

Les Limédianauts et leurs usages

Claude Poissenot

Enseignant-chercheur, IUT Nancy-Charlemagne « Métiers du livre »,
Centre de recherche sur les médiations (CREM/Université de Lorraine)

QU'EST-CE qu'une bibliothèque aujourd'hui ? Une des manières de répondre à cette question est de prendre en compte le point de vue des publics. Les missions culturelles n'ont pas disparu mais elles s'ouvrent aux loisirs. Alors que la charte du Conseil supérieur des bibliothèques de 1991 n'y faisait pas référence¹, on voit apparaître la notion dans un manifeste de l'Association des bibliothécaires de France (ABF) de 2012 (« La bibliothèque est une affaire publique ») et elle est reprise par la fameuse loi Robert de 2021. Cette évolution place les publics « au cœur » de leur action.

Ce souci légitime suppose l'analyse de la fréquentation des bibliothèques. On sait évaluer les inscrits et les prêts, mais moins bien les visites sur place, et encore moins les usages numériques dans les bibliothèques publiques. Les fournisseurs permettent d'avoir des données d'usages, mais rien sur l'expérience et le profil sociologique des usagers. On dispose de l'enquête de la Bibliothèque nationale de France (BnF) sur les Gallicanautes², mais il s'agit de ressources patrimoniales et non vivantes. En 2020, à cheval sur la période du confinement, nous avons mené une première étude sur Limédia³, bibliothèque numérique de référence portée par le Pôle métropolitain européen du Sillon lorrain et les bibliothèques des collectivités de Nancy, Metz, Thionville et Épinal. À présent que nous ne sommes plus dans ce contexte sanitaire, il était intéressant de chercher à connaître les usages et les profils des usagers de cette plateforme⁴.

Méthodologie

Un questionnaire a été conçu avec les étudiants des métiers du livre de l'IUT Nancy-Charlemagne sur la base d'une note d'intention de Limédia⁵.

La passation a eu lieu en ligne directement sur Mosaïque ou par mail via la newsletter, en février et mars 2025. Une relance a été effectuée une semaine avant la fin auprès des personnes n'ayant pas répondu.

De façon délibérée, la passation a donc été répartie sur trois semaines dont une de vacances scolaires. L'idée était de donner du temps aux usagers pour répondre, y compris à un moment de vacances où des publics et des usages peuvent différer d'une période habituelle.

Au total, 1 228 réponses ont été reçues, soit 11 % des usagers actifs. Ce taux de réponses assez élevé et le volume important de questionnaires remplis permettent d'assurer une bonne fiabilité aux résultats.

Un usage inégal des différentes ressources

Limédia agrège des ressources variées. On peut donc se demander si les Limédianauts ont recours à certaines davantage qu'à d'autres (figure 1).

L'offre de musique en ligne apparaît comme la moins utilisée. Ce type de document qui a connu un grand succès jusqu'au début des années 2000 dans les médiathèques, a très tôt basculé vers le numérique. Paradoxalement, l'enquête sur les Pratiques culturelles⁶ montre que de 1997 à 2018, la part de la population écoutant de la musique tous les jours ou presque est passée de 27 % à 57 %. L'offre numérique en ligne (marchande ou gratuite) est ancienne, pléthorique et fonctionnelle. Les bibliothèques ont peiné à proposer une offre convaincante et Limédia (comme les autres bibliothèques) ne parvient pas à s'installer sur cette pratique.

1 On peut se référer à un document qui rassemble plusieurs textes de référence sur les bibliothèques proposés par l'Association des bibliothèques de France (ABF) : https://www.abf.asso.fr/fichiers/site/fichiers/ABF/textes_reference/textes_reference_utiles_bib.pdf

2 L'enquête a été réalisée par TMO Régions pour la BnF en 2016 : <https://www.bnf.fr/fr/gallicanautes-loin-des-cliches-du-numerique>

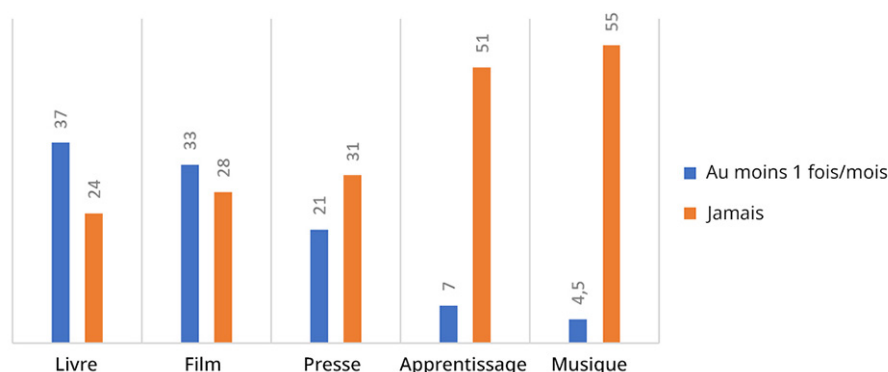
3 Claude Poissenot, « L'usage des ressources en ligne en temps de confinement : vers une meilleure connaissance des publics de Limédia », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2020-1. En ligne : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2020-00-0000-028>

4 Par imitation, dans la suite de ce texte, nous les désignerons comme des « Limédianauts ».

5 Merci à Marie Sauvannet et Franck Queyraud du Groupement d'intérêt public Limédia pour leur soutien.

6 Philippe Lombardo et Loup Wolff, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture Études*, 2020-2, p. 11. En ligne : <https://doi.org/10.3917/cule.202.0001>

Figure 1. Fréquence d'usage des différents types de ressources (en pourcentage des répondants)



L'offre d'apprentissage est également peu suivie par les Limédianautes. La concurrence des vidéos en ligne (YouTube notamment) explique ce résultat mitigé. Cela tient sans doute aussi au fait que le besoin d'informations pratiques ou de soutien scolaire est assez rare. Enfin, les bibliothèques sont historiquement peu identifiées par les publics comme une ressource sur ces domaines.

À l'inverse, les Limédianautes se tournent régulièrement vers les livres, les films ou la presse (respectivement 37 %, 33 % et 21 % d'utilisateurs au moins une fois par mois). Malgré une offre commerciale en ligne, Limédia parvient à attirer à elle des usagers. Nul doute qu'il existe un effet d'aubaine lié à la gratuité de ressources qui, ailleurs sur le Web, sont souvent payantes (ou illégales). Par ailleurs, s'agissant des livres, les bibliothèques captent un public largement composé de lecteurs (et notamment de lectrices). L'enquête de 2016, « Publics et usages des bibliothèques municipales », montrait que l'usage régulier des bibliothèques augmentait avec le nombre de livres lus par an⁷. Limédia n'est que la transposition en ligne d'une offre existant physiquement par ailleurs, et elle est soutenue par l'abondance des lecteurs attirés par les bibliothèques.

Un très faible attrait pour le patrimoine

Depuis sa création, Limédia⁸ rassemble trois volets différents. Mosaïque se concentre sur les ressources actuelles, là où Kiosque et Galeries concernent des documents patrimoniaux, qu'il s'agisse de presse ou d'illustrations. L'idée était de transposer dans le numérique la diversité de l'offre des

bibliothèques physiques et donc d'inclure la dimension patrimoniale.

De même qu'au sein des murs des bibliothèques, la fréquentation des sections dédiées au patrimoine est faible, de même, la fréquentation de Limédia Mosaïque est très largement indépendante de Kiosque et Galeries. Trois quarts des usagers de Mosaïque n'utilisent pas Kiosque et 86 % n'utilisent pas Galeries. Relevons que la minorité qui utilise Kiosque a plus de 8 fois plus de probabilités d'utiliser Galeries que les autres. Ces usagers qui cumulent les trois pratiques de Limédia ne représentent que 10 % des usagers. Ce sont les usagers très réguliers de Mosaïque (notamment pour les livres) qui ont le plus recours à ces ressources patrimoniales.

Un usage qui s'installe

Sept ans après son lancement en 2018, plus de la moitié (55 %) des usagers ont recours à Limédia depuis au moins deux ans contre 19 % depuis moins d'un an. Limédia s'installe comme une pratique ordinaire et son public n'est donc plus dans une phase de découverte. La plateforme est parvenue à capter un public et à le fidéliser. Le fait est notable dans un contexte technologique offrant une abondance de ressources en ligne.

Les usagers les plus anciens lisent plus souvent sur Limédia que les plus récents. Est-ce à dire que Limédia fidélise mieux les lecteurs ? Portée par les bibliothèques, elle capte un public familier et intéressé par la lecture.

Les bibliothèques, portes d'entrée à Limédia

Il faut être inscrit dans une bibliothèque pour accéder à Limédia. Mais comment en a-t-on connaissance ?

D'abord et avant tout par les bibliothèques elles-mêmes lors de l'inscription ou de visites (71 %). Une petite minorité (14 %) en découvre l'existence sur le

⁷ *Publics et usages des bibliothèques municipales en 2016*, Ministère de la Culture – Direction générale des médias et des industries culturelles, p. 33. En ligne : <https://www.culture.gouv.fr/thematiques/livre-et-lecture/actualites/Enquete-sur-les-Publics-et-les-usages-des-bibliotheques-municipales-en-2016>

⁸ <https://limedia.fr/#portail>

site Web de la bibliothèque. Cela pose la question de la possibilité d'un accès sans passer par les bibliothèques. Après tout, les clients de Netflix n'ont pas besoin de passer par le magasin de la Fnac ou autre...

Relevons que seuls 8 % des Limédianautes ont connu la plateforme par le bouche à oreille. Le numérique peut isoler ses usagers autour d'une pratique vécue comme personnelle. Cela réduit la possibilité pour Limédia de se faire connaître.

Un usage sur un outil personnel

La dimension personnelle de l'usage de Limédia se retrouve dans le support utilisé pour y accéder. Il s'agit d'abord d'un ordinateur portable (54 %) et ensuite, à parts à peu près égales, d'une tablette ou d'une liseuse (23 %) ou bien encore d'un téléphone portable (23 %).

Une infime minorité (0,4 %) utilise Limédia depuis un ordinateur de la bibliothèque. Cet usage n'est pas toujours possible et n'est sans doute pas beaucoup recherché par les usagers. Limédia n'est donc pas perçue par les Limédianautes comme le prolongement direct de leur bibliothèque physique mais comme pleinement numérique et accessible depuis n'importe où. Limédia est une ressource que l'on invite sur un support personnel quand on le souhaite.

Une source de loisirs

La diversité des ressources mises à disposition par Limédia ne dit rien de la manière par laquelle les Limédianautes vont s'en emparer (figure 2).

Quand on leur demande dans quel(s) but(s) ils utilisent Limédia, très peu signalent un travail dans le cadre de leur profession (3 %) ou de leur formation (3 %). Un peu plus mentionnent un besoin pratique (15 %) mais c'est surtout pour s'évader (62 %)

ou nourrir sa curiosité (60 %) qu'ils se tournent vers cette source. Limédia Mosaïque alimente bien la lecture publique telle qu'elle s'est historiquement installée en répondant à une diversité de demandes d'information, y compris de loisirs.

Quels outils de recherche ?

Comment se repérer dans l'abondance de ressources proposées par Limédia ? Nous avons interrogé les Limédianautes sur la fréquence avec laquelle ils utilisent les outils proposés par la plateforme elle-même.

La barre de recherche est plébiscitée et très peu ne l'utilisent jamais. Cet outil répond de la meilleure façon à la demande d'autonomie inhérente à la manière dont les individus contemporains se pensent et sont définis. « Je » veux un outil pour trouver ce que « je » cherche. Les suggestions sont moins recherchées mais pas non plus exclues car elles répondent aussi au souhait de découvertes de nombreux Limédianautes (seuls un quart d'entre eux n'utilisent jamais ces outils).

Les avantages de Limédia

Que pensent les usagers de Limédia des avantages du numérique par rapport aux ressources physiques ? Cette question permet de saisir ce qui fait l'attrait spécifique de Limédia (figure 3).

Limédia permet d'accéder à des ressources considérables sans entrer dans les bibliothèques. On pouvait faire l'hypothèse que cette possibilité offerte de contourner les interactions inévitables à toute fréquentation physique ferait partie des avantages de cette ressource. En réalité, seuls 3 % des Limédianautes apprécient de ne pas avoir à nouer des contacts sociaux. Ils s'accommodent de cette condition, loin de la rechercher.

Figure 2. Usages de Limédia (en pourcentage des répondants)

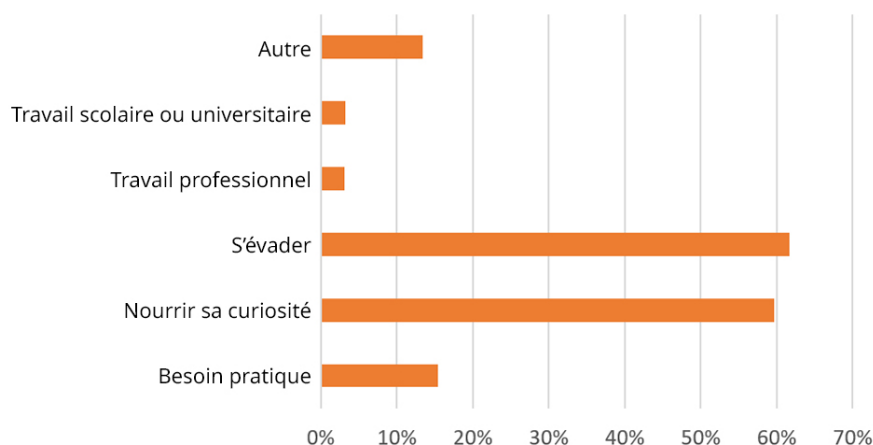


Figure 3. Les avantages de Limédia par rapport aux ressources physiques (en pourcentage des répondants)

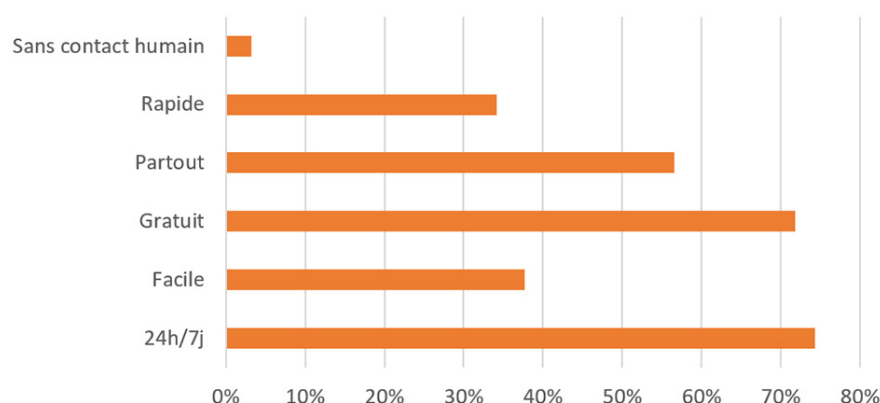
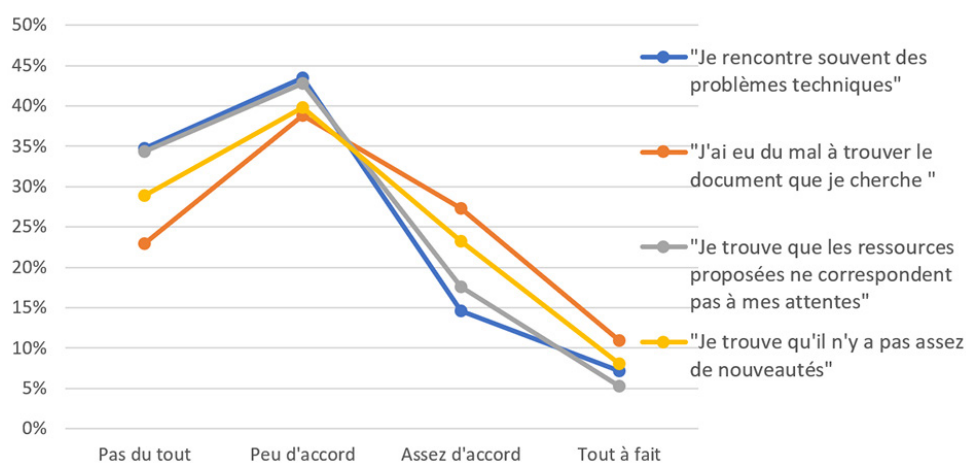


Figure 4. Les avis sur Limédia (en pourcentage des répondants)



Dans l'esprit des usagers, Limédia rime avec accessibilité, mais reste à voir de quel type : 74 % apprécie de pouvoir s'approvisionner en permanence. On leur donne un service quand ils en éprouvent le besoin. C'est un instrument de leur revendication d'autonomie. En creux, on peut y lire la demande pour de plus larges horaires d'ouverture des bibliothèques physiques...

La gratuité intervient comme deuxième argument (72 %). Pourtant, comme il faut passer par une bibliothèque (à l'inscription gratuite ou payante), l'accès à Limédia n'est pas plus gratuit que celui aux ressources physiques. Il s'agit donc peut-être plus d'une impression par rapport non pas aux documents des rayonnages, mais par rapport aux ressources numériques commerciales dont l'accès suppose un paiement soit ponctuel, soit sous forme d'abonnement, soit encore sous forme de publicité imposée.

L'accessibilité partout occupe une moindre importance dans le rapport aux documents numériques. Le moment apparaît plus important que le lieu de l'usage. Comme si la portabilité était devenue une évidence et que seul le temps n'était pas extensible.

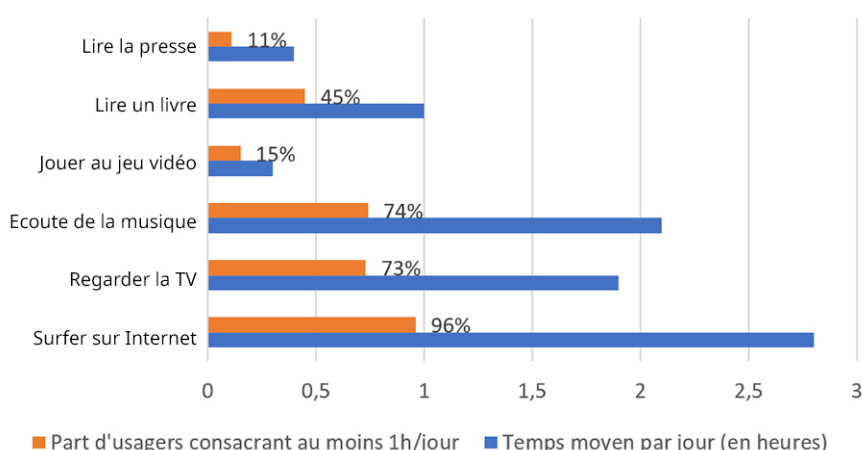
Une satisfaction et quelques réserves

Globalement, les Limédianautes sont tout à fait satisfaits de leur expérience de Limédia. Sur une échelle de 5, elle obtient la note de 4,1, soit la note moyenne que Google constaterait pour les entreprises⁹. Mais afin de préciser ce jugement, nous avons sollicité les usagers sur des énoncés fictifs à propos d'aspects précis du service en leur demandant leur degré d'accord ou de désaccord (figure 4).

Commençons par relever que les Limédianautes ont globalement du mal à exprimer de l'insatisfaction. C'est un cas général des enquêtes, et c'est la raison pour laquelle les phrases qu'ils avaient à juger étaient volontairement critiques. Malgré cette ruse, les Limédianautes peinent à faire état d'insatisfaction. Celle qui est la plus fréquente (38 % peu ou tout à fait d'accord) concerne la difficulté à trouver les documents recherchés. Et ce n'est pas l'absence

9 « Calculateur d'évaluation par étoiles : combien d'avis 5 étoiles vous faut-il ? » : https://ravecapture.com.translate.google/star-rating-calculator-how-many-reviews-to-reach-4-5-stars/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=fr&_x_tr_hl=fr&_x_tr_pto=rq

Figure 5. Pratiques culturelles des Limédianautes (en pourcentage des répondants)



d'outils qui est impliquée puisqu'ils existent. La difficulté à trouver ne dépend pas du type de document utilisé. Il s'agit donc sans doute là d'un point d'amélioration qui serait largement apprécié.

Le deuxième motif d'insatisfaction, en ordre décroissant de fréquence, concerne le regret d'un manque de nouveautés. On sait que les fournisseurs de contenu ne livrent pas facilement tout leur catalogue, et Limédia ne peut offrir à ses usagers qu'une partie de la production. On sait que pour les livres, le prêt numérique en bibliothèque (PNB) s'est construit comme un équilibre inégal entre les éditeurs et une profession en quête d'une offre numérique¹⁰. Notre enquête montre que les usagers perçoivent les effets de ce rapport de forces au travers du manque de nouveautés. Et d'ailleurs, les lecteurs de presse ou de livres expriment un niveau d'insatisfaction légèrement plus élevé que les usagers de musique ou de films.

Au-delà de la question des nouveautés, nous avons cherché à savoir si « les ressources proposées correspondaient à leurs attentes ». Le niveau d'insatisfaction est moindre (23 %) que celui observé sur le point précédent. L'abondance de documents proposés permet sans doute de satisfaire la diversité des goûts, même s'il reste une minorité non négligeable à exprimer une déception.

Vingt-trois pour cent des Limédianautes sont assez ou tout à fait d'accord avec l'idée qu'ils rencontrent souvent des problèmes techniques. Force est de constater que l'usage de la plateforme demeure incertain pour une partie des usagers. Cela peut constituer un frein tant le numérique est habituellement associé à un usage fluide. L'usage de Limédia implique de se familiariser avec l'interface, ses outils, fonctionnalités et obstacles.

Et face à ces problèmes techniques, l'aisance avec les outils numériques constitue une aide certaine. Les

Limédianautes se déclarant tout à fait à l'aise avec ces outils sont très nettement plus nombreux à ne pas se retrouver dans la phrase sur les problèmes techniques que ceux qui ne sont pas ou seulement un peu à l'aise (41 % contre 23 %). L'accompagnement des personnes les plus éloignées du numérique apparaît comme une condition de la diffusion de Limédia.

Les pratiques culturelles des Limédianautes

Le fait d'utiliser Limédia suggère un certain intérêt pour la diversité des supports et documents proposés. Quel est l'univers des pratiques culturelles des Limédianautes (figure 5) ?

Les Limédianautes se caractérisent par leur pratique de lecture de livres. En moyenne, ils y consacrent une heure par jour, ce qui est deux fois plus que ce que l'enquête du Centre national du livre¹¹ (CNL) de 2025 a enregistré dans la population française.

La presse a en commun avec les jeux vidéo d'attirer une faible part d'utilisateurs intensifs y consacrant au moins une heure par jour (respectivement 11 % et 15 %). Ces pratiques apparaissent un peu marginales par rapport à la télévision et l'écoute de musique, avec environ deux heures en moyenne et près de trois quarts d'utilisateurs intensifs. Musique et télévision occupent toujours une place massive dans la vie des Limédianautes. Mais c'est bien sûr le fait de surfer sur Internet qui occupe la place dominante des pratiques culturelles : 96 % y consacrent au moins une heure par jour et y passent en moyenne 2 heures 50. Si on y ajoute 1 h 53 dédiée à la télévision, cela totalise 4 heures 43 devant les écrans, là où le CNL aboutit à une moyenne de 3 heures 21 dans la population

10 Olivier Zerbib, « Prêter ou ne pas prêter ? Le service public de la lecture à l'épreuve du livre numérique », *Entreprises et histoire*, n° 122, avril 2026.

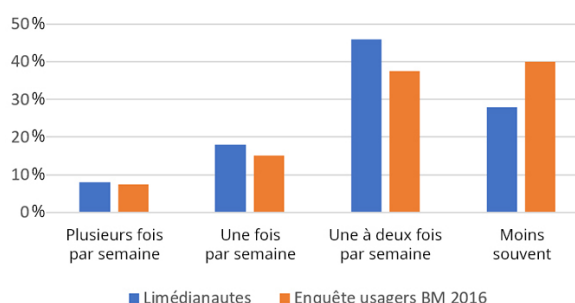
11 « Les Français et la lecture », Centre national du livre (CNL), 2025 : <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2025>

française. Les Limédianautes sont particulièrement exposés aux écrans. On a l'impression que leur usage de Limédia ne se substitue pas à d'autres usages numériques mais qu'il s'y ajoute.

La combinaison des fréquentations physiques et numériques

L'accès à Limédia suppose une inscription dans une bibliothèque. Pourtant, on repère que 6 % des Limédianautes déclarent ne jamais venir en bibliothèque. Il s'agit probablement d'utilisateurs indirects, c'est-à-dire qu'ils utilisent le compte d'un tiers pour accéder à la plateforme.

Figure 6. Fréquence des visites en bibliothèque (en pourcentage des répondants)



Loin de se substituer aux visites physiques, celles sur Limédia semblent se doubler d'une intense fréquentation des murs des bibliothèques (figure 6). La part des visiteurs venant moins d'une fois par mois est plus faible chez les Limédianautes que chez les usagers des bibliothèques municipales interrogés en 2016 (28 % contre 40 %). Le cumul des pratiques culturelles ne concerne pas seulement les différentes activités mais aussi les supports physiques ou numériques. Limédia attire un public curieux, y compris dans sa disponibilité à l'égard des outils numériques. Si la crainte existait de voir les murs des bibliothèques abandonnés du fait de la mise à disposition de ressources en ligne, l'enquête apporte un profond démenti.

Limédia ou le numérique pour les « boomers » ?

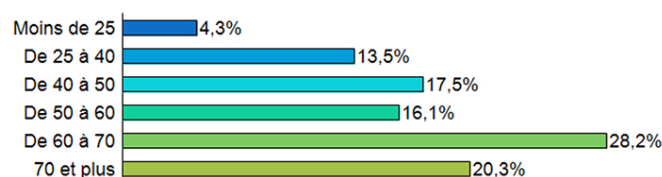
La plateforme répond à l'objectif d'inscrire les bibliothèques dans le cadre de la mutation de l'offre documentaire vers le numérique. Elle cherche donc à prendre le train des pratiques culturelles en reformulation. À ce titre, on aurait pu s'attendre à ce que les jeunes soient les premiers utilisateurs (figure 7).

Les données sont particulièrement frappantes puisque 50 % des usagers ont au moins 59 ans. Ceux ayant 70 ans et plus sont plus nombreux que ceux

ayant moins de 40 ans ! Limédia attire une large population qui a rencontré le numérique après sa période d'études. Les Limédianautes ne sont pas « nativement digitaux » et pourtant se tournent, davantage que les plus jeunes, vers Limédia. Pourquoi les jeunes sont-ils si peu présents ? La question mérite d'autant plus d'être posée que la fréquentation des bibliothèques diminue avec l'âge. Selon l'enquête du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) de 2025¹², 50 % des moins de 25 ans ont fréquenté une bibliothèque dans l'année, contre 30 % des 70 ans et plus.

Figure 7. Répartition par âge des usagers de Limédia

[Age moyen = 55,2 ans - Age médian = 59 ans]



Les personnes de plus de 60 ans avaient 20 ans avant 1985, elles ont grandi dans un monde sans numérique. Elles sont entrées dans ce monde après le temps de leur formation initiale et ont donc dépendu d'intermédiaires pour se familiariser avec les outils numériques. Le travail, la famille ont pu constituer le cadre de cet apprentissage. La bibliothèque fait partie de ces passeurs de confiance. Limédia bénéficie sans doute de ce statut car elle est portée par un service public. Relevons toutefois que le baromètre Delouvrier¹³ 2023 montre qu'en moyenne les personnes de 65 ans et plus n'ont pas une meilleure opinion que les autres classes d'âge à l'égard des services publics. Néanmoins, les Limédianautes de 60 ans et plus ont dû passer par la bibliothèque pour utiliser le service, alors même que leur âge réduit leur tendance à la fréquenter. Ils sont donc relativement atypiques et sans doute adhérents du modèle de la bibliothèque. À ce titre, ils sont donc peut-être plus enclins à se fier à cet équipement pour accéder à des ressources numériques.

À l'inverse, les personnes de moins de 40 ans ont vécu la massification du numérique dès leur jeunesse. Les « nouvelles technologies » étaient surtout « nouvelles » pour leurs parents ou leurs enseignants tant elles les ont intégrées dans leurs pratiques ordinaires. Dans ce cadre, elles ont rencontré sur Internet

12 Crédoc (Jörg Müller), *Visites des monuments, musées et expositions – Édition 2025*, rapport d'analyse, mars 2025. En ligne : <https://www.credoc.fr/publications/visites-des-monuments-musees-et-expositions-edition-2025>

13 *Les services publics vus par les Français*, Baromètre de l'Institut Paul Delouvrier, 24^e édition, décembre 2023, p. 26. En ligne : <https://www.delouvrier.org/wp-content/uploads/2024/02/Barometre-2023-Rapport-principal-resultats-complets-2.pdf>

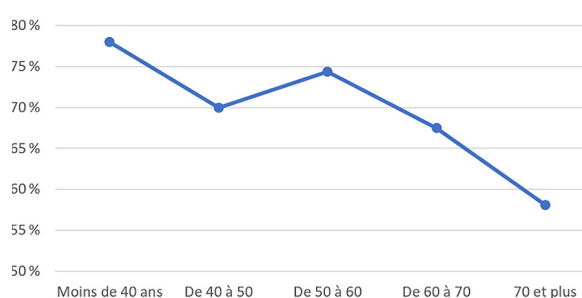
l'offre de textes, musiques et vidéos à la fois gratuite et payante. Une partie d'entre elles a basculé vers l'offre payante. Les acteurs commerciaux du Web ont su capter ces nouvelles générations en leur offrant une alternative à la télévision en direct, aux CD et DVD. Les géants Netflix, Deezer ou Spotify ont rencontré le succès par leur capacité à rencontrer les attentes des nouvelles générations. Alors que les bibliothèques sont largement fréquentées par les jeunes, elles n'ont pas réussi à installer l'évidence d'une offre numérique en ligne. Et par exemple, Limédia se présente comme un site web et non une application comme les acteurs commerciaux le font.

Limédia ou le numérique au féminin ?

Historiquement, la diffusion des outils numériques a commencé par les hommes. Désormais, les femmes sont devenues familières du numérique et dépassent même les hommes sur certains usages comme les réseaux sociaux¹⁴. On pourrait donc s'attendre à une parité entre hommes et femmes parmi les Limédianautes, voire à une surreprésentation masculine puisque deux tiers des Gallicanautes sont des hommes.

Pourtant, de façon assez nette, deux tiers des Limédianautes sont des femmes. Et cette féminisation progresse parmi les générations plus jeunes (figure 8).

Figure 8. Évolution de la part de femmes chez les Limédianautes selon l'âge (en pourcentage des répondantes)



Les générations plus âgées témoignent de ce retard des femmes dans l'accès au numérique. Les femmes de 70 ans et plus pâtissent de ce manque de familiarité dans leur recours à Limédia. À l'inverse, les moins de 40 ans ne sont pas entravées par cet obstacle et se tournent plus facilement vers la plateforme, dont la féminisation va mécaniquement augmenter du fait de ces nouvelles générations.

Les publics de Limédia ressemblent davantage aux publics des bibliothèques qu'à ceux du numérique. Et de même que les femmes se tournent

d'avantage que les hommes vers les associations pour recevoir un accompagnement gratuit à l'apprentissage du numérique¹⁵, on imagine qu'elles accueillent plus volontiers l'offre et la médiation des bibliothèques dans l'accès aux ressources numériques.

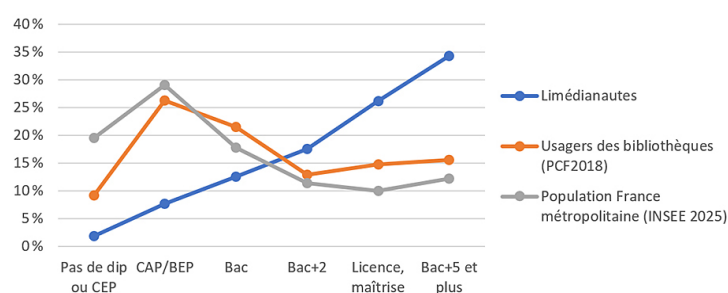
Mais, parmi le sous-ensemble des Limédianautes (inégalement composés de femmes et d'hommes), on repère des écarts selon le type de ressources. La presse et la musique en ligne sont un peu plus souvent utilisées par les hommes. À l'inverse, les livres sont plus souvent lus par les femmes. La structuration sociale des pratiques culturelles ne disparaît pas avec le changement du support physique vers le numérique.

Limédia, terre de diplômés

Depuis le début des enquêtes sur la fréquentation des bibliothèques, le niveau de diplôme apparaît comme l'information la plus discriminante¹⁶. On pourrait faire l'hypothèse que l'accès aux ressources numériques ne suit pas la même tendance.

De façon très nette, la comparaison des Limédianautes avec les usagers des bibliothèques et la population française montre une très forte surreprésentation des plus diplômés dans ce public (figure 9). Les titulaires d'une licence ou plus sont deux fois plus nombreux que leur part dans la population française, et les titulaires d'un diplôme inférieur au bac, cinq fois moins nombreux. Et même par rapport à la population des usagers des bibliothèques, l'écart est important. Ainsi, non seulement les ressources numériques ne réduisent pas les écarts selon le niveau de diplôme mais, au contraire, les accentuent.

Figure 9. Comparaison de la répartition des niveaux de diplôme chez les Limédianautes, les usagers des bibliothèques et la population française



Utiliser Limédia suppose non seulement l'envie, la curiosité, d'aller rechercher des ressources numériques mais il faut aussi connaître l'existence de cette

14 Crédoc (Pôle Société), *Baromètre du numérique*, rapport, mars 2025, p. 152 : <https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2025>

15 *Ibid.*, p. 298.

16 Claude Poissenot, « Penser le public des bibliothèques sans la lecture ? », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2001, n° 5, p. 4-12. En ligne : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-05-0004-001>

ressource et maîtriser les compétences pour trouver les documents recherchés. Et le niveau de diplôme confère une assurance permettant de surmonter les difficultés rencontrées tant dans le domaine technique que dans celui du classement des documents. Ces raisons peuvent expliquer ce puissant effet du niveau de diplôme dans la fréquentation de Limédia.

Limédia, soutien aux professions intellectuelles supérieures

Le milieu social n'est pas indépendant du niveau de diplôme mais il renvoie à des formes de socialisations professionnelles spécifiques. On peut chercher à repérer leurs effets sur la fréquentation de Limédia (figure 10).

Les Limédianautes se distinguent de la population française par leur âge plus élevé. Cela explique la surreprésentation des retraités et la sous-représentation des autres inactifs dont font partie les lycéens et étudiants. Mais les Limédianautes sont aussi plus rarement ouvriers (11 %) et beaucoup plus souvent cadres et de professions intellectuelles supérieures (29 %). Se confirme donc bien la difficulté de Limédia à desservir les catégories populaires et, au contraire, l'attrait qu'elle exerce sur les catégories supérieures. Elle leur offre des ressources à même de nourrir leurs intérêts personnels et professionnels et, ce faisant, à soutenir leurs pratiques de sociabilité. Le seul élément allant dans le sens d'une forme de démocratisation se situe dans la place égale des employés parmi les Limédianautes et dans la population française.

Le changement immobile

Limédia correspond à un renouvellement de la bibliothèque. Celle-ci disparaît en tant que lieu et crée ainsi les conditions d'une accessibilité étendue. Les Limédianautes peuvent choisir quand et où ils veulent parmi une offre documentaire étendue. En

cela, la plateforme se conforme à l'aspiration vers l'autonomie d'une partie de la population desservie.

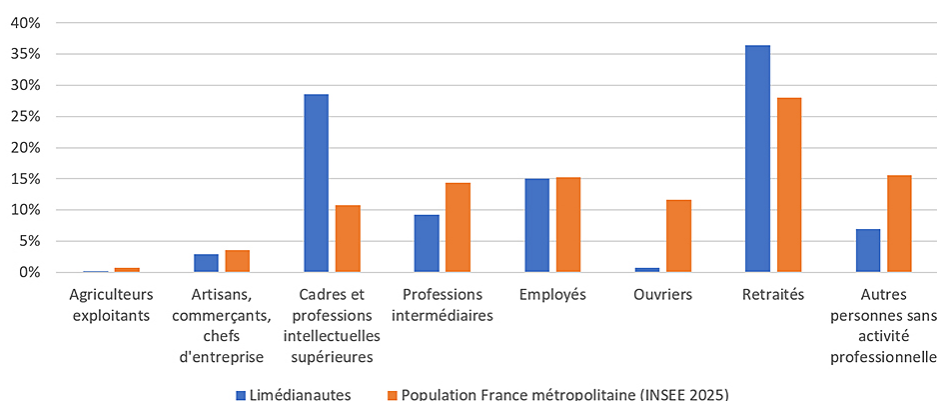
Et Limédia a su capter un large public avec ses plus de 10 000 usagers. L'enquête a montré l'existence de Limédianautes fidèles dans leurs usages, et une partie d'entre eux sollicitent très régulièrement les services de la plateforme. Il reste que la diffusion de Limédia demeure limitée quand on la rapporte à la population desservie. Elle parvient à capter la part du public qui fréquente le plus les bibliothèques physiques. Elle accentue l'écart entre les caractéristiques de la population et celles de ses usagers en attirant les plus diplômés. Elle renforce aussi la féminisation des publics des bibliothèques. C'est seulement sur l'âge qu'on assiste à une forme de renouvellement, au sens où les Limédianautes sont plus âgés que les usagers des bibliothèques. Même si cela peut s'expliquer par le fait que les jeunes renouvellent l'usage physique du lieu par une fréquentation visant moins à s'emparer de documents qu'à séjourner pour travailler sur ses propres documents, ou se livrer à des activités organisées ou non par la bibliothèque. Les plus âgés qui ont grandi dans une conception largement documentaire de la bibliothèque trouvent dans Limédia son parfait prolongement.

Trois scénarios

Riches de ces constats, on peut penser que Limédia est durablement installée dans le paysage, à l'instar de certaines institutions culturelles, avec un public cultivé qui lui sera fidèle. Ce scénario est celui du statu quo et il paraît viable même si on peut s'attendre à un vieillissement des Limédianautes et donc, à terme, à son affaiblissement.

Un autre scénario consisterait à modifier la situation en permettant un accès qui ne suppose pas une inscription en bibliothèque. Cette option viserait à ancrer Limédia non dans une logique bibliothéconomique mais dans celle d'une offre publique de ressources numériques. L'accès à Mosaïque ne serait plus

Figure 10. Comparaison de la répartition des catégories socioprofessionnelles (CSP) chez les Limédianautes et la population française



conditionné à une inscription dans une bibliothèque mais à une procédure pouvant être totalement effectuée en ligne. Il s'agirait de prendre acte de la logique du numérique qui implique fluidité et immédiateté. Cela ouvrirait largement les portes de Limédia en levant le verrou de l'inscription préalable. Bien sûr ce scénario « tout-numérique » aurait des incidences sur les usages et pourrait renchérir les coûts payés aux fournisseurs de contenu. Cela poserait également la question de la vérification de l'appartenance des usagers à une collectivité partenaire de Limédia. Plus largement, ce scénario pose la question du positionnement des bibliothèques sur l'offre publique de ressources numériques vivantes. Si ce choix était fait, l'échelon pertinent devrait être idéalement national car le numérique abolit les distances. Il est regrettable que la BnF ne soit pas motrice et actrice de cette mutation dont l'enjeu consiste à « mettre de la bibliothèque, c'est-à-dire de la gratuité, du commun et de la sélection, dans l'univers numérique. À défaut, il serait judicieux que les collectivités se réunissent autour d'un acteur unique (comme Limédia) pour bénéficier d'économies d'échelle à la fois dans la gestion de la plateforme et dans les négociations avec les fournisseurs de ressources.

Entre ces deux scénarios, on pourrait imaginer de faciliter le lien entre la bibliothèque et l'utilisateur potentiel de Limédia. Cela passerait par une inscription spécifique qui inverserait l'ordre : les usagers seraient d'abord (provisoirement ?) inscrits à Limédia avant de pouvoir utiliser leur abonnement dans les murs de la bibliothèque. Nul doute que cela pourrait permettre aux bibliothèques de « conquérir » des usagers physiques ramenés par leur découverte de Limédia. Mais cette ouverture dans la démarche d'inscription ne suffira pas à élargir la base sociologique des Limédianautes. Les documents grand public ne sont pas toujours mis à disposition par les fournisseurs de Limédia. C'est un enjeu car il est difficile d'attirer de nouveaux publics s'ils ne trouvent pas de documents dont ils sont familiers. Cela est vrai des livres comme des films notamment. Il s'agirait de mettre en valeur l'offre grand public proposée par Mosaïque de façon à capter l'attention des usagers potentiels. Les publics actuels pourront toujours s'accommoder de ne pas trouver leurs références « élitistes » dans la communication. Ils sont acquis à la bibliothèque et à son offre, au contraire des publics potentiels qui restent à « séduire ». 