

La signalétique en bibliothèque

« La bibliothèque correctement signalisée, c'est le labyrinthe positif, c'est le contraire de la jungle, c'est le labyrinthe attirant et instructif qui conduit au but tout en laissant des choix ouverts. »

Michel Piquet, *Court traité de signalétique à l'usage des bibliothèques publiques*, p. 27.

Donner une identité à la bibliothèque est un des enjeux actuels. Signaler la bibliothèque participe à la constitution de cette identité. Dans la continuité des projets architecturaux, la signalétique crée une ambiance particulière en plus de son rôle d'orientation. Les bibliothécaires utilisent de plus en plus des techniques de *marketing* ou de *merchandising*, auparavant réservées au secteur privé, pour mettre en avant leurs collections, donner de l'originalité à leur institution, créer des marques dans lesquelles les usagers se reconnaîtront.

Cette fiche a pour objectif de donner quelques notions sur la signalétique (caractéristiques, conseils) et sur la constitution de l'identité d'une bibliothèque.

Une bibliographie sélective vous permettra d'approfondir cette thématique.

1. Signalétique en bibliothèque : définition et caractéristiques

1.1. Définition

La signalétique a pour but d'informer le lecteur sur « les caractéristiques de l'établissement, ses collections et services, son fonctionnement et sa réglementation, les circuits du public et des documents »¹. Elle a pour objectif d'informer, d'orienter, de qualifier, d'alerter pour rendre le lecteur autonome.

Organiser la signalétique du bâtiment, c'est mettre en place une orientation à la fois à l'extérieur et à l'intérieur de la bibliothèque s'adressant à des utilisateurs multiples, avec des niveaux de connaissances, d'accès différents pour ne pas dire divergents.

¹ Chaintreau, Anne-Marie, Gascuel, Jacqueline, *Votre bâtiment de A à Z*, Paris : éditions du Cercle de la librairie, 2000, p. 244.

La signalétique concerne également les collections et accompagne classements et classifications.

1.2. Architecture et signalétique

La signalétique, ou science de la signalisation, est une discipline qui s'est complexifiée, dans la prolongation de l'architecture. Elle est devenue un métier à part entière, avec ses codes et ses principes : création de cabinets spécialisés sur le sujet et regroupant compétences diverses (typographe, coloriste, graphiste, designer, plasticien etc.)². La signalétique s'inscrit dans la continuité des projets architecturaux et doit être pensée en même temps que l'aménagement des locaux.

En fonction des situations, la signalétique est pensée par l'architecte, par les graphistes (on trouve aussi le terme de signaléticien), ou par les bibliothécaires. Chacun contribue à la définition de la signalétique idéale et c'est la collaboration de ces acteurs qui permet d'orienter correctement et de manière esthétique les usagers.

Il arrive que la signalétique fasse l'objet de marchés publics spécifiques.

La signalétique fait parfois l'objet d'une communication auprès du public pour expliquer la charte graphique et renforcer ainsi l'identité du lieu.

Exemples :

- Signalétique de la BU Sciences de Limoges : <https://www.facebook.com/watch/?v=743323463201403> (consulté le 12/07/2024)
- Médiathèque départementale de Seine-et-Marne : <https://mediatheque.seine-et-marne.fr/fr/actualites/valorisation-des-collections> (consulté le 12/07/2024)

1.3. Types de signalétique

1.3.1. Signalétique des bâtiments

On peut distinguer trois catégories :

- Signalétique d'orientation : à l'extérieur et à l'intérieur de la bibliothèque, elle permet d'identifier l'établissement, les différents espaces, les bureaux d'accueils, les pôles documentaires, les présentoirs de nouveautés, etc.
- Signalétique de fonctionnement : il s'agit des notices explicatives d'une machine, d'une salle, d'un service... Les cartels d'exposition en font par exemple

² La signalétique du site François Mitterrand (BnF) a par exemple été imaginée par le cabinet Visuel Design et son directeur Jean Widmer.

partie.

- Signalétique de sécurité : elle est obligatoire dans les Etablissements recevant du public (ERP) et concerne notamment les plans d'évacuation, l'indication des sorties de secours, l'emplacement des extincteurs, la dénomination des locaux spécifiques, les risques potentiels etc.

1.3.2. Signalétique des collections

Les collections de la bibliothèque disposent d'une signalétique propre à chaque établissement. Le respect d'une charte graphique associée à une charte documentaire permet à l'utilisateur de conserver les mêmes repères au sein d'un établissement ou d'un réseau de bibliothèques. En fonction de la politique documentaire, de la classification, de l'action culturelle, la signalétique permet de guider le lecteur, de le conseiller, de lui suggérer des documents.

On peut distinguer trois catégories :

- Signalétique liée au classement : elle va du général au particulier et concerne les plans de classements, les indications documentaires en tête de gondole, les domaines sur les tablettes ou les serre-livres.
- Signalétique liée à l'utilisation des documents : cela concerne essentiellement les règles de prêt spécifiques, par exemple « Usuel », « A consulter sur place », « Prêt une semaine », « Manuel ».
- Signalétique liée à la médiation : on peut citer à titre d'exemple les étiquettes indiquant des nouveautés, des thématiques choisies par les bibliothécaires, des coups de cœur. Cela concerne aussi les signets laissés dans les documents. La médiation des ressources numériques peut se faire par l'intermédiaire des ressources papier : QR code, étiquette pour indiquer que le document est aussi disponible en ligne, etc.

1.3.3. Signalétique d'accessibilité

La signalétique n'est pas seulement associée à du texte ou à une image, elle peut prendre la forme sonore, visuelle ou tactile, notamment pour les personnes disposant d'« handicaps visuel, auditif, moteur, psychique, mais aussi femmes enceintes, personnes âgées, à forte corpulence, de petite taille ou illettrées ou ne maîtrisant pas la langue française »³.

³ <https://www.batiactu.com/edito/la-signalétique-un-enjeu-d-avenir-pour-l-accessibi-37635.php>
(consulté le 16/08/2026)

Dans la continuité de la loi sur l'accessibilité (2005), l'AFNOR a défini une norme concernant la signalétique d'accessibilité aux personnes handicapées dans les ERP publiée en 2014 : BP P96-104.

On peut citer comme exemples : les bandes podotactiles, le braille, le doublage sonore des pictogrammes, les signaux lumineux, etc. Ces éléments concernent tous les types de signalétique.

1.4. Quels sont les éléments qui composent la signalétique ?

La signalétique prend en compte une multitude de critères qui sont détaillés dans cette partie.

Charte graphique : document qui décrit et définit l'ensemble des règles à respecter au regard des caractéristiques et des contraintes des lieux. Elle constitue l'identité graphique d'une institution. Selon les établissements, la charte graphique peut être imposée par le cabinet d'architecture ou par le service de la communication. Elle est en général définie au niveau de l'Université pour les bibliothèques universitaires et de la collectivité pour les bibliothèques territoriales.

Quelques exemples de chartes graphiques :

<http://chartes-graphiques.com/index.html> (consulté le 12/07/2024)

Police de caractère : la lisibilité est le principal critère de choix et prend en compte l'épaisseur des caractères, les espaces entre les lettres, l'interlignage, les marges. Vient ensuite le dessin : forme des lettres, présence ou non d'empattement. La taille de la police doit faire l'objet d'essais grandeur nature : deux ou trois tailles de police sont suffisantes pour hiérarchiser l'information en fonction des distances de lecture. Il est conseillé de n'utiliser qu'une seule police de caractère pour toute la signalétique de l'établissement.

Pictogrammes : le texte est parfois accompagné ou remplacé par des pictogrammes. Certains signaux sont conventionnels et compris par tous (flèches, escalier, ascenseur, toilettes, interdiction de fumer, handicap etc.). Il existe des références normatives pour les ERP :

- ISO 7001 : Symboles graphiques – Symboles destinés à l'information du public
- Afnor NF X05-050 : Symboles graphiques et pictogrammes – Identification des services et produits accessibles à toutes personnes présentant des difficultés de lecture – Pictogramme d'accueil, d'accompagnement et d'accessibilité.

Pour les collections, il est beaucoup plus délicat de remplacer le texte par un simple pictogramme : comment, par exemple, indiquer clairement les domaines Philosophie, Informatique, Science ? Les pictogrammes choisis risquent de ne pas être compréhensibles par tous. C'est pourquoi ils accompagnent le texte la plupart du temps.

Couleur : les couleurs employées doivent présenter un contraste important entre le texte/pictogramme et le fond pour rester lisibles⁴. Certaines associations sont déconseillées : bleu sur rouge par exemple. Les tons pastel sont préférables car s'intègrent plus facilement. Le texte clair sur fond foncé semble plus lisible que l'inverse. Certaines couleurs sont destinées à des informations de sécurité et ne doivent donc pas être utilisées ailleurs, au risque de troubler l'utilisateur : rouge (interdiction, danger), vert (direction obligatoire ou autorisée), bleu (obligation).

De nombreuses bibliothèques utilisent des couleurs pour distinguer des pôles documentaires. La norme ISO 9241-8 recommande de ne pas utiliser plus de 6 couleurs pour faciliter la mémorisation.

Composition graphique : il s'agit de l'agencement du texte ou du pictogramme sur le support. Pour l'ensemble des documents imprimés (affiches, dépliants, flyers, etc.) la Ville de Paris a par exemple choisi de placer son logo dans une marquise qui encadre l'ensemble de l'information⁵.

Support : le support est à la fois le matériau utilisé pour accueillir la signalétique (bois, carton, métal, plexiglas, tissu etc.), le type de lettrage (sérigraphié, imprimé, gravé, en relief, etc.) et le mode d'accrochage (suspendu, scotché, sur un présentoir, etc.).

Localisation : l'emplacement de la signalétique est capital et doit aller du général au particulier. Cela doit tenir compte des flux : quels sont les carrefours qui nécessitent de l'orientation ? A quels endroits les usagers sont susceptibles de ralentir et donc de lire et mémoriser de l'information ?

Le positionnement de la signalétique est aussi essentiel : de préférence perpendiculairement au sens de circulation, visible dès l'entrée dans la pièce, dans une zone éclairée et dégagée.

La surcharge d'information tue l'information. Il faut donc réfléchir aux données essentielles que l'on veut communiquer. A l'extérieur de la bibliothèque, le lecteur cherchera par exemple à situer l'établissement (enseigne, kakemono...) et à

⁴ Au moins 70 % de contraste d'après Véronique Lancelin. Cf. bibliographie.

⁵ <https://www.grapheine.com/actulogo/nouvelle-identite-visuelle-pour-paris> (consulté le 16/08/2026)

connaître ses horaires d'ouvertures. Dans le hall d'accueil, on recherche le bureau de renseignement, un plan éventuel, des orientations.

La signalétique des collections s'appuie également sur une gestion des flux (zones chaudes, zones froides) : on place les présentoirs de nouveautés ou les sélections bibliographiques dans les lieux de passage ou en tête de gondole. Les documents liés à la signalétique doivent être correctement rangés et disposés pour attirer l'utilisateur. On indique les domaines documentaires sur les étagères ou sur les serre-livres. Cela renforce la compréhension du système de classement et l'autonomie des lecteurs.

Information : la signalétique vient en complément d'autres outils de communication comme le guide du lecteur et le site Internet. Elle doit donc être concise et parfaitement compréhensible.

L'information peut figurer en plusieurs langues en fonction de l'établissement (bibliothèque à visée internationale, possédant un fonds de langue régional, etc.). Il faut aussi prendre en compte la loi Handicap du 11 février 2005 et introduire des traductions en braille et de la signalétique sonore.

2. Réussir sa signalétique

Dans leur ouvrage *Votre bâtiment de A à Z*⁶, Anne-Marie Chaintrau et Jacqueline Gascuel font un résumé des bonnes et mauvaises pratiques de la signalétique :

	Une signalétique de qualité, c'est :	Ce n'est pas :
<i>Le message</i>	• Une information hiérarchisée, du général au particulier • Une seule idée à la fois • Un texte court, significatif et intelligible	• Du jargon bibliothéconomique • Une information contradictoire ou périmée • Des fautes de frappe ou d'orthographe

⁶ Cf. bibliographie p. 247.

<i>L'écriture</i>	• Un graphisme ou un pictogramme • Des caractères de bonne taille, d'une même famille typographique • Des signes conventionnels • Un rapport de couleurs	• Des caractères trop petits, ou trop grands • Un excès de couleurs (les nuances sont peu mémorisables) • Des couleurs inconciliables qui rendent le texte illisible
<i>Le support</i>	• Un panneau, une bannière • Pratique, esthétique et nettoyable	• Un support lourd, laid, sale, branlant, collé au scotch, etc.
<i>L'environnement</i>	• Un panneau implanté aux nœuds de circulation • Bien dégagé • Bien éclairé	• Un panneau en dehors du champ visuel • Dans un sens contraire à la circulation • Dans l'ombre, en contre-jour
<i>Le système</i>	• Une charte graphique constante • Un système modulable, flexible, adaptable, etc.	• Un système inamovible, hétéroclite, laissant des traces indélébiles

3. Renforcer l'identité de la bibliothèque

Dans un contexte informationnel et médiatique de plus en plus concurrentiel, les bibliothèques continuent de défendre leurs valeurs. Pour se faire connaître sur les moteurs de recherche ou dans les villes parmi une multitude de structures culturelles, les bibliothèques travaillent de plus en plus sur leur identité et leur image.

3.1. Valoriser la bibliothèque en tant qu'institution

Dans l'ouvrage dirigé par Jean-Philippe Accart *Personnaliser la bibliothèque...?*⁷, il est question de l'utilisation des techniques du *marketing* public, notamment en ce qui concerne l'idée de marque. Les termes de communication et de médiation sont plus souvent utilisés mais participent bien à une réflexion *marketing*.

La marque repose sur cinq piliers : la valeur, la vision, les ambitions, la promesse et l'histoire. Cela est bénéfique à la fois pour les usagers qui verront dans la bibliothèque un lieu pratique et garantissant une qualité de l'information, et pour les bibliothécaires qui auront plus de facilité à défendre leur établissement, à se distinguer des autres institutions. Être une marque permet également une plus grande reconnaissance des tutelles et favorise la pérennisation d'un lieu ou d'un bâtiment.

Des professionnels ont également travaillé sur les noms des bibliothèques. On distingue 50% de bibliothèque et 50% de médiathèques, mais cette distinction ne définit par leur contenu⁸. Des établissements ont même choisi de supprimer « bibliothèque » de leur nom : par exemple LILLIAD (Université de Lille) ou les Sept Lieux (bibliothèque municipale de Bayeux).

Les logos des bibliothèques sont particulièrement travaillés et font référence à une charte graphique. Ils définissent l'identité de la bibliothèque dans son environnement : référence à l'architecture du bâtiment, à l'histoire de l'institution, déclinaison d'un fonds spécifique, référence à la collectivité ou l'institution de rattachement, lié à l'activité... Les logos sont déclinés sur tous les supports de communication. On les trouve également sur les badges identifiant le personnel de la bibliothèque.

Le projet de la **future enseigne nationale des bibliothèques** : initié en 2022 par l'Association des Directrices et Directeurs de Bibliothèques Municipales et de Groupements intercommunaux des Villes de France (ADBGV) afin d'améliorer l'identification des bibliothèques sur le territoire. Lauréat parmi 5 projets, c'est celui de Edith Clavel, David Fourré et Olivier Douzou qui remporte le vote. Cette nouvelle enseigne commune pour les bibliothèques pourra être installée dès l'automne 2022.

⁷ Cf. bibliographie

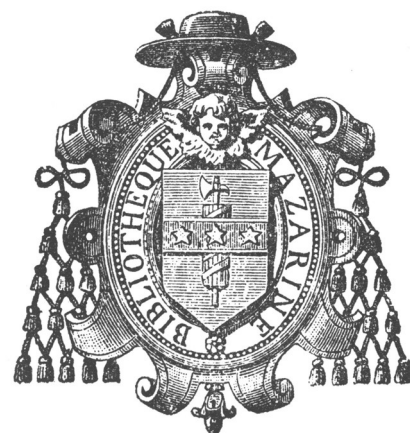
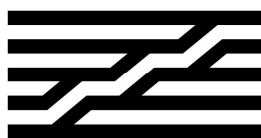
⁸ Lejeune, Albane. Cf. bibliographie.



Pour en savoir plus : <https://enseignebibliotheques.fr/projet/> (consulté le 16/08/2026)

Exemples de logos⁹

**Bibliothèque publique
d'information
Centre Pompidou**



Bibliothèque universitaire
des langues et civilisations



⁹ Un lien hypertexte vers l'institution est rattaché à chaque image
Contributeur(s) : R.Raymond / MAJ : A.Bigot
sur 13

3.2. Valoriser le travail des bibliothécaires

Les bibliothécaires participent pleinement à entretenir l'image de leur institution. Leurs connaissances générales, leur formation professionnelle, leur compréhension des collections sont autant d'éléments qu'ils peuvent mettre à profit pour orienter, conseiller, former les lecteurs, mais aussi sélectionner et valoriser les collections. La charte graphique et la signalétique viennent en soutien à ces missions. Nicolas Beudon va même jusqu'à utiliser le terme réservé au commerce de *merchandising*¹⁰. On peut distinguer la valorisation des collections et la valorisation des services.

La valorisation des collections se fait selon plusieurs critères : nouveauté de la publication, thématiques particulières, appréciation des bibliothécaires ou des usagers. Elle est une véritable plus-value aux simples acquisitions et vient en complément de l'action culturelle.

Les bibliothécaires ont su valoriser leurs fonds sous des formes très diverses : tables thématiques, présentoirs, bibliographies, signets, etc. Une médiation numérique est aussi possible : articles, lettres d'information, *libguides*, sélections via le catalogue, etc.

Les services de la bibliothèque (service de questions/réponses, formation, accès numérique, etc.) sont aussi mis en avant par des supports de communication devenus très graphiques et une signalétique efficace. Cela renforce l'intégration de la bibliothèque dans son environnement (pourquoi venir à la bibliothèque si je peux tout obtenir en ligne ?) et donc son identité.

4. Bibliographie sélective

Cette dernière partie est consacrée à la bibliographie qui a permis de constituer cette fiche. Vous pouvez également vous référer à d'autres fiches du tronc commun qui abordent des sujets proches, notamment 5-3 Communication et médiation.

Accart, Jean-Philippe (dir.), *Personnaliser la bibliothèque : construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation*, Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, coll. Boîte à outils, 2018.

Articles du blog Chemins faisants (consulté le 16/08/2026) :

- [Focus merchandising 2 : la bibliothèque publique d'Edmonton](#), 19 avril 2019 (consulté le 16/08/2026)

¹⁰ [Focus merchandising 2 : la bibliothèque publique d'Edmonton](#), 19 avril 2019 (consulté le 16/08/2026)

- [Comment trouver un nom pour une médiathèque ?](#), 3 mars 2018 (consulté le 16/08/2026)

Bürki, Reine, « La signalétique et la règle : petit voyage en territoire balisé », Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2013, n° 4, p. 9-12. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026)

Chaintreau, Anne-Marie, Gascuel, Jacqueline, *Votre bâtiment de A à Z*, Paris : éditions du Cercle de la librairie, 2000.

Cortat, Matthieu, « Question(s) de caractères : un entretien typographique », Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2015, n° 6, p. 86-99. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026)

Lancelin, Véronique, « La signalétique des lieux », in Bisbrouck, Marie-Françoise (dir.), *Bibliothèques d'aujourd'hui : à la conquête de nouveaux espaces*, Paris : éditions du Cercle de la librairie, 2014, pp. 377-382.

Lejeune, Albane, *La dénomination des bibliothèques territoriales : analyse et perspectives*, ENSSIB, mémoire d'étude pour le diplôme de conservateur des bibliothèques, 2013. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026)

Narayan, Bhuva, Luca, Edward, Beudon, Nicolas, « Utiliser le design thinking pour repenser la signalétique en bibliothèque universitaire », I2D – Information, données & documents, 2017/1 (Volume 54), p. 59-61. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026)

Piquet, Michel (dir.), *Court traité de signalétique à l'usage des bibliothèques publiques*, Paris : éditions du Cercle de la librairie, 2003.

Soulas, Christine (dir.), *(Ré)aménager une bibliothèque*. Nouvelle édition. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, coll. Boîte à outils, 2017.

Valotteau, Hélène, *Couleurs en bibliothèque : architecture, signalétique, esthétique*, ENSSIB, mémoire d'étude pour le diplôme de conservateur des bibliothèques, 2011. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026)

Verron, Pierre-Louis, *La notion de marque pour les bibliothèques*, ENSSIB, mémoire d'étude pour le diplôme de conservateur des bibliothèques, 2013. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026)

Vidal, Jean-Marc (dir.), *Faire connaître et valoriser sa bibliothèque*, Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, coll. Boîte à outils, 2012. [Accessible en ligne](#) (consulté le 16/08/2026).