



Florence Roche et Frédéric Saby (dir.)

## L'avenir des bibliothèques L'exemple des bibliothèques universitaires

Presses de l'enssib

---

# Chapitre V. Les outils de connaissance des publics : les différents types d'évaluation de l'activité de la bibliothèque envers ses lecteurs

Christophe Evans et Florence Roche

---

DOI : 10.4000/books.pressesenssib.1817

Éditeur : Presses de l'enssib

Lieu d'édition : Presses de l'enssib

Année d'édition : 2013

Date de mise en ligne : 20 juillet 2017

Collection : Papiers

ISBN électronique : 9782375460863



<http://books.openedition.org>

### Référence électronique

EVANS, Christophe ; ROCHE, Florence. *Chapitre V. Les outils de connaissance des publics : les différents types d'évaluation de l'activité de la bibliothèque envers ses lecteurs* In : *L'avenir des bibliothèques : l'exemple des bibliothèques universitaires* [en ligne]. Villeurbanne : Presses de l'enssib, 2013 (généré le 01 février 2021). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/pressesenssib/1817>>. ISBN : 9782375460863. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.1817>.

---

Ce document a été généré automatiquement le 1 février 2021.

---

# Chapitre V. Les outils de connaissance des publics : les différents types d'évaluation de l'activité de la bibliothèque envers ses lecteurs

Christophe Evans et Florence Roche

---

## Les enquêtes de public : outils de gestion et leviers de changement

par Christophe Evans

### L'intérêt des enquêtes de public

- 1 Les enquêtes de public permettent de mieux connaître les publics des BU : publics effectifs, mais également publics potentiels. Elles offrent la possibilité, à travers les déclarations des usagers et des non-fréquentants, de porter un regard décentré sur les services proposés sur place ou à distance ; un regard qui va souvent bien au-delà des données internes existantes telles que les statistiques extraites des SIGB (système intégré de gestion de bibliothèque), celles du site Web, celles provenant de l'ESGBU (Enquête statistique générale auprès des bibliothèques universitaires) ou encore des travaux de l'OVE (Observatoire national de la vie étudiante). Le champ d'application des enquêtes de public est très vaste (études de notoriété, d'usages, de satisfaction, de qualité ou de prospective), ce qui en fait des outils de gestion à part entière, incontournables de nos jours. Enfin, on peut également considérer ces procédures comme de véritables entreprises de communication à dimension stratégique : qu'il s'agisse de communication à l'encontre de la communauté universitaire (étudiante et enseignante) ou en direction du personnel et surtout des tutelles. Les enquêtes ont

souvent pour conséquence en effet de donner à voir sous un autre jour – ou redonner à voir, et même valoriser – les ressources et l'activité des BU.

## Des enquêtes quantitatives et qualitatives

- 2 Deux grandes familles d'enquêtes de publics peuvent être distinguées : les enquêtes quantitatives par questionnaire qui débouchent essentiellement sur des données chiffrées prélevées en grand nombre, et les enquêtes qualitatives (par entretien approfondi, par observation ou par la méthode des groupes de discussion), lesquelles tendent plutôt à produire des données de nature discursive ou textuelle, prélevées cette fois sur de petits corpus étudiés. Les enquêtes par questionnaire se révèlent des outils particulièrement appropriés pour produire des données factuelles (qui ? quoi ? où ? combien de fois ?, etc.), et, dans une moindre mesure, des données de nature « cognitive » ayant trait aux représentations (opinions, valeurs, façon de voir les choses). Ces dernières sont en effet plus faciles à recueillir en détail et avec une meilleure compréhension via des techniques qualitatives, pour explorer notamment la question du « comment ? » et celle du « pourquoi ? ». L'articulation des méthodes quantitatives et des méthodes qualitatives est souvent d'une grande richesse. Pour la suite de cette courte présentation, nous nous focaliserons toutefois sur la méthodologie des enquêtes par questionnaire qui sont le plus couramment utilisées en BU.

## Les enquêtes par questionnaire : principes et modalités

- 3 Parmi les enquêtes quantitatives par questionnaire, on doit distinguer celles qui relèvent de la technique du recensement destiné à recueillir des informations sur une population complète – ou quasi complète –, et celles qui relèvent du sondage sur échantillon représentatif. À mesure que la taille des populations à étudier dépasse certains seuils (plusieurs centaines d'individus), le sondage sur échantillon s'impose et exige la mise en œuvre d'un certain nombre de règles méthodologiques pour assurer sa fiabilité et sa pertinence<sup>1</sup>. Il existe de nombreuses façons de prélever des échantillons. Nous nous contenterons ici de signaler les méthodes les plus courantes ; à savoir, le sondage aléatoire simple, le sondage par la méthode des quotas et le sondage par recommandation. Le sondage aléatoire simple consiste à prélever au hasard les personnes interrogées au sein de la population étudiée sans ciblage particulier : on tente, par exemple, d'interroger de manière systématique une personne toutes les trois, cinq, ou dix personnes sortant de la bibliothèque, ce qui est très utile quand on ne sait pas grand-chose du public ou des usages concernés. La méthode des quotas, pour sa part, qui est très courante dans le cadre des enquêtes de population, a pour objectif de construire un échantillon qui respecte certaines caractéristiques générales déjà connues de la population mère : on fait en sorte, par exemple, que l'échantillon comporte une proportion de femmes et d'hommes conforme à celle de la population que l'on étudie. Enfin, l'échantillonnage par recommandation, comme son nom l'indique, vise à entrer en contact de manière ciblée – par le truchement de personnes ressource – avec des individus difficiles à identifier et à atteindre (c'est la méthode « boule de neige »). On notera qu'il n'existe pas de standard à proprement parler en ce qui concerne la taille des échantillons. Celle-ci d'ailleurs n'est pas prioritairement étalonnée en fonction de la taille de la population mère, comme on le croit souvent, mais dépend du choix opéré quant aux intervalles de confiance ou marges d'erreur

souhaités : l'intervalle de confiance diminue à mesure que la taille de l'échantillon augmente, et il est impératif de dépasser certains seuils significatifs (plusieurs centaines de personnes interrogées) pour atteindre des marges d'erreur acceptables.

- 4 En termes de modalités d'administration ou de passation des questionnaires, plusieurs options se présentent. On distingue ainsi les questionnaires autoadministrés, que les répondants remplissent eux-mêmes sur place ou à distance (par courrier traditionnel ou en ligne, via Internet<sup>2</sup>), des questionnaires administrés par un enquêteur (en face à face ou au téléphone). Si les enquêtes en ligne, qui tendent à se développer rapidement, permettent souvent d'économiser temps et papier (la diffusion et la saisie des questionnaires sont grandement facilitées), elles ne donnent pas toujours la possibilité d'assurer un contrôle et une représentativité satisfaisants de l'échantillon. Entreprendre un sondage par questionnaire, quel que soit son mode de passation, revient toujours à faire des choix cornéliens combinant la question des moyens (budgétaires, humains), celle des compétences, et bien sûr celle des contraintes (terrain, calendrier, etc.).

### **LibQUAL : un cas particulier d'enquête par questionnaire**

- 5 LibQUAL+ est un protocole standardisé payant de sondages en ligne. Mis au point et géré par l'université Texas A & M et l'Association of Research Libraries, il permet de lancer des enquêtes via Internet sur la façon dont les usagers perçoivent la qualité des services proposés par les bibliothèques universitaires (accueil, espaces, collections, horaires, site Web, etc.). Globalement, le même formulaire est utilisé, quels que soient le pays et le contexte, pour sonder via un questionnaire autoadministré étudiants, enseignants et personnel, selon trois critères notés de 1 à 9 : le niveau de service minimum attendu, le niveau de service idéal et le niveau de service observé. Le protocole, comme on le voit, est assez rigide et contraignant pour les répondants (le questionnaire est un peu long et redondant), mais il permet, quand la base de sondage est équilibrée, de produire des données assez fines, faciles à représenter sous forme graphique et surtout comparables d'un établissement à un autre au sein de la communauté internationale des universités participantes. Entièrement administré en ligne (la base de données des résultats est analysée au Texas), le dispositif permet d'automatiser un certain nombre d'opérations listées ici quant à la méthodologie des enquêtes par questionnaire (édition du formulaire, passation du questionnaire, saisie et exploitation des données).

### **Mise au point du questionnaire et du plan de sondage**

- 6 La mise au point du questionnaire est une opération qui demande beaucoup de soin et par conséquent un peu de temps. L'éventail des modalités de formulation des questions et de recueil des réponses est assez large. Il est possible en effet d'interroger les personnes sondées à l'aide de questions fermées (à réponse unique, à réponse multiple, ou à réponse ordonnée pour exprimer des préférences ou des notes), ou à l'aide de questions ouvertes, c'est-à-dire sans proposition de modalité de réponse. Dans ce dernier cas, le répondant s'exprime de façon un peu plus libre, sous forme de variables numériques, par exemple, mais plus souvent à l'aide de mots ou de formules plus ou moins courtes et plus ou moins hétérogènes : c'est ce que l'on appelle les « variables texte » qui nécessitent un recodage pour faire l'objet d'un traitement quantitatif. Il est

hautement recommandé de mettre sur pied des questionnaires relativement courts et surtout très clairs. Plus le questionnaire est long et complexe, et plus le taux de refus de réponse ou d'abandon risque d'être élevé, ce qui peut avoir des conséquences négatives sur la validité de l'échantillon. Il convient donc de ménager les répondants (leur personne, leur temps, leur mémoire, leur concentration), *a fortiori* quand il s'agit d'enquête par questionnaire autoadministré ; et sinon, il est impératif, comme pour LibQUAL+, de prévoir une récompense en contrepartie de l'effort demandé, quelle que soit la nature de cette récompense : cadeau, tirage au sort, rétribution, intéressement aux résultats, etc. Le plan de sondage, une fois que le thème et la cible de l'étude sont bien identifiés, et après avoir clarifié la question du mode d'échantillonnage et de passation des questionnaires, va consister à régler des détails techniques qui ont une grande importance sur la nature des résultats obtenus : le calendrier de la phase terrain, le lieu de sondage, et enfin le niveau de sondage (nombre minimum de questionnaires passés par jour ou cumulés sur l'ensemble de la campagne ; volumes réalisés par quotas ou par cibles ; sondage réalisé au sein même des salles de lecture ou à la sortie de l'établissement, voire sur le campus, etc.).

## Exploitation et communication des données

- 7 À l'issue de la phase terrain, les données brutes recueillies doivent généralement subir certains traitements afin d'être exploitables. Des opérations de tri, d'affinage, de regroupement, de simplification de données méritent en effet d'être entreprises pour tirer le meilleur parti des résultats de l'enquête. Les procédures dans ce domaine peuvent aller du plus simple – « tris à plat » de données, c'est-à-dire cumuls de réponses pour chaque question posée –, au plus compliqué – « tris croisés » de données, c'est-à-dire croisements de variables deux à deux ; analyse multivariée (à « n » facteurs) ; analyse factorielle, etc. Ce travail, comme d'ailleurs l'ensemble des phases d'enquête listées ci-dessus, peut évidemment être pris en charge par un bureau d'étude spécialisé ou par des statisticiens ; il est susceptible également d'être réalisé par des stagiaires issus des filières de la bibliothéconomie, de la sociologie ou du marketing, à condition que ceux-ci soient bien encadrés et que le périmètre de leur mission soit détaillé de manière très explicite. Reste ensuite à mettre au point les modalités de communication concernant les résultats de l'enquête : choix de données à faire figurer sur le site Web, rédaction de synthèses de longueur variable en fonction des publics visés, séances de restitution orale, versement dans la bibliothèque numérique de l'Enssib ou sur des sites d'archives ouvertes, etc. Là encore, la palette est vaste, sachant que cette étape ne doit pas être négligée : toutes les données d'enquête sur les usages et les non-usages des bibliothèques universitaires sont utiles au niveau local, mais présentent également un intérêt pour l'ensemble de la communauté professionnelle, voire au-delà.

## La cartographie des lecteurs

par Florence Roche

## Typologie des usagers

- 8 Depuis longtemps, les BU renseignent des données statistiques pour le compte du ministère de l'Enseignement supérieur par le biais de l'enquête annuelle dite ESGBU : enquête statistique annuelle générale sur les bibliothèques universitaires. Un volet de cette enquête porte sur la structure des publics inscrits à la bibliothèque : nombre d'étudiants de premier, second, troisième cycle, nombre d'enseignants, nombre de lecteurs extérieurs, etc.
- 9 Ces chiffres permettent à chaque établissement de dresser une typologie de son lectorat. Toutefois, pour que cette typologie corresponde à une vraie réalité, il faut qu'ait été levé au préalable un premier obstacle d'ordre technique concernant l'origine des données liées aux étudiants dans le système de gestion de la bibliothèque. En effet, lorsque l'ensemble des données des étudiants sont versées de manière automatique par les services centraux de scolarité, il n'est pas possible de mesurer la part réelle des usagers qui souhaitent profiter des services de la bibliothèque. L'observation de l'activité de prêt peut certes constituer un palliatif, mais de manière très incomplète ; on ne saurait réduire à l'emprunt des documents l'usage qui est fait aujourd'hui par les étudiants des bibliothèques universitaires. La méthode la plus sûre pour obtenir une image exacte des inscrits, c'est-à-dire qui ne soit pas de 100 %, consiste par conséquent à mesurer les inscrits « volontaires », ce qui revient à confirmer l'inscription une fois que celle-ci a été versée dans le SIGB à partir des services centraux de scolarité. Cela requiert du travail supplémentaire de la part du personnel de la bibliothèque, y compris pour informer les usagers de la nécessité et de l'intérêt de cette démarche, mais cette exigence de sincérité de la bibliothèque à l'égard d'elle-même est nécessaire ; de l'analyse des « vrais » inscrits dépendra la capacité de la bibliothèque à mesurer son impact sur ses publics cible.
- 10 Cet obstacle étant levé, la typologie obtenue « à la manière de l'ESGBU », qui peut du reste être extrêmement détaillée, fournit des indications en valeur absolue : nombre d'étudiants de L1, L2, L3, de M1, M2, de doctorants, d'enseignants, de lecteurs extérieurs, etc. Ces données numériques peuvent ensuite être ramenées à la totalité des inscrits pour obtenir des ratios, par exemple la proportion des étudiants de L1 ramenée à la totalité des inscrits. Ce sont des indications importantes et précieuses ; néanmoins, pour devenir complètement significatives, elles doivent être rapprochées des chiffres de l'université.

## Le périmètre d'attractivité de la bibliothèque : du public potentiel au public réel

- 11 C'est en effet par rapport aux publics de l'université que l'activité de la bibliothèque doit se mesurer. La juxtaposition ou la superposition de ces deux périmètres rend possible pour la bibliothèque la mesure de son degré d'attractivité à l'égard de ses publics.
- 12 Mais de quels publics parle-t-on au juste et pourquoi y accoler un pluriel ? S'agit-il des usagers de la bibliothèque ? Des inscrits dans les composantes dont une partie seulement fréquente la bibliothèque ? Par « publics », les bibliothécaires entendent-ils la même chose que les élus universitaires ?

- 13 Le *public potentiel* peut classiquement être défini comme *l'ensemble des étudiants et enseignants de l'université de rattachement*. Dans le cas d'une université qui possède des sites distants, ces derniers sont comptabilisés dans les publics potentiels. Sont exclus de cette sphère les publics extérieurs, non rattachés à l'enseignement supérieur. Y sont inclus les publics distants, inscrits à l'université, mais présents de manière irrégulière, voire absents. Les échanges avec l'étranger, par exemple, et les partenariats qui en découlent, peuvent faire apparaître dans les publics de l'université des publics internationaux dont une certaine proportion ne sera jamais présente sur le campus. Il est opportun, dans l'analyse des chiffres, de pouvoir, à l'intérieur du public potentiel, faire la part des étudiants présents des étudiants inscrits à distance.
- 14 Le *public cible* quant à lui est plus délicat à définir. Il s'agit du *public auquel les services de la bibliothèque s'adressent prioritairement*. On ne peut en déterminer le périmètre *a priori*, car c'est un travail que chaque établissement est amené à faire en fonction de la politique qui est la sienne et des orientations données par l'université. La définition du public cible est un acte éminemment politique. Elle reflète les ambitions de l'université au plan local, notamment au travers des partenariats qu'elle peut construire avec d'autres secteurs de l'enseignement supérieur (écoles de magistrature ou de commerce par exemple), les collectivités, les entreprises et plus largement avec un bassin économique. Il ne serait pas absurde que le public cible puisse dès lors excéder le public potentiel de l'université. Le passage des universités aux ressources et compétences élargies, et la révision de la composition de leur conseil d'administration, plus ouvert aux collectivités locales, faciliteront de manière naturelle ce mouvement. Il va de soi que la bibliothèque doit accompagner l'université dans la prise en compte de ces publics, au travers de sa politique de services. Cela suppose de sa part non seulement une écoute attentive des orientations données par l'université, mais également un travail commun de définition du public desservi.
- 15 Dans le cas d'universités présentant des sites très éloignés, la règle commune veut que l'on exclue ces populations qui, d'une part, peuvent, et c'est souhaitable, être desservies par des bibliothèques sur place, d'autre part seront fort peu enclines à des déplacements coûteux et chronophages jusqu'à la bibliothèque « principale » de l'université. L'exemple du SICD 2 de Grenoble est à cet égard particulièrement significatif. Le site de Valence est une des localisations des universités Pierre-Mendès-France et Stendhal, et se situe à une centaine de kilomètres environ du campus grenoblois. Il bénéficie d'une médiathèque publique et universitaire offrant des collections adaptées aux enseignements situés sur place. Les étudiants valentinois ne font par conséquent pas partie du public cible de la bibliothèque « centrale » du SICD 2.
- 16 Les bibliothécaires souhaiteraient que public cible et *public réel* se confondent. Il faudrait en tout cas tendre vers cet idéal, aujourd'hui rarement atteint. Par public réel, nous entendons *les personnes qui fréquentent la bibliothèque*, qu'elles soient du reste inscrites ou non inscrites, *ou qui utilisent ses services, sur place ou à distance*. Ce public est difficile à quantifier avec précision, mais il existe quelques techniques permettant d'approcher d'assez près la réalité de la fréquentation.
- 17 Tout d'abord, et cela a été abordé plus haut, il est impératif de mesurer le nombre exact des inscrits à la bibliothèque. Un inscrit qui l'est de manière volontaire sera venu au moins une fois dans l'année à la bibliothèque et peut de ce fait être considéré comme fréquentant. Il est possible de compléter cette première approche par des enquêtes menées au sein de la bibliothèque. Quel que soit l'objet de l'enquête, une question posée

dans le questionnaire sur la fréquentation durant les derniers mois, croisée avec une question sur l'inscription, permet de dégager une proportion d'utilisateurs présents dans les lieux sans pour autant être inscrits. Si l'enquête a été menée correctement, de façon à être représentative, les proportions de fréquentants inscrits et non inscrits qui en résulteront devraient s'avérer fiables.

Exemple :
Question a : Vous êtes-vous rendu à la bibliothèque depuis le début de l'année universitaire ?
Question b : êtes-vous inscrit à la bibliothèque ?

- 18 Il est plus compliqué en revanche d'évaluer la proportion des usagers « virtuels » qui n'utiliseraient que les services à distance de la bibliothèque. Il faudrait pour cela les identifier de manière précise lors d'une recherche sur le catalogue ou sur le site Web, ce qui serait techniquement très lourd à mettre en œuvre. Il faudrait ensuite s'assurer que ces personnes ne fréquentent jamais physiquement la bibliothèque, ce qui n'est techniquement mesurable qu'à la condition de disposer d'un contrôle d'accès par badge. Une autre technique consisterait à leur adresser un questionnaire portant sur leurs usages des services à distance. En prenant soin d'écarter les réponses des usagers qui se sont rendus physiquement à la bibliothèque. Quelle que soit la méthode utilisée, la connaissance des publics réels par le biais des ressources à distance est une réalité complexe à chiffrer.
- 19 Il n'est pas certain du reste que la dualité publics présents/publics virtuels soit effective, donc pertinente. La plupart des enquêtes culturelles révèlent un effet de cumul des pratiques (les personnes qui achètent des livres sont aussi celles qui fréquentent le plus les bibliothèques). On peut faire l'hypothèse que ce constat est transposable au domaine des bibliothèques. Les usagers des ressources électroniques, pour autant qu'ils ne soient pas trop éloignés du campus, sont aussi ceux qui consultent les revues papier ou les fonds courants, bien souvent pour des raisons d'antériorité de collection dans les cas des revues, mais aussi parce que la recherche documentaire appelle par sa nature même un cheminement infini, les ressources se faisant écho les unes aux autres. De la même manière, les services de renseignement bibliographique en ligne peuvent inciter des usagers à venir emprunter à la bibliothèque un document dont ils n'auraient pas soupçonné l'existence. Ceci se vérifie particulièrement dans les SCD de lettres et sciences humaines. Dans les SCD scientifiques, la part prise par les ressources électroniques, notamment chez les chercheurs, est telle que les bibliothécaires ont le sentiment de ne plus voir cette catégorie de public à la bibliothèque. Aussi ne cessera-t-on de rappeler que la réalité des usages est multiple et complexe. Aux schémas généraux, il faut pouvoir confronter la connaissance précise de son propre contexte.
- 20 On ne saurait conclure cette typologie des publics sans évoquer les *non-publics*, ces inscrits à l'université qui ne fréquentent la bibliothèque ni physiquement ni virtuellement. C'est une population difficile à cerner, car on ne sait la définir que par défaut, par ce qu'elle n'est pas, c'est-à-dire usager de la bibliothèque. Les facteurs d'explication de cet état de fait sont nombreux et s'entrecroisent. Ils sont essentiellement liés à une présence faible ou irrégulière de certaines catégories d'étudiants sur le campus, soit en raison de spécificités d'étude (étudiants en

alternance, à distance, en formation continue, doctorants inscrits à l'université, mais résidant dans une autre ville, voire à l'étranger), soit parce qu'ils ont abandonné leur cursus en cours d'année. On sait notamment qu'un tiers des étudiants de première année abandonnent en cours de route, en partie pour se réorienter. Enfin, si les travaux d'Alain Coulon<sup>3</sup> ont montré que la fréquentation de la bibliothèque permettait d'augmenter les chances de réussite aux examens, notamment par le biais des formations à la méthodologie documentaire qu'il qualifie « d'affiliatrices », il n'en demeure pas moins que les pratiques universitaires actuelles, qui accordent en premier cycle une très large part au « bachotage » des cours dispensés pendant l'année, n'encouragent pas toujours à la fréquentation de la bibliothèque. Il serait intéressant que des études de fond soient entreprises pour connaître la part des étudiants qui suivent un cursus « normal » débouchant sur l'obtention d'un diplôme, sans venir à la bibliothèque et identifier leurs pratiques documentaires. Ces études contribueraient à approfondir la question lancinante du sens de la bibliothèque aujourd'hui.

## De la typologie à la cartographie des lecteurs

- 21 Au terme de chaque année d'activité, toute bibliothèque recense de manière précise le nombre de ses usagers inscrits et tente d'estimer le nombre de ses usagers réels (usagers inscrits et non inscrits). Cependant ces chiffres, considérés isolément, n'ont guère de sens. Toute statistique, on le sait, tire sa signification de l'interprétation qui en est donnée, elle-même dépendante du contexte au sein duquel la statistique est manipulée. Un SCD comptant 15 000 inscrits pour un public cible de 18 000 étudiants (soit un taux d'inscrits de 83 %) avancera ainsi un meilleur bilan que si ses 15 000 inscrits sont rapportés à un public potentiel de 20 000 étudiants (en ce cas, 75 % de taux d'inscrits). Encore faut-il que bibliothèque et université s'entendent sur un même périmètre de référence.
- 22 Prenons un exemple particulièrement significatif, celui du SICD 2 de Grenoble. Les deux universités auxquelles est rattaché le SICD 2 assurent des enseignements sur le campus de Saint-Martin-d'Hères, dans l'agglomération grenobloise, ainsi qu'à Valence et Vienne. Le public potentiel, réunissant l'ensemble des étudiants inscrits dans tous ces sites, est en 2010 de 25 000 étudiants. Mais il est évident que la bibliothèque droit et lettres, composante principale du SICD, ne touche pratiquement pas les étudiants des sites distants (Valence et Vienne). De manière assez naturelle, ces populations se verront exclues du périmètre du public cible. À l'intérieur du public cible ensuite, l'équipe du SICD a pris pour habitude de distinguer le public cible du campus du public cible qui ajoute les enseignements dispensés à Grenoble à ceux du campus, considérant que la distance entre le campus et les unités d'enseignement disséminées dans l'agglomération grenobloise pouvait être un facteur de frein à la fréquentation régulière de la bibliothèque.
- 23 Si l'on établit maintenant des taux d'inscrits comparativement à ces différents périmètres de référence, on obtient des scores variant de 54 % à 75 % de taux d'inscrits.
- 24 L'analyse détaillée des sphères de publics a ainsi pu faire apparaître que la donnée véritablement pertinente n'est pas issue du public potentiel, mais du public cible du campus. On mesure toute la portée que ce chiffre pourra avoir dans les négociations avec l'université. Le jugement porté sur l'attractivité de la bibliothèque n'est pas le même selon que celle-ci touche 54 % ou 75 % des publics universitaires.

- 25 Ces volumes globaux peuvent à présent être analysés dans le détail, comparativement cette fois aux publics inscrits dans les composantes de formation et de recherche (UFR). On dressera alors la cartographie suivante (les chiffres sont fictifs) :

	Nombre d'inscrits étudiants dans une composante	Nombre d'inscrits étudiants à la bibliothèque	Taux d'inscrits à la bibliothèque
Droit	2 080	1 664	80 %
Niveau L	1 300	1 007	77,4 %
Niveau M	505	437	86,5 %
Niveau D	275	220	80 %
Sciences humaines	1 650	1 200	72 %
	Etc.		

- 26 Un tel tableau, dressé par composante, permet de faire apparaître :
- les composantes les plus massivement ou faiblement représentées dans les inscrits ;
  - les niveaux d'étude les plus massivement ou faiblement représentés dans les inscrits.
- 27 La représentation des disciplines et des niveaux d'étude est déterminante dans l'analyse du taux d'impact de la bibliothèque. Beaucoup de facteurs peuvent faire varier ce taux : la proximité des enseignements, la présence d'une autre structure documentaire, la nature des cursus (enseignement à distance, etc.)...
- 28 On pourrait ajouter à ce tableau des colonnes supplémentaires en rapprochant les taux d'inscription des taux de prêt. Un écart entre ces deux courbes (par exemple, les étudiants d'économie sont massivement inscrits à la bibliothèque, mais plutôt moins emprunteurs que d'autres catégories de population) peut mettre en évidence des usages différents de la bibliothèque, plus ou moins ciblés sur des pratiques documentaires. Il peut aussi inciter les bibliothécaires à s'interroger sur la bonne adéquation de leurs collections et de leur offre globale de service, en fonction des disciplines et des niveaux d'étude de leurs étudiants, lesquels induisent des pratiques et des besoins spécifiques.
- 29 On mesure toute l'importance de ce travail de cartographie, étape indispensable à une véritable connaissance des publics, et partant, à une politique de services.
- 30 L'exemple proposé ci-dessus s'est focalisé, pour plus de clarté, sur le détail des inscrits et des prêts. C'est une grille d'analyse traditionnelle des usages de la bibliothèque. Mais ceux-ci s'étant grandement diversifiés, l'analyse quasiment exclusive que l'on pouvait faire il y a encore une quinzaine d'années de ces deux indicateurs ne suffit plus. Les enquêtes menées de manière systématique dans les SCD font apparaître d'autres usages largement pratiqués : recherche de lieux de travail, utilisation de salles de travail en groupe, rédaction de travaux universitaires, etc. Il importe de considérer une palette large d'indicateurs : le nombre d'entrées compte comme un élément important, de même que la consultation sur place des documents (encore assez peu mesurée), les téléchargements de documents sur les bases de données, etc. C'est pourquoi l'analyse de la fréquentation des publics prend toute sa pertinence. L'inscription à la bibliothèque n'est plus pour les usagers une évidence, car il en va de l'utilisation de la

bibliothèque comme du rapport à l'écrit ou à la lecture, qui s'inscrivent dans une démarche de désacralisation. Tout usage de la bibliothèque devient légitime dès lors que le recours aux collections n'est plus ce qui prime. Il est amusant et éclairant d'entendre les étudiants eux-mêmes se proclamer « étudiants modèles » parce qu'en s'installant à la bibliothèque pour travailler ils y passent de ce fait beaucoup de temps. On comprend que la démarche de l'inscription n'apparaisse plus aussi nécessaire pour une partie non négligeable des étudiants.

- 31 La cartographie des usagers est le socle de toute connaissance des publics qui se veut rigoureuse et utile. Mais elle ne se suffit pas. Pour prendre tout leur sens et être interprétées de manière pertinente, les données qu'elle fournit doivent être croisées avec une observation et une analyse des usages, notamment par le biais d'enquêtes. Parlant des bibliothèques publiques, Catherine Clément déplore le fait que « les bibliothécaires connaissent mal leur public, réel ou potentiel »<sup>4</sup>. Nous pourrions faire le même constat dans nos bibliothèques universitaires aujourd'hui, même si, il faut le souligner, de réels efforts sont faits pour combler cette lacune et instaurer une nouvelle culture dans nos établissements. Pour Catherine Clément toujours, cette difficulté pour la bibliothèque à penser ses publics potentiels place celle-ci dans une dichotomie entre le discours affiché (conquérir de nouveaux publics) et la réalité des services d'accueil et des pratiques d'analyse des publics. Les bibliothécaires doivent abandonner le registre de la déploration récurrente à l'égard de leurs publics, notamment lorsqu'ils regrettent que ceux-ci ne fréquentent pas assez, ou « mal », la bibliothèque, pour revenir et s'attacher à ce qui devrait constituer le socle de leur action : la compréhension et la connaissance des publics qu'ils ont à desservir.

---

## NOTES

1. Christophe Evans (dir.), *Mener l'enquête : guide des études de publics en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2011 (coll. La Boîte à outils, n° 22).
2. Il existe à ce sujet des outils gratuits qui permettent la mise en ligne de questionnaires et la récupération de données tels que LimeSurvey et SurveyMonkey.
3. Alain Coulon, *Le métier d'étudiant : l'entrée dans la vie universitaire*, Paris, Économica – Anthropos, 2005 (coll. Éducation).
4. Catherine Clément, « L'essoufflement du modèle : symptômes et causes », in Michel Melot, *Quel modèle de bibliothèque ?*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2008 (coll. Papiers, Généalogies), p. 65.