présence à l'esprit de la BnF est plus élevée chez les personnes dont le foyer n'est pas composé d'enfants (73%) que chez celles dont le foyer est composé d'au moins un enfant (59%).
- **Une fracture sociale** : les CSP + connaissent beaucoup plus massivement la BnF (81%) que les CSP – (54%). **Cet écart social se double comme souvent d'une fracture culturelle** : 89% des personnes diplômées d'un 2^e ou 3^e troisième cycle du supérieur connaissent la BnF (dont 90% des titulaires d'un doctorat) contre à peine plus de la moitié des personnes sans diplôme autre qu'un CEP ou un BEPC (53%).
- **Une fracture géographique**, probablement inhérente à l'emplacement de la plupart des sites de la BnF : 88% des habitants de l'Île-de-France connaissent la BnF. Or, à l'exception de la région PACA où la notoriété s'élève à 75%, les scores sont inférieurs à 70% dans l'ensemble des autres régions.

Le fait d'être en contact avec une bibliothèque ou avec l'activité de lecture influence logiquement à la hausse la notoriété de la BnF sans pour autant creuser un écart très élevé par rapport à la moyenne de la population.

80% des personnes lisant plus de 2 heures par jour connaissent la BnF, 87% des lecteurs de 10 livres ou plus par mois, 82% des personnes inscrites dans une bibliothèque ou une médiathèque et 79% de ceux s'y étant rendus au moins une fois en 12 mois. Par ailleurs, 87% des connaisseurs de Gallica connaissent la BnF. Mais cette synergie peut encore progresser puisque tous les connaisseurs de la bibliothèque numérique ne font pas le lien avec la BnF.

Seuls 19% des connaisseurs déclarent bien connaître la BnF dont 5% « très bien » et 14% « plutôt bien ».

A l'opposé, 81% la connaissent mal dont 40% « très mal » (et 41% « plutôt mal »). La sur-représentation de certaines catégories au sein des bons connaisseurs tend à accentuer les différents écarts déjà constatés sur la notoriété. Parmi les connaisseurs, les personnes estimant bien connaître la BnF sont en effet plus nombreuses au sein des 18-24 ans (33% contre 19% en moyenne), des étudiants (35%), des cadres et professions intellectuelles supérieures (27%), des habitants de l'Île-de-France (27%), des personnes diplômés d'un 2^e ou 3^e cycle du supérieur (27%), en particulier les titulaires d'un doctorat (31%). Seule exception par rapport à la notoriété, 26% des foyers avec au moins un enfant connaissent la BnF contre 17% des foyers sans enfant.

Une minorité de connaisseurs de la BnF la désigne sous son appellation exacte, soit « La Bibliothèque Nationale de France » (24%) soit « la BnF » (18%).

Pour plus d'un tiers (35%), son appellation est réduite à son principal site géographique : la « Bibliothèque François Mitterrand ». Les autres appellations sont plus marginales (moins de 15% de citations). **Le site François-Mitterrand à Paris fait d'ailleurs figure de « vaisseau amiral » étant le seul à être majoritairement connu. 72% des connaisseurs en ont entendu parler contre 45% pour le site Richelieu-bibliothèques, musée, galeries à Paris, 26% pour la bibliothèque de l'Arsenal à Paris, 20% pour la bibliothèque de la Maison Jean Vilar à Avignon et 18% pour le château de Sablé (Centre Joël-Le-Theule), à Sablé-sur-Sarthe.** En outre, l'actualité des autres sites est peu connue. Ainsi, seuls 31% des personnes connaissant le site Richelieu à Paris ont entendu parler de la rénovation du site.

La communication directe, traditionnellement la plus efficace pour faire connaître un lieu ou une marque, n'a pas un impact maximal sur le niveau de connaissance de la BnF.

Signe d'une distance avec ce lieu, les médias traditionnels (presse écrite, radio, télévision), davantage légitimés pour leur crédibilité que pour leur proximité, constituent, comme en 2006, le principal canal pour entendre parler de la BnF. Ils sont cités par 41%, très loin devant le canal direct constitué par les personnes de son entourage (famille amis, collègues) mis en avant par 17%. D'ailleurs, le potentiel de prescription des proches semble relativement limité dans la mesure où une minorité de connaisseurs (37%, soit tout de même une progression de 6 points depuis 2006) connaît une personne qui est déjà venue à la BnF.

53% des connaisseurs de la BnF savent qu'elle a pour missions de collecter l'ensemble des documents publiés sur le territoire français.

Plus des 3/4 d'entre eux (76%) ont une connaissance détaillée de cette mission puisqu'ils savent que les documents collectés par la BnF comprennent, entre autres, les photographies et les supports audiovisuels (disques, CD, DVD, jeux vidéos). En revanche, cette mission demeure très associée aux documents « matériels », même si un peu moins d'un quart des connaisseurs (23%) sait que la BnF collecte et archive les sites Internet français (mission récente, établie en 2006).

Une courte majorité des connaisseurs de la BnF (52%) sait qu'elle propose une programmation régulière d'expositions. Parmi eux, 12% en ont déjà visité une.

Au sein de ceux qui connaissent l'existence d'une programmation d'expositions à la BnF, les 10 titres d'expositions proposés recueillent une notoriété inférieure à 20%. « Astérix à la BnF ! » (20%), « François I^{er} » (17%*), « Piaf » (17%) et « Paysages Français, Une aventure photographique » (17%) sont les plus connus. La principale raison de non-venue à une exposition BnF chez cette population qui connaît l'existence d'une programmation est la communication insuffisante autour de ces expositions, soit du fait d'une mauvaise connaissance de leur contenu (35%), soit du fait d'une communication pas suffisamment attractive (28%). La question n'était pas posée aux habitants des autres régions, moins concernés du fait de l'éloignement géographique.

Une grande majorité des connaisseurs entend plutôt parler de la BnF en bien (72%) contre 4% « plutôt en mal » (20% « ni en bien, ni en mal » et 4% n'en entendent pas parler autour d'eux).

Les occasions d'en entendre parler portent plus sur sa dimensions patrimoniale : les acquisitions de documents précieux (54%) et les collections de la BnF (51%). D'autres enjeux sont moins cités : les expositions ou conférences organisées par la BnF (41%), l'histoire ou l'actualité de ses bâtiments (40%), les recherches entreprises par des personnes de son entourage (18%), les appels aux dons ou aux souscriptions (18%) ou encore les débats de société (15%).

L'importance et la diversité des collections sont par ailleurs citées en premier comme élément de connaissance de la BnF (20%), loin devant sa situation géographique (8%).

**Chiffre élevé, sans doute peu en rapport avec l'exposition réelle, en 2015, en petite galerie.*

22% de la population française de 15 ans ou plus est déjà venue la BnF dont près d'un tiers de connaisseurs (31%).

Parmi les visiteurs, une moitié seulement (11%) l'a fréquenté au cours des 5 dernières années dont 6% plusieurs fois (et 5% une seule fois). En dynamique, si la notoriété est stable en 11 ans, la fréquentation (au moins une fois) double, passant de 11% à 22%. La distance géographique semble être le principal obstacle à une visite de la BnF dans la mesure où 1 francilien sur 2 (49%) s'est déjà rendu à la BnF dont 30% au cours des 5 dernières années et 17% plusieurs fois.

Le taux de fréquentation est également plus élevé chez les 65 ans et plus (35%). Mais cette tranche d'âge a logiquement eu plus d'années pour avoir l'occasion de s'y rendre au moins une fois. D'ailleurs, une grande partie d'entre eux (22%) s'y est rendue il y a plus de 5 ans contre 13% il y a moins de 5 ans. La proportion de visiteurs est en outre plus importante chez les CSP + (31% dont 36% de cadres et professions intellectuelles supérieures) et chez les diplômés d'un 2^e ou 3^e cycle du supérieur (42%). Enfin, plus des 2/3 des titulaires d'un doctorat (67%) se sont déjà rendus à la BnF.

La synergie avec Gallica est réelle dans la mesure où une moitié des connaisseurs de Gallica (48%) s'est déjà rendue à la BnF contre 31% des connaisseurs de la BnF.

Dans l'autre sens, la fréquentation de la BnF constitue un facteur incitatif important de consultation de Gallica. 64% des visiteurs de la BnF au cours des 5 dernières années ont en effet déjà consulté Gallica (contre 45% en moyenne).

Le potentiel de visite à l'avenir ne laisse pas présager en l'état ni d'une accélération ni d'une diversification de la fréquentation.

Si plus d'un connaisseur sur deux (55%) à l'intention de venir à la BnF à l'avenir, seuls 11% l'envisagent « certainement » (et 44% « probablement »). Signe d'une transmission probable d'un héritage culturel, les futurs visiteurs potentiels sont plus nombreux parmi les catégories de population ayant plus fréquenté la BnF que la moyenne avec néanmoins davantage de jeunes (62% des moins de 35 ans envisagent de s'y rendre dont 69% des 18-24 ans) et de foyers avec enfant (62% des foyers avec au moins un enfant contre 53% des foyers sans enfant). Ce potentiel de visite est plus fort dès lors qu'il y a proximité géographique, l'Île-de-France constituant un bassin privilégié de futurs visiteurs.

Les raisons pouvant justifier d'une visite passée ou future à la BnF sont diversifiées, les plus citées étant la visite d'une exposition (57%), celle d'un des bâtiments (48%) ou les loisirs et activités culturelles en général (48%). Inversement et, sans surprise, c'est la distance géographique qui constitue la principale raison de non visite passée et future de la BnF (mise en avant par 79%) loin devant la préférence pour d'autres bibliothèques ou médiathèques (12%). Pourtant 78% des connaisseurs de la BnF déclarent qu'elle pourrait faire partie de leurs choix lors d'une visite de lieux culturels à Paris.

A l'instar de la notoriété, la bonne image de la BnF atteint un score très élevé et ici presque unanime.

96%, soit quasiment tous les connaisseurs, ont une bonne opinion de la BnF. Près d'un quart (24%) en ont même « une très bonne ». Au sein de cette bonne image, certaines catégories manifestent davantage leur enthousiasme : les 65 et plus (33% ont une « très bonne opinion » contre 24% en moyenne), les habitants des régions Centre, Val de Loire (31%), PACA (32%) et Normandie (36%), les personnes diplômées d'un 2^e ou 3^e cycle du supérieur (31%) et surtout les titulaires d'un doctorat (45%).

Plus la relation à la BnF est proche, plus l'opinion à son égard s'élève ce qui signifie qu'il n'y a pas de caractère déceptif lorsque l'on est en contact avec la BnF.

38% des personnes la connaissant bien (et 56% « très bien ») en ont une très bonne opinion contre 21% de celles la connaissant mal. De même, la bonne opinion s'élève à 36% auprès des personnes l'ayant déjà visitée dont 46% au cours des 5 dernières années. Elle s'élève enfin à 38% auprès des connaisseurs de Gallica dont 51% de ceux qui en ont une idée précise.

Spontanément, la bonne image de la BnF, partagée par la quasi-totalité des connaisseurs, repose en premier lieu sur la principale occasion d'en entendre parler, à savoir la richesse des collections.

Ce critère est cité par 20% des interviewés en ayant une bonne opinion. Vient ensuite, et de façon plus éparse, le conservatoire du patrimoine et de la culture française (13%), un lieu de culture, d'échanges (8%) ou encore sa réputation générale (8%), signe, pour ce dernier critère, que ce que l'on entend sur la BnF au delà de sa propre expérience contribue aussi à construire son image. En parallèle, aucun élément n'émerge nettement auprès des très rares connaisseurs ayant une mauvaise opinion (4%). Le fait que ce soit un lieu élitiste, réservé aux chercheurs est spontanément cité par 10% d'entre eux tandis que le facteur prix est mis en avant par 9%.

Les dimensions liées à la crédibilité et au respect suscitent plus d'adhésion que celles faisant appel à l'émotion tels que le plaisir ou l'identification.

Si les 9 dimensions testées recueillent une adhésion majoritaire et même supérieure à 70% pour 8 d'entre elles, les taux de fort agrément (« tout à fait d'accord ») font ressortir une hiérarchie plus nette. Ces taux sont plus élevés pour les dimensions de bonne réputation, de confiance, de statut « fierté de s'y rendre » (respectivement 45%, 41% et 39%) alors qu'ils sont nettement minoritaires pour la capacité de renouvellement de la BnF (19%), celle de s'évader de son quotidien (24%), d'être un lieu de détente (20%), d'être un lieu qui permet de s'ouvrir à d'autres personnes (20%), de « s'adresser à vous » (17%) et de manquer s'il n'existait plus (15%). Cette dernière dimension suscite néanmoins traditionnellement moins d'adhésion dans les enquêtes d'image.

Cette évaluation reflète incontestablement une bonne image à l'égard de la BnF. Mais, compte tenu d'une proximité insuffisamment mise en avant, la relation à la bibliothèque semble pour l'instant plus appelée à rester à l'état de bonne image qu'à se transformer en visite.

Ce constat de faible proximité est confirmé par l'analyse des termes qui correspondent le mieux à l'image de la BnF.

Certes, 88% des connaisseurs citent en premier 1 des 8 termes positifs tandis que seuls 12% citent un terme négatif. Mais les termes positifs, les mieux classés sont les plus statutaires, ceux qui laissent entrevoir une certaine déférence vis-à-vis de l'établissement : « prestige » (40%) et « monumental » (16%). A l'opposé, les termes positifs relevant de la proximité et insufflant plus de légèreté sont relégués loin derrière : « innovante » (3%), « conviviale » (3%), « ludique » (3%) et « esthétique » (1%). Le terme négatif le plus cité en priorité est « intimidante » (5%), pendant plus connoté péjorativement de « prestige » et « monumental ».

Ce miroir statuaire est confirmé par la forte association de la BnF à sa dimension patrimoniale et sa mission de conservation. Respectivement 28% et 21% des connaisseurs citent les archives nationales et « une grande bibliothèque étrangère » comme établissement le plus facilement comparable à la BnF. Il en résulte une reconnaissance de l'unicité de la BnF en tant que bibliothèque, seuls 29% des connaisseurs déclarant qu'elle est une « bibliothèque comme une autre ».

A titre illustratif, ce sont les photographies montrant de vastes lieux et renvoyant une image prestigieuse du fait de leur architecture ou leur richesse culturelle qui représentent le mieux les activités et missions de la BnF aux yeux des connaisseurs. A l'opposé, les espaces plus confinés où des personnes sont rassemblées et travaillent ensemble, sont plus marginalement cités. Ainsi la Salle Ovale et celle des Manuscrits sont respectivement cités par 50% et 30% des connaisseurs alors que l'espace de travail collectif en Haut-de-jardin, les photos d'une exposition et de l'auditorium ne sont cités que par respectivement 11%, 5% et 4%.

Dans l'absolu, le caractère pluraliste de la BnF est reconnu.

Elle est en effet très nettement considérée comme s'adressant à tous (91%) ainsi que, plus précisément, à toute personne ayant une recherche précise à faire (80%). De même, 64% des connaisseurs estiment qu'elle s'adresse « plutôt à tous » contre 36% « plutôt à une élite ». A l'opposé, seuls 21% restreignent son univers à un public plus spécifique composé d'étudiants, d'enseignants et de chercheurs professionnels. **Mais si la BnF n'est pas « excluante », elle n'est pas non plus « incluante ». Dans l'absolu, chacun considère qu'il peut y aller mais n'y pense pas, n'en voit pas l'utilité ou n'en a pas envie.**

Dans une logique de crédibilité et de statut, l'utilité de la BnF est largement reconnue pour de nobles causes, assimilables à de « l'utilité publique ».

Pour chaque critère, plus de 90% des connaisseurs considèrent qu'elle est utile avec, à chaque fois, des scores élevés de fort agrément. La BnF est ainsi jugée utile pour la culture (99% dont 63% qui sont « tout à fait d'accord »), pour le patrimoine de la France (98% dont 66% « tout à fait d'accord »), pour le développement de la connaissance (96% dont 56% « tout à fait d'accord »), pour la société française (95% dont 48% « tout à fait d'accord »), pour l'éducation (95% dont 51% « tout à fait d'accord ») et pour le rayonnement de la France à l'international (92% dont 51% « tout à fait d'accord »).

La caractéristique payant de la BnF pour entrer dans une salle de lecture, qui constitue là encore une exception pour une bibliothèque, est nettement perçue comme un inconvénient.

70% des connaisseurs de la BnF estiment en effet qu'il n'est pas normal de payer pour entrer dans une salle de lecture (dont 24% « pas du tout »). Toutefois, 39% des personnes ayant déjà visité la BnF et 46% dans les 5 dernières années cautionnent ce caractère payant (contre 30% en moyenne). **Cela témoigne encore une fois de la « frontière invisible » entre un public minoritaire, familier de la BnF, qui intègre la justification de son caractère payant et un public majoritaire, plus éloigné, qui n'associe pas spontanément une grande bibliothèque, fut-elle unique, à un prix à payer.** Pour ceux considérant qu'il est normal de payer, le prix maximal moyen pour entrer dans une salle de lecture est de 6,3 Euros même si 56% d'entre elles citent un prix moyen entre 1 et 5 Euros.

Les initiatives tarifaires de la BnF disposent encore d'une marge de progression. 16% des connaisseurs de la BnF résidant en Ile-de-France connaissent l'existence du Pass BnF lecture / culture à 15 Euros dont 7% savent précisément de quoi il s'agit. Après remise à niveau, c'est-à-dire description de cette offre, 44% se disent intéressés mais seulement 10% « certainement ». L'intérêt pour le Pass est plus élevé auprès de publics définis par une activité studieuse : les Collégiens / lycéens (27% de réponses « certainement »), les Etudiants (23%) et les personnes en cours d'études (22%).

Seuls 24% des connaisseurs de la BnF eux ont déjà consulté son site Internet dont 12% plusieurs fois.

La progression de cette notoriété est toutefois sensible depuis 2006 où elle n'était que de 7%. L'importance croissante du numérique dans le quotidien des Français depuis 11 ans et la réduction progressive de la fracture numérique font que ce vecteur peut, à l'avenir, contribuer à une meilleure connaissance de la BnF.

24% de la population française de 15 ans et plus (et 30% des connaisseurs de la BnF) ont entendu parler de Gallica, la bibliothèque numérique de la BnF.

A l'instar de la BnF, cette connaissance s'avère être imparfaite puisque 8% uniquement voient précisément de quoi il s'agit. **L'homogénéité de la « marque BnF » et, partant, sa difficulté à diversifier son public, se vérifie dans le fait qu'à l'exception des personnes âgées, encore éloignées pour certaines du numérique, ce sont les mêmes catégories de population qui connaissent davantage Gallica et la BnF :**

- **Les jeunes** : 33% des 18-24 ans (contre 24% de la population française) et 43% des étudiants ;
- **Les catégories aisées** : 32% des CSP + et 36% des cadres et professions intellectuelles supérieures ;
- **Les personnes ayant réalisé des études supérieures** : 39% des titulaires d'un 2^e ou 3^e cycle dont 40% d'un un doctorat ;
- **Les habitants d'Ile-de-France (35%)** alors même que l'obstacle géographique ne constitue pas un critère d'explication pour un outil numérique ;
- **Plus spécifiquement, les actifs en poste et les étudiants ayant suivi un débat ou à une conférence dans l'année (50%).**

45% des connaisseurs de Gallica l'ont déjà consulté dont 24% plusieurs fois.

Le taux de transformation entre connaissance et fréquentation est donc plus élevé que pour la BnF (où seuls 31% des connaisseurs l'ont visitée). La fréquentation de la BnF constitue par ailleurs un facteur incitatif important de la consultation de Gallica dans la mesure où 64% des visiteurs de la BnF lors des 5 dernières années ont déjà consulté Gallica. Enfin, si, après remise à niveau, 62% des non connaisseurs ou non visiteurs de Gallica pourraient l'utiliser, seuls 13% l'envisagent « certainement ».

Enfin, selon le même raisonnement déjà constaté pour la BnF, la bonne opinion de Gallica auprès de ses connaisseurs est unanime (97%). Plus d'un quart (28%) en ont même une très bonne opinion, dont 50% des « bons connaisseurs » de la bibliothèque numérique.

3 | Les grands enseignements

❑ Une bibliothèque ou une médiathèque ne font pas partie en 2017 des lieux culturels de référence

- Les lieux culturels « d'observation » devancent les lieux consacrés à la lecture qui requièrent un investissement intellectuel plus important ;
- Seuls 9% des personnes interrogées citent une bibliothèque ou une médiathèque comme lieu culturel auquel ils sont le plus attachés ;
- Les ressorts de l'attachement aux bibliothèques et médiathèques reposent surtout sur des dimensions sérieuses, reléguant au second plan celles se rattachant à des notions de lieu de vie ou de plaisir.

❑ Peu présente à l'esprit spontanément en tant que grand lieu culturel mais nettement devant les autres grandes bibliothèques, la place de la BnF dans l'imaginaire des Français est spécifique

- Son caractère unique est d'ailleurs fortement reconnu ;
- La BnF bénéficie d'une notoriété élevée (70%) mais qui n'a pas progressé en 11 ans ;
- La notoriété de la BnF n'est pas homogène. Plusieurs « frontières invisibles » habituellement constatées dans les pratiques culturelles apparaissent ici de façon explicite : générationnelle, sociale, culturelle et géographique.

❑ La BnF est plutôt mal connue, pas toujours bien désignée et peu prescrite par son entourage proche

- Seuls 19% des connaisseurs déclarent bien connaître la BnF dont 5% « très bien » et 14% « plutôt bien » ;
- Une minorité de connaisseurs la désigne sous son appellation exacte, soit « La Bibliothèque Nationale de France » (24%) soit la BnF (18%) ;
- Le site François-Mitterrand est le seul à être majoritairement connu des connaisseurs ;
- La communication directe, traditionnellement plus efficace pour faire connaître un lieu ou une marque n'a pas un impact élevé sur le niveau de connaissance de la BnF : les médias traditionnels constituent le principal canal pour en entendre parler (cités par 41%) très loin devant les personnes de son entourage (17%).

❑ La notoriété des missions et activités spécifiques de la BnF est clivante

- 53% des connaisseurs de la BnF savent qu'elle a pour missions de collecter l'ensemble des documents publiés sur le territoire français ;
- Cette mission demeure très associée aux documents « matériels », mais 23% savent que la BnF collecte et archive les sites Internet français ;
- Les occasions d'entendre parler de la BnF portent plus sur sa dimensions patrimoniale : archives et acquisitions de documents précieux ;
- Une courte majorité des connaisseurs (52%) est au courant qu'elle propose une programmation régulière d'expositions.

❑ 22% de la population française de 15 ans ou plus est déjà venue la BnF

- Parmi les visiteurs, une moitié seulement (11%) l'a fréquentée au cours des 5 dernières années dont 6% plusieurs fois (et 5% une seule fois) ;
- En dynamique, si la notoriété est stable en 11 ans, la fréquentation (au moins une fois) double, passant de 11% à 22% ;
- La synergie avec Gallica est réelle dans la mesure où une moitié des connaisseurs de Gallica (48%) s'est déjà rendue à la BnF contre seulement 31% des connaisseurs de la BnF ;
- Le potentiel de visite à l'avenir ne laisse pas présager en l'état ni d'une accélération ni d'une diversification de la fréquentation : si 55% des connaisseurs ont l'intention de venir à la BnF à l'avenir, seuls 11% l'envisagent « certainement ». L'Île-de-France est le principal bassin de visiteurs potentiels.

❑ La bonne image de la BnF atteint un score quasi unanime (96% des connaisseurs)

- Il n'y a pas de caractère déceptif lorsque l'on est en contact avec la BnF : plus la relation à la BnF est proche, plus l'opinion à son égard s'élève.

❑ Les ressorts de l'attachement à la BnF les plus prégnants s'inscrivent dans une logique plus cognitive que de proximité

- Les dimensions liées à la crédibilité et au respect suscitent plus d'adhésion que celles faisant appel à l'émotion tels que le plaisir ou l'identification ;
- Les termes les plus associés à la BnF sont les plus statutaires, ce qui laisse entrevoir une certaine déférence vis-à-vis de l'établissement : « prestige » et « monumental ». A contrario, les termes relevant de la proximité et insufflant plus de légèreté sont relégués loin derrière : « innovante », « conviviale », « ludique » et « esthétique » ;
- La mission de la BnF est plus associée à de l'utilité publique qu'à de l'utilité pour soi ;
- Si la BnF n'est pas « excluante » (elle est pour beaucoup « ouverte à tous »), elle n'est pas suffisamment « incluante ». Dans l'absolu, chacun considère qu'il peut y aller mais n'y pense pas, n'en voit pas l'utilité ou n'en a pas envie.

❑ La notoriété des outils numériques de la BnF est encore discrète

- Seuls 24% des connaisseurs de la BnF ont déjà consulté son site Internet dont 12% plusieurs fois ;
- 24% de la population française de 15 ans et plus (et 30% des connaisseurs de la BnF) a entendu parler de Gallica, la bibliothèque numérique de la BnF ;
- L'homogénéité de la « marque BnF » et, partant, sa difficulté à diversifier son public, se vérifie dans le fait qu'à l'exception des personnes âgées, encore éloignées pour certaines du numérique, ce sont les mêmes catégories de population qui connaissent davantage Gallica et la BnF.

Un contexte compliqué pour la BnF:

- **Exogène** : l'attrait est moins prononcé pour les bibliothèques et les médiathèques. Plus généralement, les lieux culturels « d'observation » sont préférés aux lieux culturels plus cognitifs, consacrés à la lecture. De surcroît, le numérique rend moins indispensable le besoin de se rendre dans ces lieux.
- **Endogène** : la BnF est difficile à se représenter. Elle n'est ni perçue comme un grand lieu culturel ni tout à fait comme une bibliothèque comme une autre.

La BnF bénéficie certes d'une forte notoriété et d'une excellente image générale. Mais, si elle n'est pas « excluante » (car perçue comme s'adressant à tous plus qu'à une élite), elle n'est pas en contrepartie assez « incluante ». La composition très hétérogène de sa notoriété contribue à créer des frontières « invisibles » avec le reste de la population. Cette dernière, sans se sentir exclue, ne manifeste pas d'enthousiasme pour venir à la BnF. **L'enjeu pour la BnF consiste à mieux se faire connaître et à susciter de l'envie au-delà d'un simple besoin.**

4 | Annexe : typologie

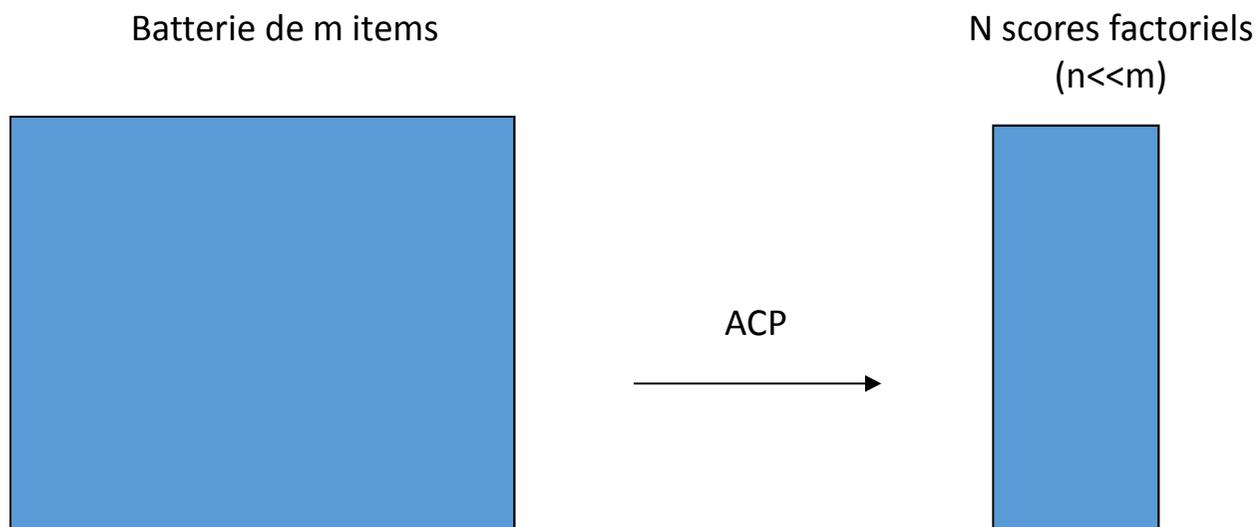
L'analyse en composantes principales (ACP) permet de déterminer les dimensions générales – appelées « facteurs » – sous-jacentes à une série de variables.

Puisqu'ils ont été calculés de façon à ce que chacun capture un aspect différent de l'information contenue dans les données de départ, les facteurs permettent de représenter l'essentiel de l'information en un nombre réduit de dimensions.

En effet, les réponses des interviewés à chaque question peuvent être remplacées par des « scores factoriels », qui sont des composites de ses réponses aux items, corrélés avec chaque facteur.

Moins nombreux que les réponses brutes et sans redondance, ces scores facilitent les analyses tout en les rendant plus fiables.

Concrètement, l'ACP sert à réduire les données du départ à leur essentiel :



Le passage des données de l'enquête aux scores factoriels est fait en réduisant la perte de l'information au strict minimum. En règle générale et dans cette enquête en particulier, l'ACP n'est pas une fin en soi mais constitue une étape intermédiaire dans un enchaînement de plusieurs analyses, ici la typologie. En éliminant la redondance, l'ACP garantit que la typologie ne sera pas influencée par des déséquilibres éventuels entre le nombre d'items abordant des différents thèmes.

Dans le cadre de cette enquête, les objectifs de l'ACP étaient d'observer l'éventuelle corrélation entre les items du questionnaire liés à la lecture et celle entre les items liés à la culture.

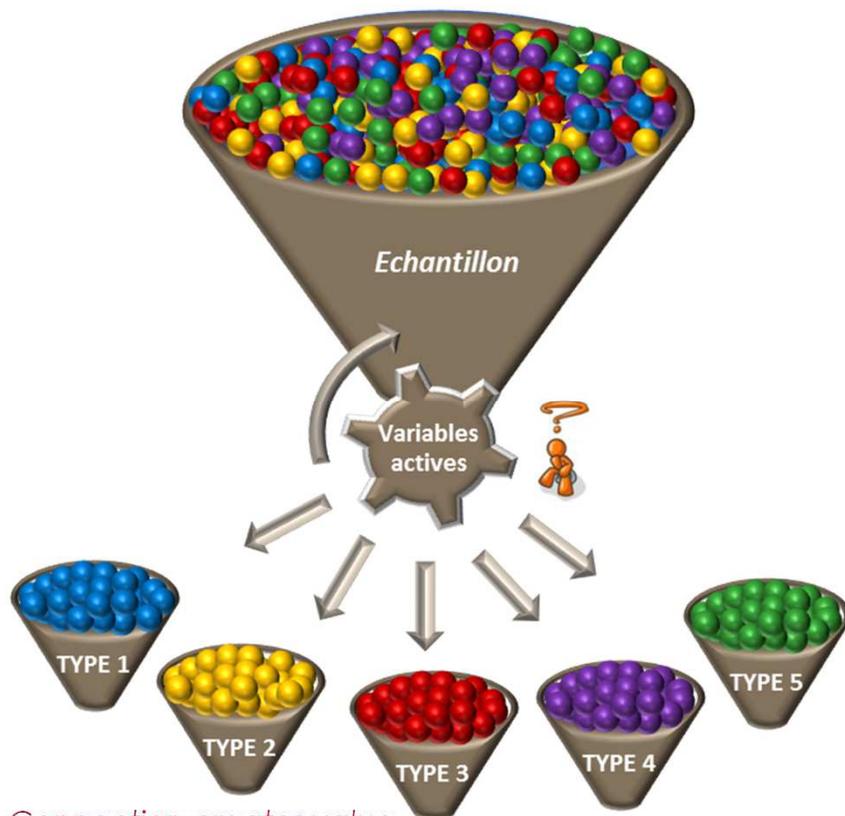
Les résultats de l'ACP ci-dessous valident cette double corrélation autour d'un axe Lecture / Culture et, partant, la pertinence de réaliser une typologie avec ces items en variable active.

Rotated Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
	Lecture	Culture
% Variance Capté	23,1	16,9
Q19.4. Votre activité professionnelle	0,627	-0,027
RQ29 déjà entendu parler de Gallica	0,621	0,192
Q19.2. Vos études	0,600	-0,168
Q19.1. Un projet ou une recherche personnelle pour vous ou votre entourage	0,594	0,119
RQ30 déjà consulté Gallica	0,517	-0,003
Q19.5. La visite d'une exposition	0,000	0,787
FILTRE	0,290	0,682
Q19.3. Vos loisirs et activités culturelles	-0,094	0,430

La typologie permet de caractériser la population en fonction de **ses représentations, attitudes et comportements afin de dégager des groupes d'individus de telle sorte que :**

- ✓ Chaque groupe soit homogène en son sein (les caractéristiques des personnes appartenant au même groupe sont aussi proches que possible)
- ✓ Chaque groupe soit exclusif par rapport aux autres (les caractéristiques des personnes appartenant à des groupes différents sont aussi différentes que possible.)

La définition des différents groupes, dont le nombre oscille généralement entre 4 et 6, se fait sur la base de variables dites actives, c'est-à-dire discriminantes. Ces variables sont pertinentes au regard du sujet de l'étude et doivent être posées à l'ensemble de l'échantillon.



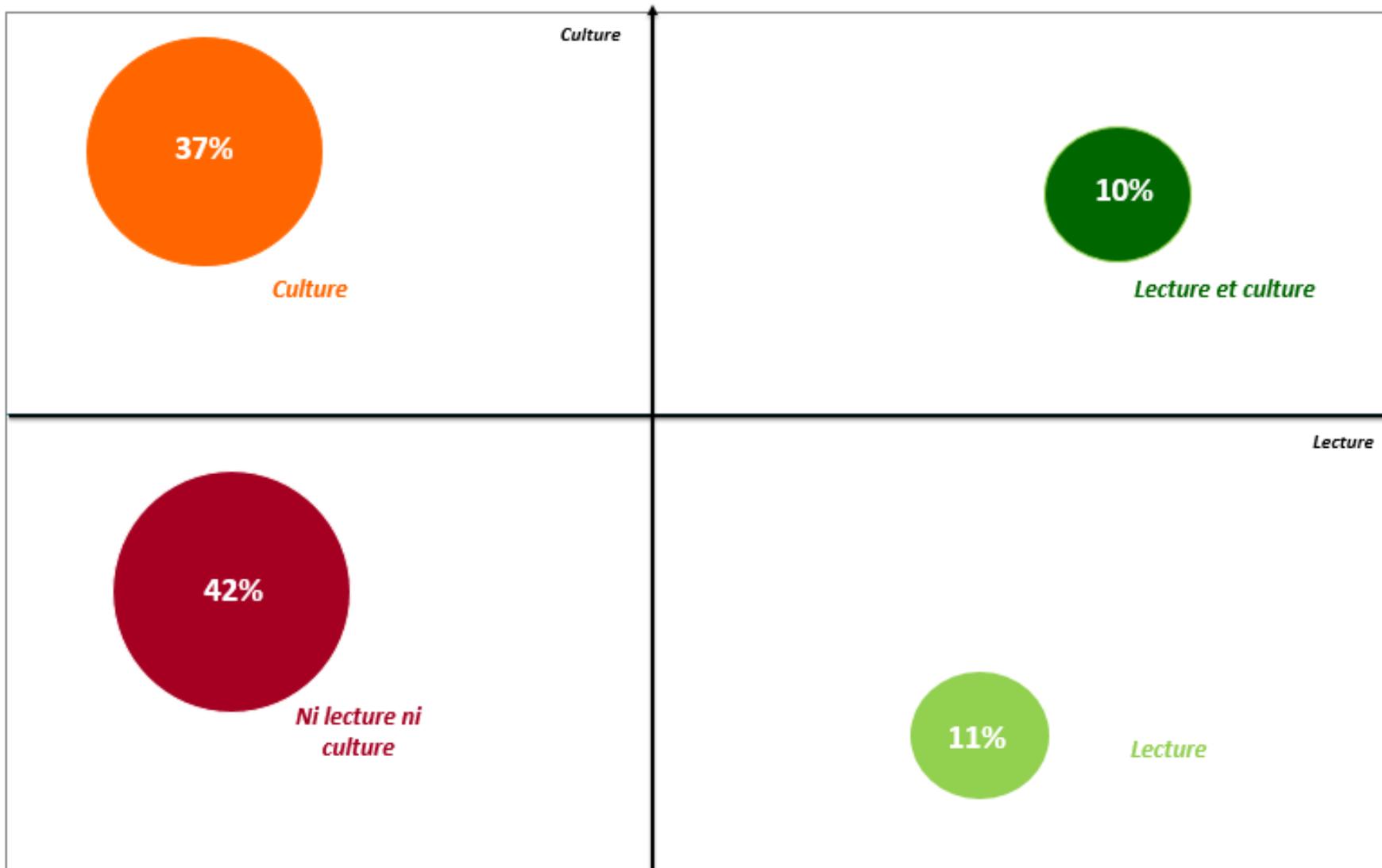
Notoriété et image de la Bnf : une typologie en 4 groupes

Cette typologie a été réalisée auprès du public passé, actuel et potentiel de la BnF c'est-à-dire déjà venu à la BnF ou ayant l'intention de venir

Les variables définies comme « actives » sont celles qui ont un lien avec la BnF pour des motifs de lecture et de culture :

- Est déjà venu ou pourrait venir à la BnF pour :
 - Un projet ou une recherche professionnelle pour soi ou son entourage ;
 - Ses études ;
 - Ses loisirs ou activités culturelles ;
 - Son activité professionnelle ;
 - La visite d'une exposition ;
- Connaît Gallica ;
- A déjà consulté Gallica ;
- A visité au moins 5 musées ou expositions au cours des 12 derniers mois.

Les autres variables (autres questions et renseignements signalétiques) permettent de caractériser chacun des groupes. La mention d'une caractéristique pour un groupe donné ne signifie pas forcément que cette caractéristique est dominante mais seulement qu'elle est significativement plus citée que dans un autre groupe.



Groupe 1 : « Lecture et Culture » (10%)

Ce groupe, plus jeune et de niveau d'instruction élevé, est familier à la fois des activités de lecture et de culture de la BnF. Ses études et le temps libre dont il dispose par rapport aux actifs créent les conditions propices à un intérêt pluriel pour la BnF. Les personnes de ce groupe connaissent donc logiquement mieux la bibliothèque, ses missions et ses sites. Ce groupe confirme aussi le fait que la transmission de la connaissance de la BnF s'opère plutôt en « circuit fermé », avec une proportion plus importante de personnes ayant entendu parler de la BnF par des personnes de leur entourage (les prescripteurs traditionnellement les plus efficaces) et connaissant au moins une personne déjà venue à la BnF.

Groupe 2 : « Culture » (37%)

La préférence pour les activités de culture, en tant qu'expérience vécue, sur les activités plus restreintes de lecture ressortait dans l'enquête, d'une part, dans le rapport général aux bibliothèques et, d'autre part, dans l'intérêt de venir à la BnF d'abord pour la visite d'une exposition ou pour ses loisirs et activités culturelles. Ce constat se confirme plus précisément dans cette typologie. Ce groupe rassemble en effet 37% du public de visiteurs passé, actuel ou futur de la BnF contre 11% pour le groupe « Lecture ». Le poids de ce groupe montre indéniablement que la culture, perçue comme une expérience vécue, constitue le plus grand réservoir de public actuel ou potentiel pour la BnF. Mais les conditions ne sont pas actuellement réunies pour inciter ce type de public à venir à la BnF, les perceptions les plus prégnantes de la BnF s'inscrivant dans une logique plus cognitive et de déférence que d'émotion ou de proximité. C'est enfin au sein de ce Groupe que la méconnaissance du Pass Lecture / Culture est la plus élevée.

Groupe 3 : « Lecture » (11%)

Ce groupe, à forte dominante jeunes et étudiants, a une relation plus utilitaire à la BnF, moins en lien avec l'expérience culturelle. Les personnes qui le composent connaissent et fréquentent plus la BnF que la moyenne mais pour des raisons plus restreintes aux activités de lecture, qui séduisent moins l'ensemble des visiteurs actuels et potentiels. La BnF suscite donc moins de déférence et de respect et leur apparaît plus concret c'est-à-dire en lien avec le quotidien de leur travail. C'est aussi le groupe où le potentiel de développement du Pass Lecture / Culture est le plus élevé.

Groupe 4 : « Ni culture, ni lecture » (42%)

La taille de ce groupe montre qu'il existe un potentiel élevé de visiteurs malgré un intérêt faible pour les activités de culture et de lecture proposées par la BnF. C'est la preuve que le prestige de la BnF est important, au-delà de ce qu'elle propose. Mais la proportion de personnes ayant déjà fréquenté la BnF est nettement plus faible dans ce groupe (42% vs 50%), davantage composé d'intentionnistes. Ces derniers seront plus difficiles à convaincre car ils mettent plus en avant « l'institution BnF » qu'un désir d'expérience culturelle ou une appétence pour les activités de lecture. Ils n'écartent pas l'idée d'aller à la BnF mais il n'existe pas de levier les incitant à s'y rendre dans un but précis.

PROFIL SOCIO- DÉMOGRAPHIQUE

- ✓ Ce groupe est plus fortement composé de jeunes (22% de 18-24 ans vs 10% en moyenne sur la population du public actuel / potentiel de la BnF).
- ✓ Le niveau d'instruction est également élevé (49% ont fait des études supérieures longues contre 28% en moyenne).

RELATION À LA BnF

- ✓ Ce groupe évolue davantage dans un environnement en lien avec la BnF. Une proportion plus forte en entend en effet parler par son entourage (38% vs 23%) et connaît au moins une personne venue à la BnF (82% vs 52%).
- ✓ De fait, logiquement, la connaissance de la BnF est meilleure. Au global, ils sont 14% à la connaître « très bien » (vs 6%). Plus précisément, concernant les missions, 88% (vs 61%) connaissent la collecte des documents publiés sur le territoire français et la collecte et l'archivage des sites Internet français (50% vs 29%). Par ailleurs, les six sites de la BnF sont significativement plus connus et associés à la BnF.
- ✓ L'opinion à l'égard de la BnF est excellente et diversifiée. 56% en ont une « très bonne opinion » (vs 32%). Les dimensions qui ressortent le plus sont complémentaires, mettant en avant à la fois la proximité, le plaisir et la fierté : « s'adresse à vous » (41% de « tout à fait d'accord » vs 24%), « vous manquerait si elle n'existait plus » (43% vs 21%), « permet de s'évader de son quotidien » (43% vs 30%), « est une bibliothèque où l'on peut être fier de se rendre » (60% vs 47%). Par ailleurs, 51% ont une « très bonne opinion de Gallica » (51% vs 33%).

**PROFIL SOCIO-
DÉMOGRAPHIQUE**

- ✓ Ce groupe s'avère être plus âgé (19% ont entre 65-74 ans vs 15% en moyenne) et en couple (69% vs 63%).
- ✓ Le niveau d'instruction est élevé mais ce sont les études supérieures courtes qui sont ici sur-représentées (27% vs 21%).
- ✓ Le niveau de revenu est conséquent (26% ont un revenu net mensuel dans le foyer supérieur ou égal à 4000 euros vs 19%)

**RELATION
À LA BnF**

- ✓ Le musée, lieu d'expérience par excellence est sur représenté comme premier lieu d'attachement culturel (34% vs 27%). En outre, dans ce groupe plus âgé que la moyenne, 81% (vs 72%) considèrent qu'on ne peut se passer d'une bibliothèque malgré l'ensemble des informations disponibles sur Internet.
- ✓ La BnF est moins bien connue qu'en moyenne (79% des personnes de ce groupe la connaissent mal vs 73% en moyenne). De fait, la relation à la BnF apparaît plus lointaine comme en témoigne le poids des personnes qui entendent parler de la BnF par des informations dans les médias (52% vs 43%). En outre, sans doute en raison d'un âge plus indifférent aux enjeux numériques, 77% ne savent pas que la BnF a pour mission de collecter et d'archiver les sites Internet français (77% vs 71%).
- ✓ L'opinion à l'égard de la BnF est fortement empreinte de déférence. Le qualificatif « prestigieux » est celui qui correspond le mieux à l'idée que l'on se fait de la BnF pour 48% des personnes du groupe (vs 42% en moyenne).
- ✓ La méconnaissance du Pass Lecture / culture est ici plus élevée (88% vs 79%)

PROFIL SOCIO-
DÉMOGRAPHIQUE

- ✓ Ce groupe se caractérise par sa jeunesse. Les 18-24 ans (28% vs 10%) et les 25-34 ans (19% vs 11%) sont en effet sur représentés. Ces jeunes sont pour beaucoup des étudiants (64% vs 46%). Dès lors, l'intérêt prononcé pour les activités de lecture proposées par la BnF correspond plus à un besoin qu'à une envie.

RELATION
À LA BnF

- ✓ **La BnF est mieux connue : 14% la connaissent « très bien » (vs 6%).** Elle est également plus visitée (27% y sont allés plusieurs fois au cours de cinq dernières années vs 15% en moyenne). L'univers étudiant explique sans doute que les personnes de ce groupe sont plus nombreuses à connaître une ou plusieurs personnes déjà venues à la BnF (67% vs 52%). Ce même univers explique aussi qu'une plus forte proportion estime que la BnF est seulement ouverte aux étudiants, enseignants ou chercheurs professionnels (40% vs 20%). Enfin, les sites de Richelieu (72% vs 58%) et de l'Opéra (17% vs 10% pour son association à la BnF) sont davantage connus.
- ✓ **En termes d'image, en raison de la bonne connaissance, la BnF apparaît plus concrète que « fantasmée ».** 40% considèrent en effet que « c'est une bibliothèque comme une autre » (40% vs 27%). De même, le rayonnement international est moins mis en avant (11% ne sont « pas d'accord » avec cette caractéristique vs 5%).
- ✓ **La dimension utilitaire prend le pas sur la dimension d'expérience** (34% ne sont « pas d'accord » avec le fait que c'est un lieu qui permet de s'ouvrir aux autres (vs 21%).
- ✓ **C'est dans ce groupe que la notoriété du Pass Lecture / culture est la plus élevée (38% vs 21%).**

PROFIL SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE

- ✓ **La composition sociodémographique de ce groupe est souvent le miroir inverse du public de connaisseurs ou de visiteurs de la BnF.** On y trouve en effet une proportion plus conséquente d'ouvriers (12% vs 8%), de personnes habitant en Province (78% vs 71%), de possesseurs d'un CAP ou BEP (20% vs 12%) ou encore de personnes non inscrites dans une bibliothèque ou une médiathèque (62% vs 54%).

RELATION À LA BnF

- ✓ **La BnF est mal connue :** 34% la connaissent « très mal » (vs 26%). Dans cette logique, 46% ne connaissent pas sa mission de collecte de documents publiés (vs 36%), 42% ne savent pas que la BnF organise régulièrement des expositions (vs 33%). Les différents sites de la BnF sont également moins connus que la moyenne.
- ✓ **Si en termes d'image, aucune dimension n'est particulièrement rejetée en dehors de l'utilité, moins citée (23% vs 40%), seule la modernité est plus mise en avant (13% vs 10%).** Mais ce ressort ne saurait constituer un levier incitatif de visite.
- ✓ **Dans cette logique de déférence plus que d'affinité vis-à-vis des lieux culturels, les personnes de ce groupe sont plus nombreuses à être attachées en priorité à un monument historique (50% vs 43%).**