



# Etude d'aide à la qualification et d'énumération des impacts des bibliothèques de lecture publique

Ministère de la Culture  
(Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles)  
Service du livre et de la lecture  
Observatoire des Politiques Culturelles

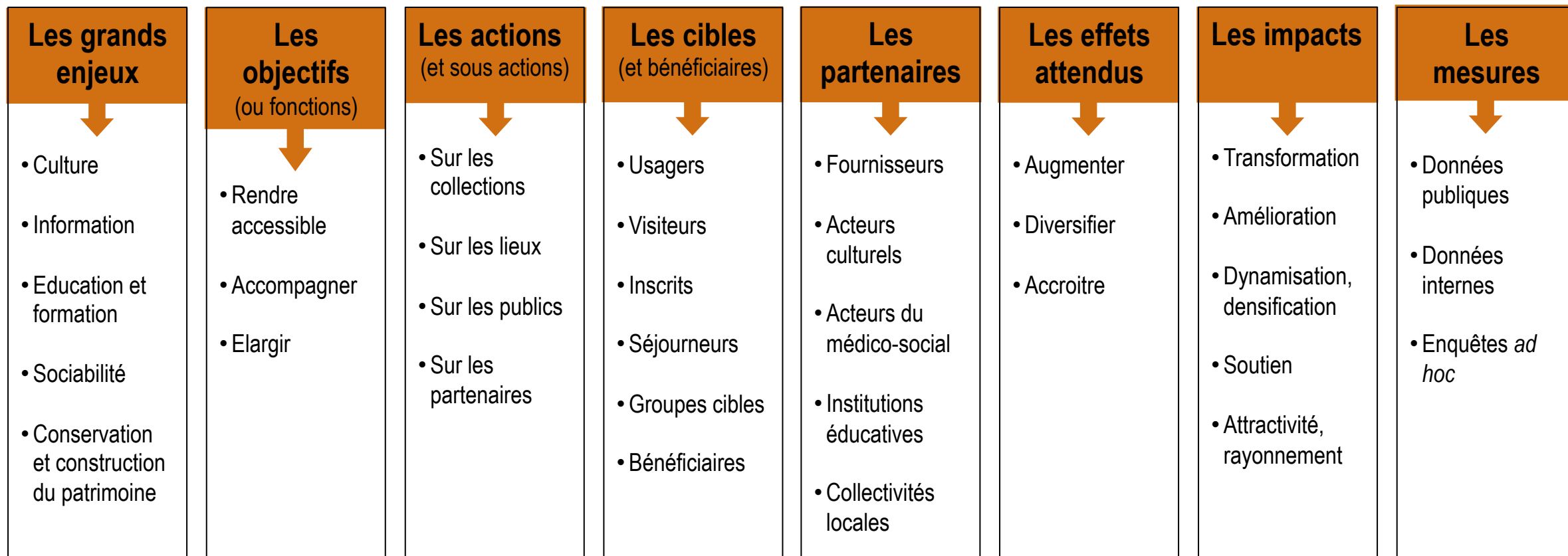


# Méthode & terminologie mobilisées

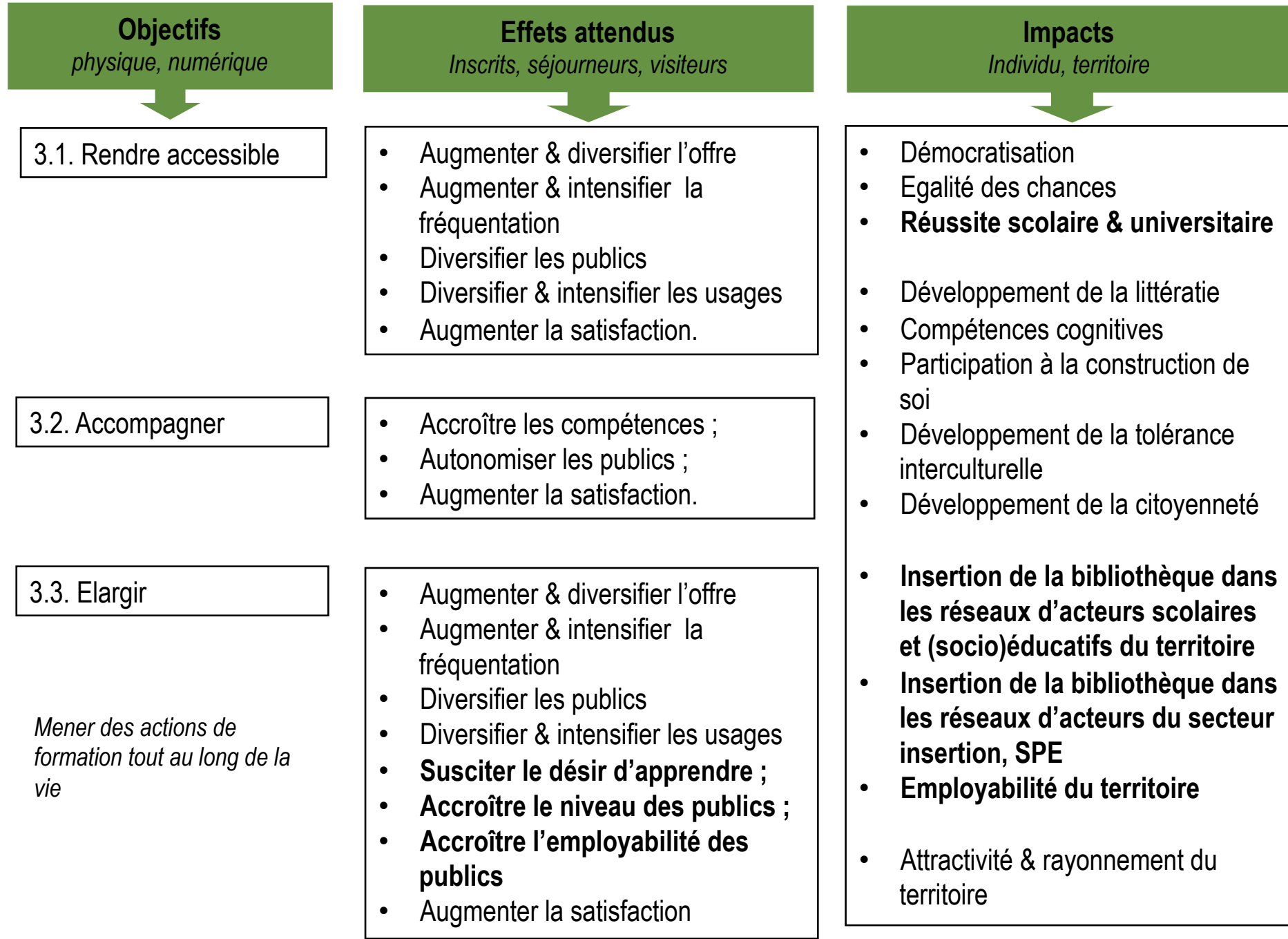
Une étude en deux phases :

1. qualification et méthode d'identification des effets et des impacts (janvier-mars)
2. entretiens et échanges sur 4 terrains (avril-mai)

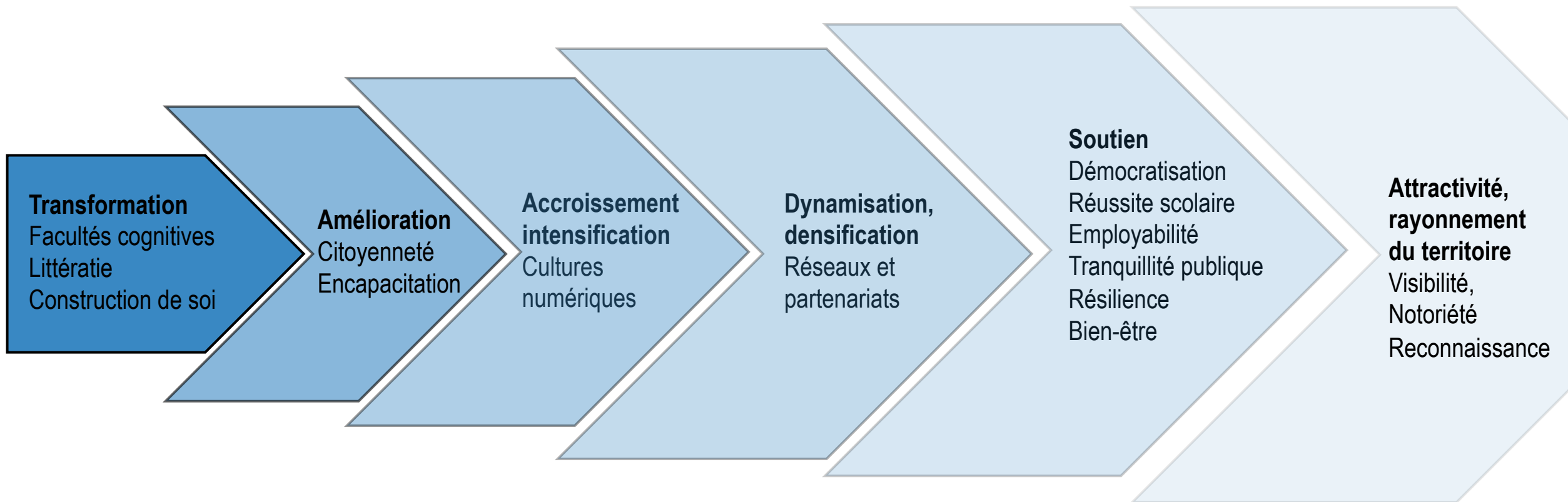
Equipe : Cécile Martin (OPC), coordinatrice / Pierre le Quéau et Olivier Zerbib (UGA), sociologues / Elise Butel (OPC), chargée d'études.



## Enjeu 3. Augmenter le niveau éducatif du territoire



# Les registres d'impacts



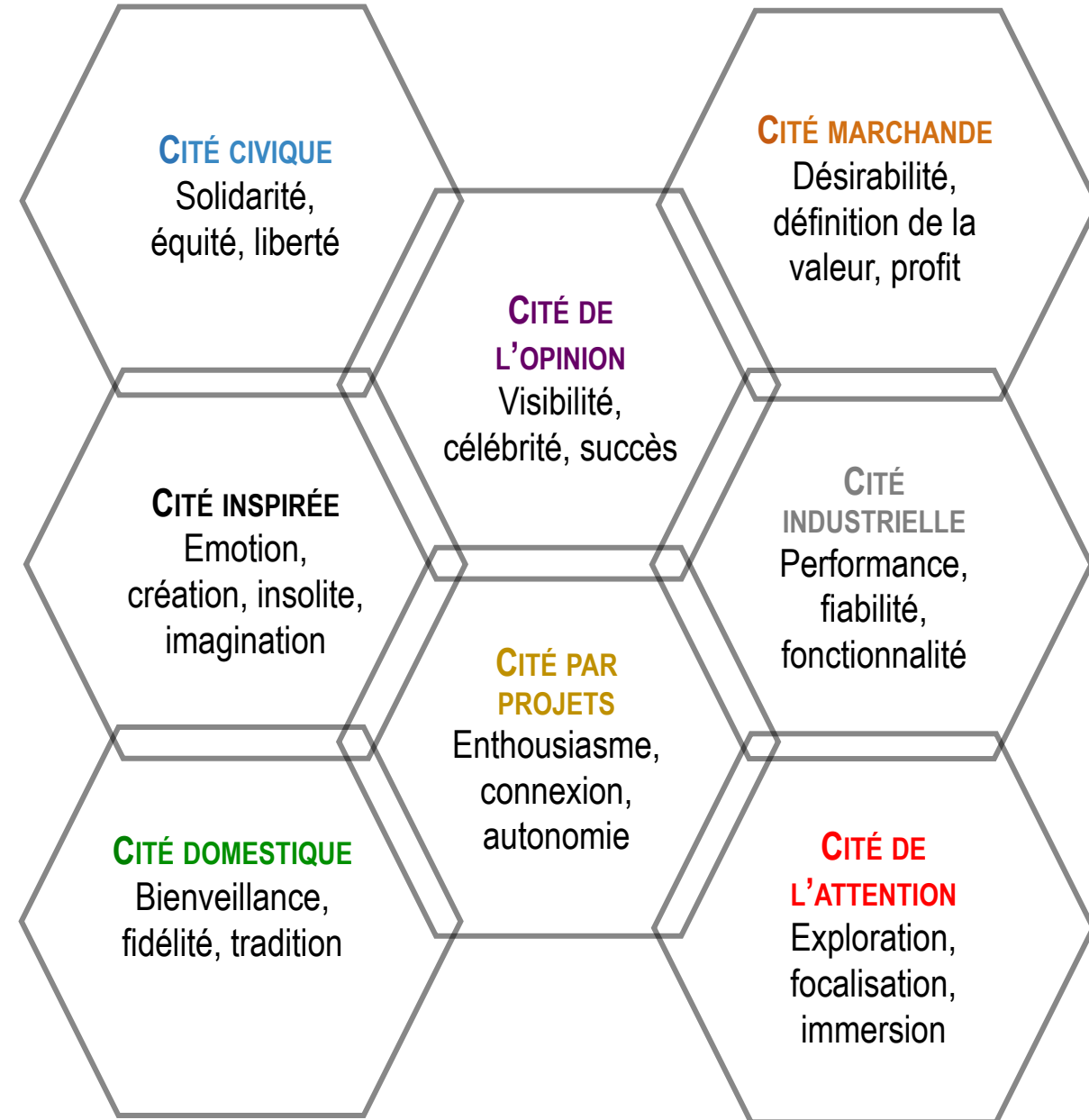
Individus

Territoire



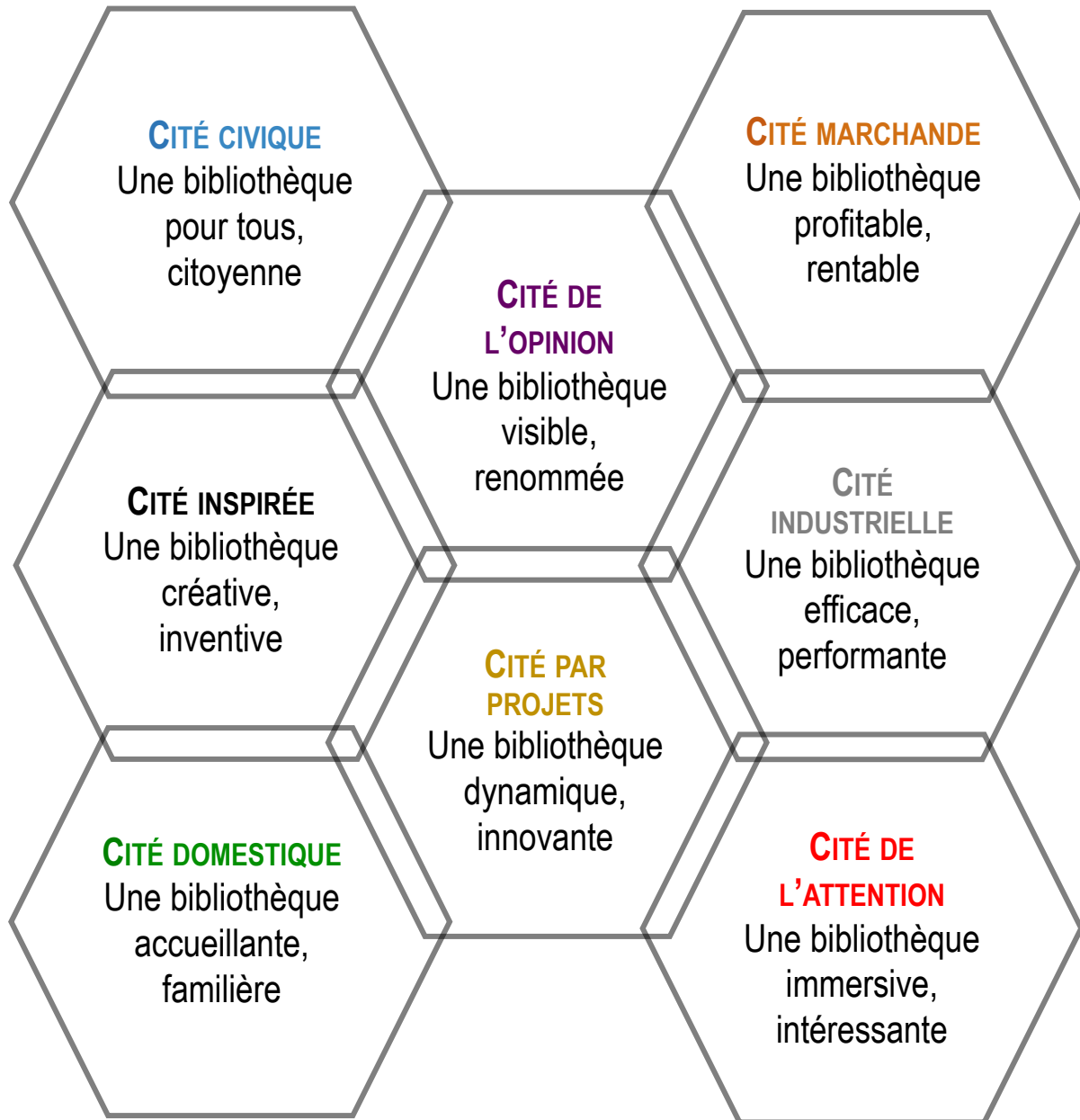
## Evaluation et principes de justification – Valeurs poursuivies

**Quels sont les principes qui permettent de juger des buts et des actions ?**



*Des mondes qui recherchent parfois les compromis, qui cherchent à faire « monde commun »*

## Evaluation et principes de justification – Bien commun recherché



## Quelle est la bibliothèque idéale ?

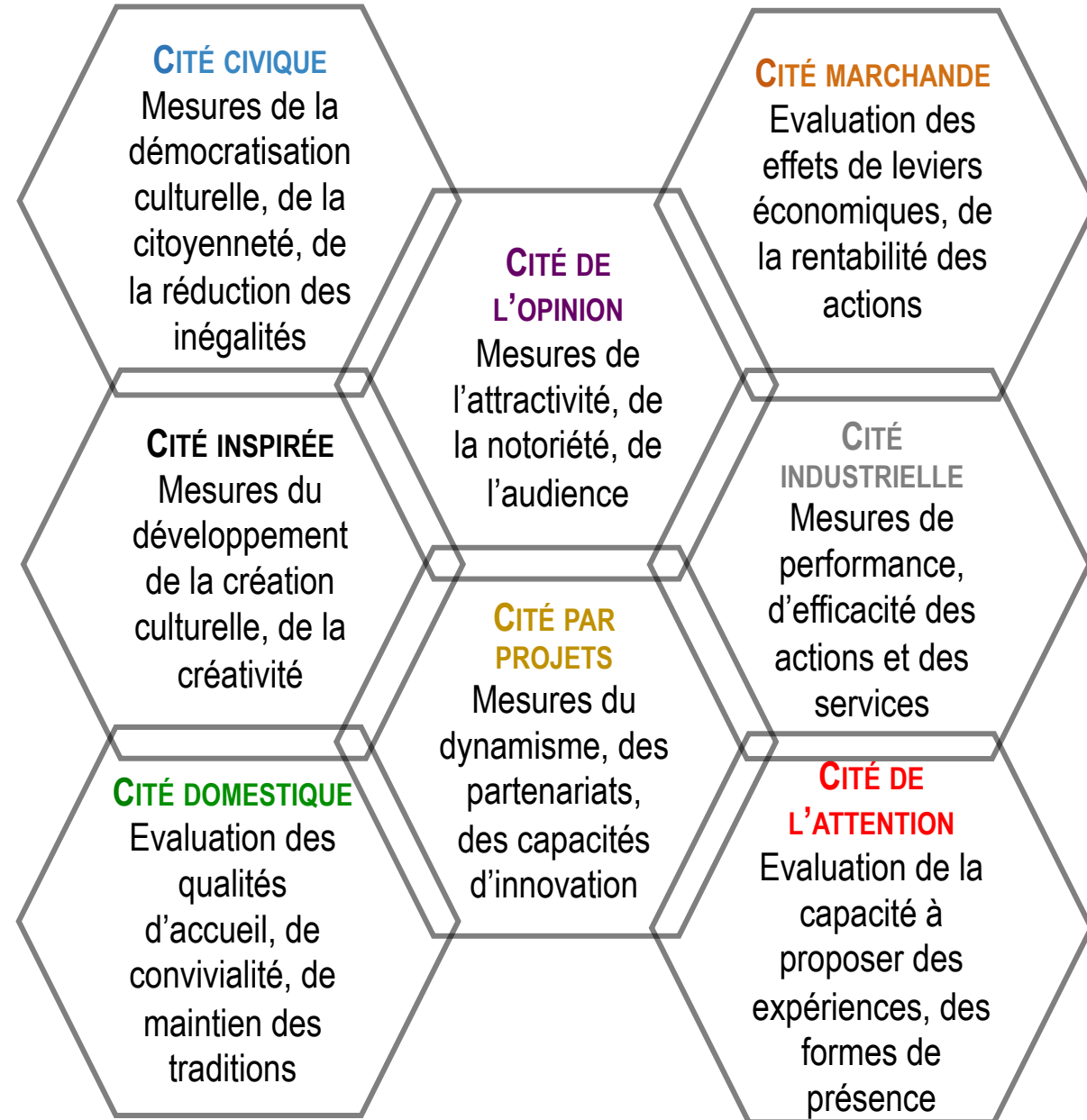
*Des initiatives qui permettent de qualifier les formes de compromis :*

- *bibliomix = cité par projets, de l'opinion, de l'inspiration, de l'attention..*
- *Open data en bibliothèque = cité civique, cité industrielle, cité par projets...*

## Evaluation et principes de justification – Indicateurs recherchés

**Quels sont les indicateurs permettant de déterminer la réussite ou l'échec d'une action ?**

*Des formats de mises à l'épreuve qui diffèrent d'un monde à l'autre (service vs expérimentation, concept vs prototype, etc.)*



## Evaluation et principes de justification – Partenaires de l'évaluation

### **CITÉ CIVIQUE**

Personnels de la fonction publique, partenaires de l'insertion, associations citoyennes, citoyens

### **CITÉ MARCHANDE**

Partenaires économiques, (fournisseurs, commerçants...), clients.

### **CITÉ DE L'OPINION**

Elus, médias, leaders d'opinion, personnalités, utilisateurs des réseaux sociaux.

### **CITÉ INDUSTRIELLE**

Ingénieurs, experts, responsables et prestataires techniques, utilisateurs.

### **CITÉ INSPIRÉE**

Artistes, auteurs, prestataires et partenaires culturels, publics.

### **CITÉ PAR PROJETS**

Designers, managers, chargés de projets, médiateurs, participants

### **CITÉ DE L'ATTENTION**

Designers, acteurs du marketing et du web, visiteurs, internautes.

### **CITÉ DOMESTIQUE**

Bénévoles, associations, familles, usagers.

**Quels sont les partenaires et/ou les destinataires de l'évaluation ?**

*Adapter les modes d'évaluation et d'argumentation aux destinataires (statistiques, cartographies, récits, personas...).*



## De l'évaluation au plaidoyer

- Il est difficile d'envisager une évaluation exhaustive, surplombante, sans point de vue, sans focalisation sur des enjeux, objectifs, actions, publics précis.
- Il est nécessaire d'adapter les modes d'évaluation et d'argumentation (statistiques, cartographies, récits, personas...), aux destinataires sous peine de ne produire que des arguments portant auprès de ceux qui partagent déjà une construction voisine des enjeux.





Bar Chart



Box & Whisker Plot



Brainstorm



Bubble Chart



Calendar



Candlestick Chart



Chord Diagram



Choropleth Map



Density Plot



Donut Chart



Dot Map



Dot Matrix Chart



**Merci de votre attention**

Olivier Zerbib  
Université Grenoble Alpes – UMR PACTE  
olivier.zerbib@univ-grenoble-alpes.fr