

ENQUÊTES DE PUBLICS

ABF / Médiad'Oc
09.10.18
C. Renaudin

PLAN

1. Offre et demande en bibliothèque
2. Les publics en bibliothèque
3. Partir des usagers, mais lesquels? Dans quels lieux? Et quels services?
4. Méthodologies d'enquêtes
5. Exemples d'enquêtes
6. L'UX en bibliothèque

OFFRE ET DEMANDE

Le service public - Notion de droit administratif français :

« 1. *Au sens matériel* toute activité destinée à satisfaire un **besoin d'intérêt général** et qui, en tant que telle, doit être assurée ou contrôlée par l'Administration, parce que la satisfaction continue de ce besoin ne peut être garantie que par elle. »

versus satisfaction des intérêts particuliers

« 2. *Au sens formel*, ces termes désignent un ensemble organisé de moyens matériels et humains mis en œuvre par l'Etat ou une autre collectivité publique, en vue de l'exécution de ses tâches. »

= idée d'une relation à trois termes entre une institution de service public, un individu (ou un groupe d'individus) et l'Administration.

Lexique des termes juridiques, sous la direction de Raymond Guillien et Jean Vincent, Dalloz, 15^{ème} édition

RÔLE DE LA BIBLIOTHÈQUE PAR RAPPORT À L'USAGER

Michel Melot, avant-propos à *L'action culturelle en bibliothèque* (Electre-Cercle de la Librairie, dernière édition mars 2008) : « **Le modèle français des bibliothèques publiques est profondément attaché à la fonction pédagogique dont le bibliothécaire serait le maître. La mission prescriptive y est plus forte que dans le modèle anglo-saxon, guidé par la demande d'un lecteur jugé responsable de ses choix.** » p.11 L'exemple de bibliothèque publique américaine est un lieu où chacun apporte sa culture.

L'idée de service public serait alors liée à la « fonction pédagogique » et à la « mission prescriptive ».

Culture de masse *versus* culture instituée

CONTRADICTION SERVICE PUBLIC // DEMANDE ?

Loi de l'offre et de la demande : si les consommateurs demandent plus de biens que ce qui est produit, alors le prix de ce bien augmente, et inversement, le prix du produit tend à diminuer quand la quantité excède la quantité demandée

Mais prendre en compte la demande, est-ce la satisfaire?

Si la bibliothèque répond à la demande du public, alors il y a risque de nivellement par le bas, la bibliothèque n'assurant plus son rôle de hausse des esprits, d'offre culturelle qui n'est pas demandée immédiatement par le public

PAS D'OPPOSITION

Jean-Paul Baillargeon, *Plaidoyer pour une bibliothèque publique culturelle, dix défis à relever*

« Pourquoi ne pas transposer sur la bibliothèque publique ce qui a fait la notoriété de notre télévision (avant l'avènement de la « télé-réalité » cependant, qui n'est pas la réalité de tout façon) ? Elle a su séduire, tout en ouvrant sur le monde. A l'instar de la télévision qui, tout en nous divertissant, nous a appris à nous regarder, parfois sans complaisance, la bibliothèque publique, par les trésors qu'elle renferme, **permet d'avoir une meilleure conscience de soi et de l'univers**. En transmettant la culture, elle fait davantage que distraire, elle rend à l'homme sa **dignité**. C'est ce dont on doit convaincre les élus et les gestionnaires municipaux, avec des démonstrations qui les touchent davantage que d'autres, ou bien avec des jeux de rôle pour les impliquer dans des démarches participantes. » p.57

ET, DONC,

Une bibliothèque :

- entre offre et demande
- entre prescription et réponse immédiate
- entre culture savante et culture de masse
- entre loisirs et diffusion des savoirs

Mais aussi une bibliothèque en recherche :

- d'attractivité : l'importance de la communication externe
- de valeur ajoutée : VS service marchand, l'importance de la médiation

LA BIBLIOTHÈQUE AU CŒUR DU TERRITOIRE

- Des collections à adapter aux publics : importance de la connaissance des habitants et des liens avec les partenaires
- Des collections à penser **AVEC** les publics : clubs de lecteurs, cahiers de suggestions, coups de cœur, blogs de lecteurs...
- Indicateur : taux de pénétration de la population desservie

ET LE(S) PUBLIC(S) ?

- **Du public aux publics** : nécessité d'une approche différenciée des publics. Tension avec la notion d'intérêt général.
- **Différenciation déjà légitimée** : exemple des services spécifiques pour les publics empêchés.
- **Le dimanche** : public consumériste / différent du reste de la semaine. « Touristes » du dimanche ? Un public à fidéliser dans tous les cas.

LES PUBLICS – bibliothèques municipales et public libraries

- Des indicateurs divers : comptage des entrées / prêts / PEB / accès internet / questions posées (!) : des indicateurs à la fois quantitatifs ET qualitatifs
- L'éducation au cœur des missions :
 - former les citoyens / instruire les ouvriers
 - « américaniser » les immigrants
- L'éducation de tous :
 - ateliers de lecture / campagne ALA* en faveur de la lecture chez les jeunes
 - cours (d'anglais, d'alphabétisation...)

LISEZ, APPRENEZ, DÉCOUVREZ

Bibliothèque municipale de Chicago : la charte de l'utilisateur commence ainsi : « Vous avez le droit de :

- recevoir un traitement courtois
- demander de l'aide à un bibliothécaire
- appeler ou venir pour avoir accès au service de référence... »

Ateliers de lecture ou des concours : après la lecture de 5 livres, le lecteur reçoit un cadeau, au 15ème on lui offre un livre, au 25ème un tee-shirt...

2005 : campagne de l'ALA : « Every Child ready to Read » : les bibliothèques aident les élèves à mieux travailler à l'école.

ÉCOUTER LES USAGERS

À distance :

- Le [Guichet du savoir](#), service gratuit de questions-réponses de la BM de Lyon, depuis 2004
- [Eurêkoi](#), Anciennement BiblioSésame, le réseau Eurêkoi est constitué de 48 bibliothèques situées en France en Belgique. 500 bibliothécaires répondent en moins de 72h à tous les types de questions. En France, Eureka est géré par la BPI.
- [Rue des facts](#), le service de questions-réponses des bibliothèques universitaires parisiennes
- [Une question?](#) Le service de renseignement aux usagers du réseau des bibliothèques

PARTIR DES USAGERS (cc [Silvère Mercier](#))



MAIS LESQUELS?

- Nécessité de se positionner entre l'utilisateur unique et la masse : utilité de la segmentation
- Inscription, une notion floue cf usages : emprunt / newsletter / ressources numériques / wifi / animations...
- Différenciation inscrits / emprunteurs à affiner : actifs ? Cartes famille ?

Voir norme ISO 2789:2013 : Information et documentation - Statistiques internationales de bibliothèques :

- « Emprunteur actif : usager inscrit ayant emprunté au moins un document au cours de la période de référence »
- « Usager actif : usager inscrit qui est entré à la bibliothèque ou a utilisé ses équipements ou ses services au cours de la période de référence ».
- L'emprunteur actif fait donc partie d'un sous-groupe d'utilisateurs actifs.

DANS QUELS LIEUX ? ET QUELS SERVICES?

- Lieu bibliothèque : dans les murs
- Hors les murs : autre public. Publics empêchés, lectures extérieures ex. piscines l'été, animations sur le territoire...
- En ligne ? Lieu bibliothèque n'existe plus, pas de visibilité de la valeur ajoutée du professionnel.

Question du positionnement des bibliothécaires : agrégateurs de contenus ? gardiens de la mémoire ? experts en recherche documentaire ? facilitateurs ? animateurs ?

Les professionnels se positionnent en fonction des besoins et pratiques des publics : nécessité d'une identification des services de base et des services complémentaires.

Toujours dans l'objectif de connaître le public pour mieux s'y adapter et adapter le changement.

MÉTHODOLOGIES D'ENQUÊTES

5 grandes familles d'enquêtes + 1 nouvelle

- Les enquêtes d'usage et d'attitude : ex.automates de prêt
- Les enquêtes répétitives, baromètres et panels : mesures de satisfaction, évolution dans le temps
- Les enquêtes qualitatives : groupes d'individus
- Les enquêtes B to B : concept issu du marketing, concerne les professionnels de l'entreprise
- Les tests de marché témoin : ex. avant mise en place ressource en ligne

... Et l'UX, l'expérience utilisateur, qui renverse la méthodologie d'enquête traditionnelle.

DÉMARCHE ET ANALYSE

- Approche quantitative : repose sur la collecte et le traitement de données
 - Statistique : indications de volumes, de masse, de flux.
 - Collecte par relevé de données chiffrées (ex. stats SIGB, comptages automatiques) ou questionnaires à questions fermées et traitement statistique via un logiciel (ex payant : Sphinx, gratuit : SurveyMonkey).
- Approche qualitative : sur échantillons de moindre importance, fournit des données plus fines et personnalisées
 - Le plus souvent une enquête reposant sur des observations et/ou des entretiens.
 - Entretiens ou questionnaires à questions ouvertes / semi-ouvertes
 - Entretiens individuels ou collectifs (« focus group »)
- Le plus souvent : combinaison des deux approches
- L'étude peut être menée en interne ou externalisée

MÉTHODOLOGIE

Elle peut être conduite en interne. Cela nécessite :

- Du monde et du temps
- Du personnel formé au traitement des données et à leur exploitation

Elle peut également être externalisé (un stagiaire, un cabinet spécialisé...) Cela nécessite alors un cahier des charges clair et cohérent.

ÉTAPES D'UNE ÉTUDE COMPLÈTE

- A. Enjeux, problématique, hypothèses
- B. État des lieux des connaissances sur le sujet
- C. Entretiens experts et acteurs de terrain, saisie et traitement
- D. Entretiens auprès d'un échantillon de public diversifié, saisie et traitement
- E. Questionnaires fermés pour population large, saisie et traitement
- F. Analyse et présentation des résultats
- G. Concrétisation des résultats et élaboration d'un plan d'action

A. ENJEUX, PROBLÉMATIQUES, HYPOTHÈSES

- Problématique explicite du commanditaire + problématique implicite qui apparaît au cours des premières réunions de travail.
- Comité de pilotage de l'étude doit rédiger cahier des charges cohérent et explicite cf. objectifs de l'étude : définit la méthodologie

B. ÉTAT DES LIEUX DES CONNAISSANCES SUR LE SUJET

- Recherche documentaire et analyse des données existantes.
- Permet d'affiner les choix méthodologiques de l'étude.

C. ENTRETIENS EXPERTS ET ACTEURS DE TERRAIN, SAISIE ET TRAITEMENT

- Experts sur le sujet : extérieurs à la structure concernée, ayant une compétence reconnue.
- Experts : point de vue global et critique.
- Acteurs de terrain : professionnels des bibliothèques ayant connaissance et observations sur les usagers.

D. ENTRETIENS AUPRÈS D'UN ÉCHANTILLON DE PUBLIC DIVERSIFIÉ, SAISIE ET TRAITEMENT

- Permet de comprendre démarche réelle de recherche et d'appropriation des informations
- Entretien semi-directif pour étudier le comportement d'un usager

E. QUESTIONNAIRE FERMÉS SUR POPULATION LARGE, SAISIE ET TRAITEMENT

Objectifs : comptage, segmentation et comparaison de catégories de population, recherche de nouvelles typologies d'individus

F. ANALYSE ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

- En plusieurs temps :
 - D'abord à un groupe de travail restreint pour approfondissement de certains résultats
 - Ensuite présentation à un grand groupe des principaux résultats avec les conclusions opérationnelles
- Et toujours, un retour aux usagers

G. CONCRÉTISATION DES RÉSULTATS ET ÉLABORATION D'UN PLAN D'ACTION

- Définitions d'axes de changement :
 - À court terme : politique d'accueil, horaires, fonctionnement etc.
 - À moyen et long terme : politique documentaire globale, modification des équipements... nécessitant un budget spécifique.

EXEMPLES D'ENQUÊTES

En BU : l'ESGBU

L'ESGBU est une enquête annuelle adressée aux services documentaires des établissements d'enseignement supérieur (depuis 1976, avec les données 1974).

Que reflète-t-elle ? Un souci de compte rendu d'activité et de comparaison internationale.

Objectifs du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche : disposer d'outils et de données pour planifier, programmer et répartir les moyens.

Données collectées : locaux, budgets, personnels, acquisition de documents, abonnements, dépenses documentaires, collections tout support, informatisation, services rendus...

EXEMPLES D'ENQUÊTES

En lecture publique : enquête annuelle

Antériorité : 1969

2 types de questionnaires : l'un complet s'adressant aux villes grandes et moyennes, l'autre abrégé s'adressant aux petites structures. Les BDP collectent les données pour les BM de moins de 10 000 habitants

Coordonnées, lieux du réseau, accès et installations, collections, usages et usagers de la bibliothèque, budget, personnel et formation, action culturelle.

EXEMPLES D'ENQUÊTES

EN BU : LIBQUAL +

- « questionnaire standardisé mis au point et diffusé par l'Association of Research Libraries (ARL), qui permet aux bibliothèques universitaires de disposer de données homogènes et comparables entre elles et de mesurer les écarts des réponses aux différents items d'une année sur l'autre. » LibQUAL+ en France, Dominique Wolf, *BBF* Mai 2008
- Pas d'équivalent à ce jour en bibliothèque publique.

EXEMPLES D'ENQUÊTES

- 2015 : étude d'impact dans des bibliothèques en France par le Conseil départemental du Val d'Oise, « La bibliothèque vaut-elle le coût ? »
- 2015 : résultats de l'enquête de publics de la bibliothèque de Toulouse « Mieux vous connaître? »
- 2016 : douze ans après la dernière étude nationale sur les bibliothèques municipales en France, le ministère de la Culture publie les résultats de la dernière grande enquête sur les publics et les usages de ces bibliothèques

EXEMPLES D'INDICATEURS

Norme ISO 11620

- B 1.2.4 Pourcentage de réussite des prêts entre bibliothèques
- B 1.3.1 Surface de services publics par personne
- B 1.4.1 Nombre d'agents par personne
- B 2.1.1 Rotation des collections
- B 2.1.3 Pourcentage du fonds non utilisé
- B 2.2.5 Nombre d'utilisateurs participant aux séances de formation par personne
- B 2.3.1 Disponibilité des places assises
- B 2.4.3 Disposition à revenir
- B 3.3.3 Rapport entre les dépenses d'acquisitions et les coûts de personnel
- B 4.3.1 Pourcentage du budget de la bibliothèque provenant de subventions spéciales ou des ressources générées par ses activités

L'UX EN BIBLIOTHÈQUE

Un décentrement par rapport aux enquêtes classiques

Se mettre à la place de l'utilisateur : partir des besoins des usagers en les observant pour formuler des solutions et imaginer des services

Être agile, faire des essais / erreurs, ne pas prendre trop de temps entre l'hypothèse et la modification

L'UX en 5' chrono

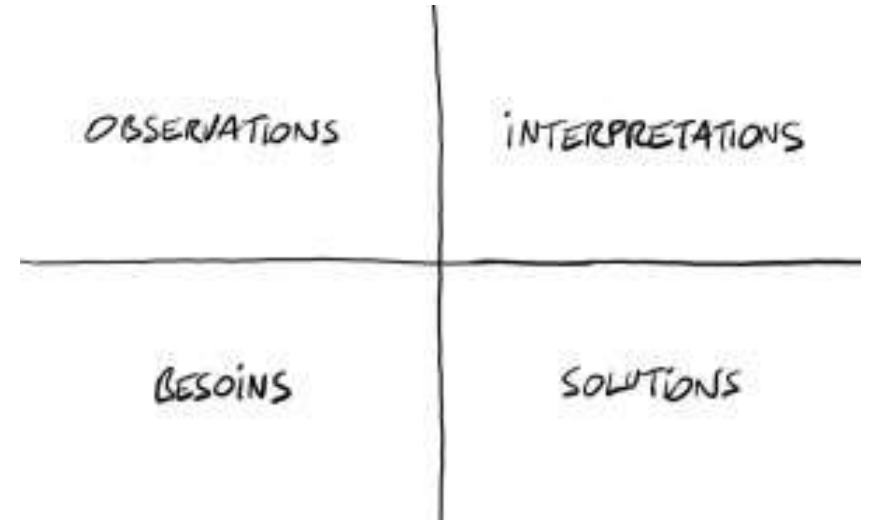
Les 8 commandements de l'UX

le lecteur est invité à observer dans son propre établissement les points forts et les points faibles à améliorer dans tous les domaines (espace, accueil, règlement, signalétique, services numériques)

L'UX EN BIBLIOTHÈQUE

Voir et formuler un besoin

- 1) Observations : Que voyez-vous ? Comment peut-on décrire cette image au niveau le plus factuel possible ?
- 2) Interprétations : Qu'est-ce qui se passe ? Quelle est la motivation des personnes présentes ? D'où viennent-elles ? Quels scénarios peut-on imaginer ?
- 3) Besoins : Quel sont les besoins des personnes représentées ?
- 4) Solutions : Comment faire pour répondre aux besoins identifiés ?



L'UX EN BIBLIOTHÈQUE

Cartographier une expérience / Rédiger une user story

Une expérience est subjective, se déroule dans le temps et a une qualité sensible.

Les professionnels sont invités à représenter une expérience qui les concerne en tant qu'utilisateur

1. exercice individuel : les étapes d'une histoire individuelle, post-it par post-it
2. debrief collectif : faire remarquer aux participants que ces étapes sont des « points de contact » avec un service, qui peuvent correspondre à des canaux, des expertises, des métiers extrêmement différents
3. Qualifier l'expérience : avec 1 mot ou un smiley. Quelles opportunités d'amélioration?
4. conclusion : comment transposer cet outil dans son monde professionnel?

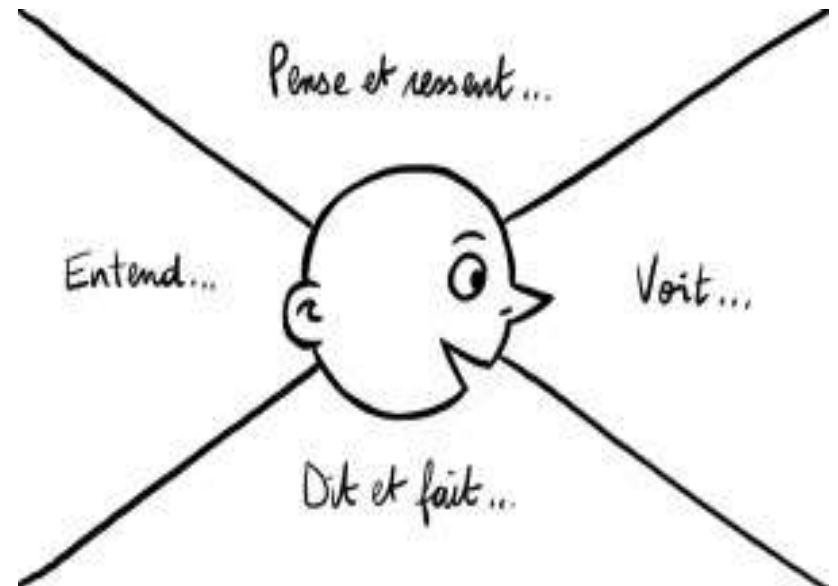
L'UX EN BIBLIOTHÈQUE

Rédiger une carte d'empathie

La carte d'expérience est un schéma qui permet de visualiser ce que disent, voient, entendent, pensent, ressentent, font les usagers

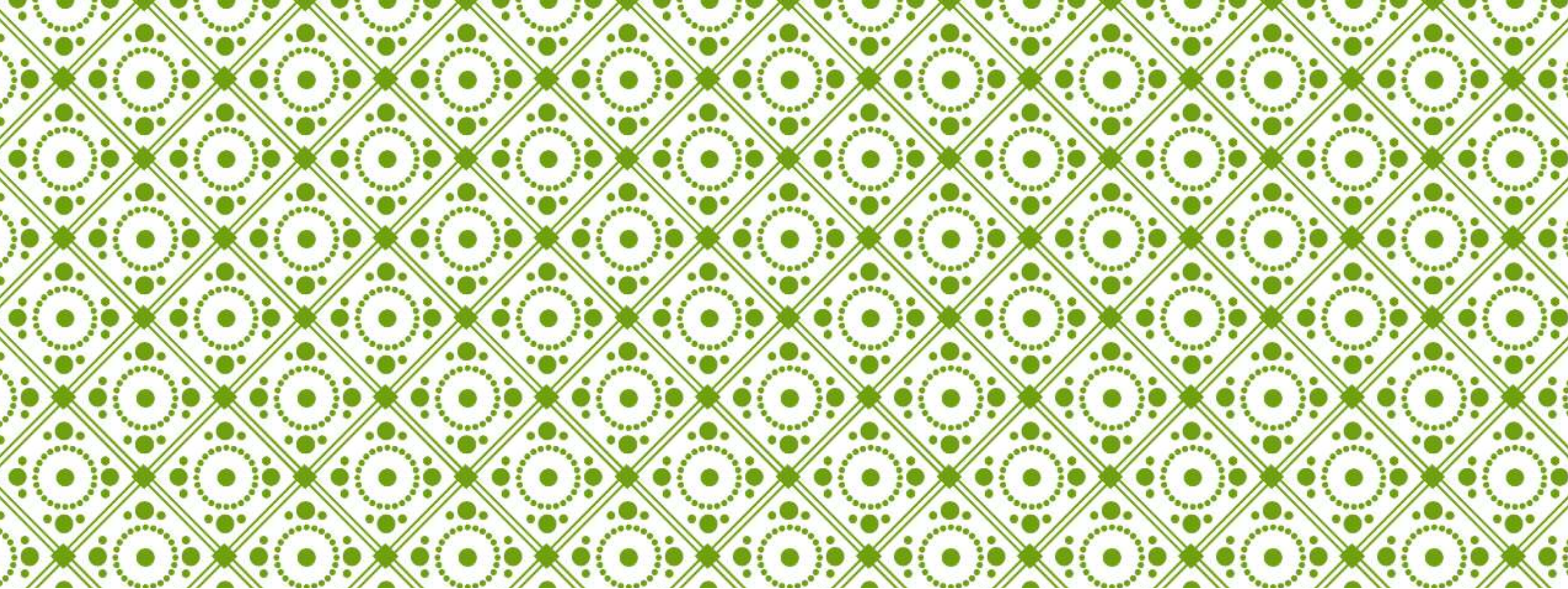
1. Choisir un usager-type : dire et faire, entendre et voir, penser et ressentir
2. Analyser et trier ces données
3. Formuler un « insight » : « Le public cible a besoin/aime/a envie de.... mais/or/pourtant..... »
4. Concevoir un service : « Comment pourrait-on... ? »

CC N. Beudon



BIBLIOGRAPHIE

- Jean-Paul Baillargeon, *Plaidoyer pour une bibliothèque publique culturelle*, ASTED, 2007
- Christophe Evans (directeur de publication), *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*, 2011, ensib coll. La boîte à outils
- Michel Melot, avant-propos à *L'action culturelle en bibliothèque*, dernière édition mars 2008, Electre-Cercle de la Librairie
- Dominique Wolton, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, 1999, Flammarion
- BBF 2006 N°6 Connaître les publics : enquêtes et statistiques, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0047-009>
- *Utile, utilisable, désirable, redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*, trad. collective sous la direction de Nathalie Clot
- Sur l'UX, voir les articles de Nicolas Beudon sur son blog [Le recueil factice](#), très largement utilisé ici



DES QUESTIONS?

coline.renaudin@gmail.com