

**Les publics du guichet du Savoir
Enquête de fréquentation en ligne**

Octobre 2005

**Rapport d'analyse
DOCUMENT DE TRAVAIL**



Les publics du Guichet du Savoir

Enquête de fréquentation en ligne

1. Objectifs de l'enquête

Créé en mars 2004, le service du Guichet du Savoir se situe après un an et demi d'existence dans une double logique de pérennisation et d'adaptation. Il constitue aujourd'hui un élément fort de l'offre de service de la Bibliothèque municipale de Lyon et impose une réflexion sur ses publics au même titre que l'ensemble des services proposés dans les murs.

Une première enquête menée peu après l'ouverture du service, en octobre 2004, tentait de mesurer l'impact du Guichet du Savoir sur les pratiques documentaires des utilisateurs et sur leurs représentations de la bibliothèque.

L'enquête analysée ici vise un objectif quelque peu différent : il s'agit de se doter d'un instrument de mesure de la fréquentation du Guichet du Savoir qui vienne compléter les éléments fournis par ailleurs par les statistiques du site Internet, et qui permette notamment de dresser un portrait sociodémographique des visiteurs.

On souhaite en outre proposer un dispositif répétable à échéances régulières afin de prendre la mesure des évolutions des publics du Guichet, sous la forme d'une enquête en ligne.

L'enquête 2005 tente de répondre aux interrogations des équipes qui travaillent pour le Guichet du savoir :

Qui sont aujourd'hui les visiteurs du service ? Sont-ils les mêmes qu'en 2004 ? Leur profil est-il comparable à celui des visiteurs des bibliothèques du réseau de la BML ou bien est-il singulier ? Peut-on distinguer des « types » d'utilisateurs distincts en fonction de l'intensité de la fréquentation ? Comment s'articulent les pratiques de consultation des questions posées par d'autres utilisateurs et d'utilisation proprement dite du service pour poser une question ? Quel est le niveau général de satisfaction des visiteurs ?

2. Méthodologie

2.1. Elaboration du questionnaire d'enquête en ligne

Le questionnaire comporte quatre angles d'approche :

- Fréquentation du service : ces questions distinguent la pratique d'utilisation du service de la pratique de consultation.
- Données sociodémographiques
- Relation à la BML
- Satisfaction

Toutes les questions sont des questions fermées exceptée la dernière question (remarques et suggestions).

2.2. Mise en ligne

Le questionnaire a été publié au format HTML sur un serveur de la bibliothèque. Les réponses étaient stockées dans une base de données MySQL et reversées dans un fichier Excel à la fin de l'enquête. Ce fichier a pu être repris et traité avec le logiciel Sphinx.

2.3. Diffusion : modalités et calendrier

La diffusion du questionnaire d'enquête a été effectuée en deux vagues, la première s'adressant à tous les visiteurs du site du GDS, la seconde s'adressant uniquement aux inscrits ou personnes ayant posé une question au GDS en 2005.

Pour la première vague, deux modalités de diffusion se sont succédées : pendant une première période, le lien au questionnaire en ligne a été inséré uniquement dans un message d'accroche disposé sur la page d'accueil du site ainsi que sur les bandeaux des pages internes du forum. Devant le faible taux de réponse obtenu après 14 jours, une seconde modalité de diffusion a été ajoutée aux messages d'accroches : une fenêtre pop-up ouvrant directement sur le questionnaire a été placée sur la page d'accueil du site du GDS.

La seconde vague d'enquête a été initiée après le constat du faible taux de réponse global obtenu après 25 jours de passation. Il a paru nécessaire de compléter la diffusion à l'attention des visiteurs du site par une diffusion ciblée aux utilisateurs du service. Dans la perspective de renouveler ce type d'enquête régulièrement, à un rythme annuel ou biennal, il a été décidé de ne s'adresser qu'aux personnes ayant utilisé le service en 2005. On a donc trié les adresses électroniques des inscrits en 2005 et des personnes ayant posé une question dans l'année. La liste ainsi obtenue comportait 3929 adresses. L'envoi d'un courriel-type à l'ensemble de la liste a été effectué à l'aide du logiciel de messagerie utilisé d'ordinaire pour l'envoi de la newsletter de la BML. 104 courriels n'ont pas atteint leur destinataire, en raison d'adresses introuvables ou de saturation des boîtes à lettres. On obtient donc un total de 3825 courriels effectifs.

Les questionnaires utilisés pour les deux vagues étaient presque identiques. Seule la question *S'agit-il de votre première visite au GDS ?* a été supprimée dans le questionnaire de la seconde vague.

Calendrier adopté pour la passation :

Phase de l'enquête	Dates	Nb de jours	Modalité de diffusion
1 ^{ère} vague	Du jeudi 22 septembre au mercredi 5 octobre	14	Message d'accroche statique.
	Du jeudi 6 octobre au dimanche 16 octobre	11	Message d'accroche statique + pop-up
2 ^{ème} vague	Mercredi 19 octobre	1	Envoi par courriel du lien au questionnaire aux inscrits en 2005 ou personnes ayant posé une question au GDS en 2005

3. Taux de réponse

La première vague d'enquête a permis de récolter 242 réponses, et la seconde vague 964, soit un total de 1 206 réponses.

La mise en place d'une fenêtre pop-up sur le site dans le cadre de la première vague d'enquête a permis d'obtenir près du double de réponses par jour.

Ce n'est toutefois qu'après l'envoi de courriels aux inscrits et aux utilisateurs du service dans l'année 2005 que le taux de réponse s'est avéré véritablement satisfaisant : près de 25 % de retours sur 3825 courriels expédiés. La liste des adresses mail comportant par ailleurs des doublons, le taux de retour est donc probablement encore supérieur.

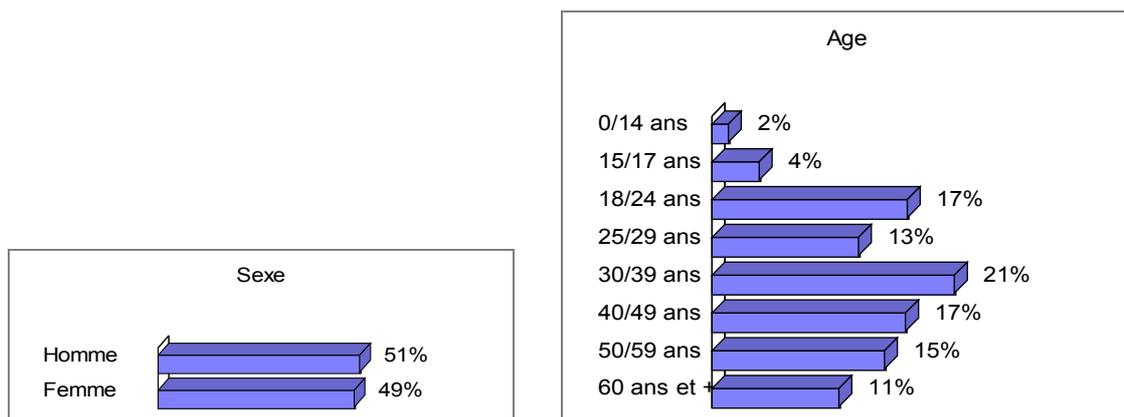
L'échantillon analysé peut donc être considéré comme représentatif, davantage même que celui obtenu en 2004 qui ne comptait que 306 réponses et était pourtant basé sur des modes de diffusion comparables.

4. Principaux résultats

Les tris à plat de l'ensemble des résultats sont consultables en annexe. Nous présentons ici les principales conclusions de l'enquête.

4.1. Profil sociodémographique des utilisateurs du GDS

4.1.1. Répartition par sexe et par tranche d'âge



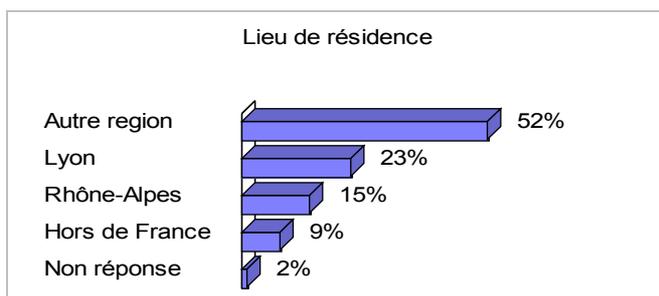
On retrouve globalement les caractéristiques observées en 2004 :

- Une proportion sensiblement égale d'hommes (51%) et de femmes (49%).
- Un fort impact sur les plus de 40 ans (43%), même s'il faut également souligner l'augmentation de la part des publics jeunes de moins de 24 ans ((23% en 2005 contre 18,7% en 2004).

Ces observations confirment le caractère spécifique du public du Guichet par rapport aux publics des bibliothèques du réseau BML. Ces derniers sont en effet plutôt des femmes, et les tranches d'âge inférieures à 25 ans y sont très fortement représentées.

4.1.2. Répartition géographique

L'inflation de la proportion de non-lyonnais dans les publics du Guichet du Savoir par rapport à l'enquête 2004 constitue la révélation majeure de l'enquête.



En 2004, 58% des utilisateurs du Guichet du savoir déclaraient habiter Lyon ou la région Rhône-Alpes tandis que 42% résidaient dans une autre région ou hors de France. Nous observons en 2005 une inversion de cette proportion, avec 61% d'utilisateurs extérieurs à Lyon et à la région Rhône-Alpes.

L'accroissement en pourcentage des publics non-lyonnais ne doit néanmoins pas masquer l'augmentation du public lyonnais en valeur absolue par rapport à 2004 :

En 2004, 1 560 utilisateurs étaient interrogés, si bien que la proportion de 32% de répondants à l'enquête déclarant habiter Lyon rapportée à la population interrogée induisait un total de 499 personnes.

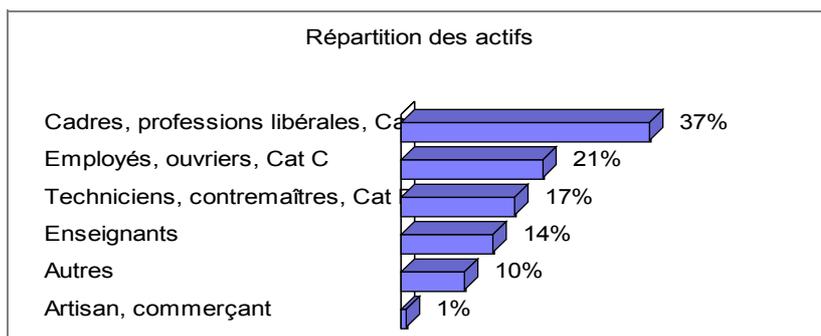
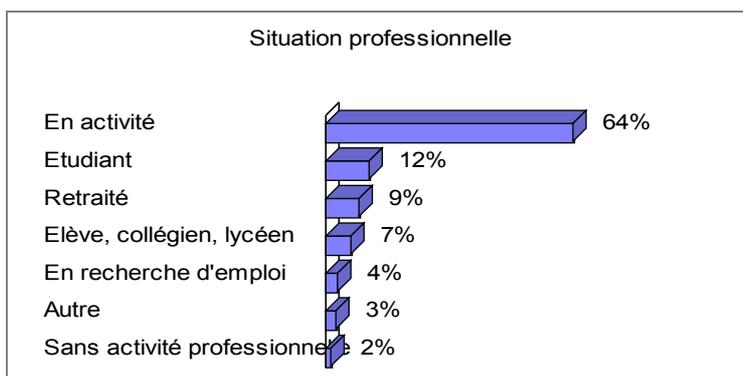
En 2005, 3825 mails ont été envoyés. Le pourcentage de 23% de répondants habitant de Lyon correspond alors à 880 personnes, un chiffre bien supérieur à 2004.

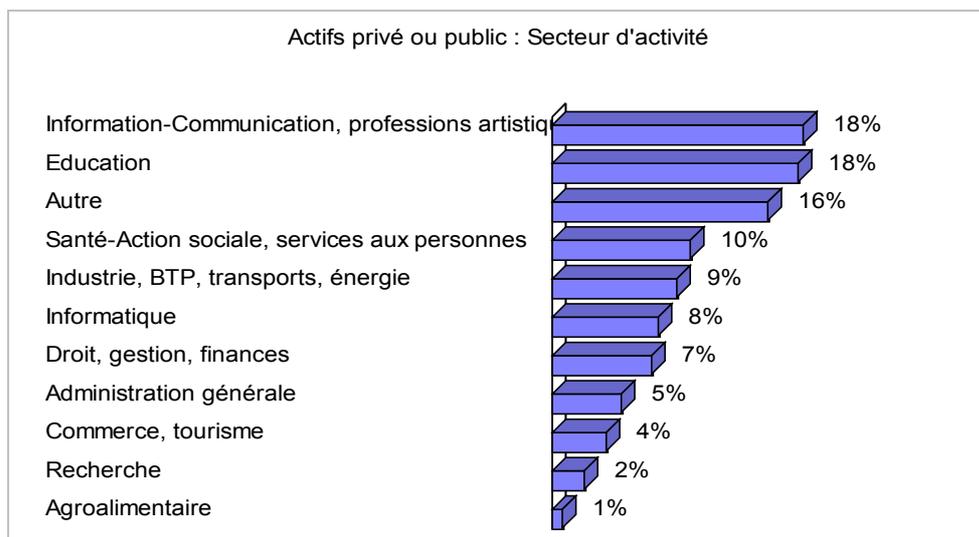
L'impact certain du service au-delà de sa population à desservir peut néanmoins s'expliquer par plusieurs facteurs :

- La promotion du Guichet du Savoir dans des médias nationaux comme le magazine Télérama ou la radio France Inter.
- La nature même du support du service : sa mise en ligne le rend accessible en-dehors de toute considération géographique, et sa présentation sous forme de forum induit une proximité directe avec l'utilisateur.
- L'affirmation de l'ouverture du service à tous comme principe de fonctionnement sur la page d'accueil du Guichet.
- L'adéquation du service avec les besoins des usagers combinée à sa rareté dans l'offre en ligne des bibliothèques publiques.

La forte proportion de visiteurs provenant de pays étrangers traduit bien l'ampleur de l'impact géographique du service. Ces utilisateurs étrangers proviennent pour l'essentiel de pays de l'Union Européenne (57% des visiteurs étrangers) et plus précisément d'Allemagne (32%). Les remarques de deux répondants pourraient expliquer cette prédominance : le Guichet du savoir est en effet mentionné dans un magazine allemand dédié à l'apprentissage de la langue française, *Ecoute*.

4.1.3. Répartition par catégories socioprofessionnelle

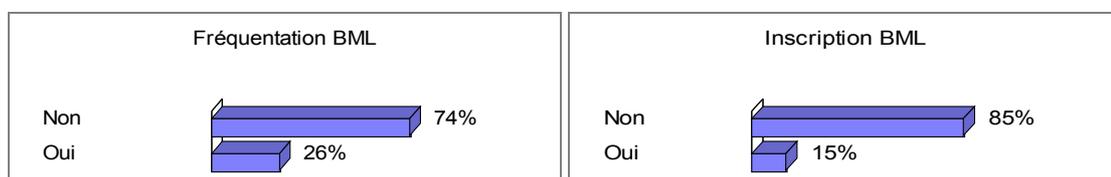




On observe une structuration des publics comparable à celle observée en 2004 :

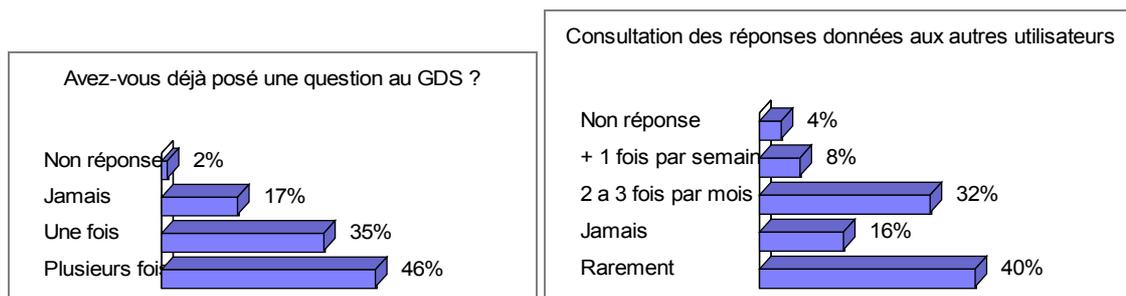
- Une majorité d'actifs, avec une forte proportion de cadres.
- Une présence affirmée des enseignants, qui induit la domination du secteur éducatif sur l'ensemble des secteurs d'activité.
- Une représentation faible des étudiants (10%) par rapport à leur poids dans la fréquentation des bibliothèques du réseau. On peut néanmoins souligner une progression de l'impact du service sur les publics jeunes, déjà observée dans la répartition par tranche d'âge : 19% de scolaires et étudiants en 2005 contre 14% en 2004.
- Une forte proportion de professions liées à l'information, à la communication ou à la pratique artistique, et une domination des domaines d'activité rattachés au secteur tertiaire.

4.2. Relation à la Bibliothèque municipale de Lyon



En 2004, 34% des utilisateurs du guichet indiquaient qu'ils fréquentaient la BML. Ce pourcentage a fortement diminué en un an. Cette diminution est de toute évidence liée à l'augmentation de la fréquentation par des publics non-lyonnais. On constate par ailleurs que 69% des utilisateurs lyonnais déclarent fréquenter la BML et sont 45% à déclarer à la fois fréquenter et être inscrits à la BML. Ces pourcentages semblent indiquer une relation forte des usagers lyonnais du Guichet à l'entité BML.

4.3. Intensité et nature de la fréquentation



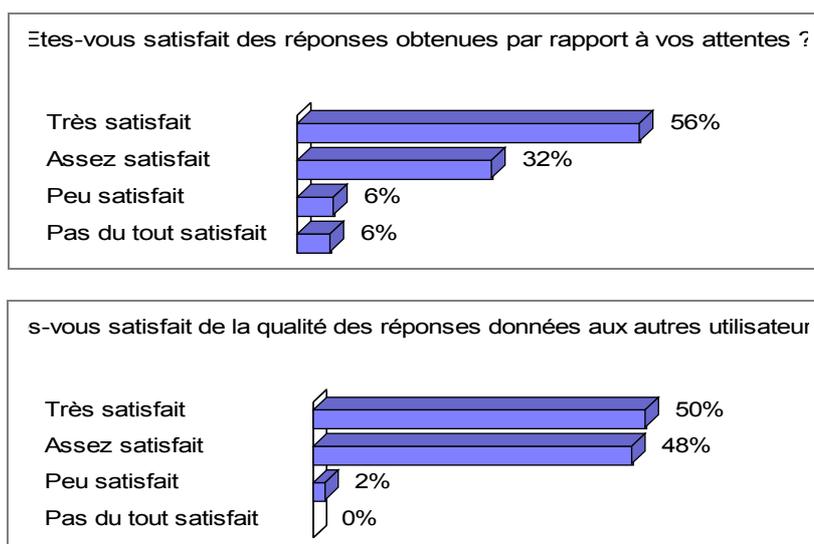
17% de répondants à l'enquête n'ont jamais posé de question au guichet du savoir. Ce chiffre a considérablement augmenté par rapport au chiffre de 5,9% relevé à l'issue de l'enquête 2004. Il faut souligner par ailleurs que 35% des personnes ayant répondu à l'enquête directement sur le site Internet avant l'envoi de courriels indiquaient effectuer leur première visite sur le site. En 2004, En 2004, la proportion n'était que de 19%. Ces résultats semblent indiquer le caractère croissant du renouvellement du public du Guichet.

L'augmentation du nombre de personnes n'ayant jamais posé de question peut également s'expliquer par la mise en place récente du blocage de l'accès au service en cas de saturation.

A contrario, plus d'un tiers des utilisateurs du service y sont fidèles : 37% des répondants ont déjà posé une question plusieurs fois et consultent les réponses données aux autres utilisateurs plus de 2 à 3 fois par mois. Ces habitués présentent le même profil sociodémographique que l'ensemble des utilisateurs, à l'exception d'une proportion légèrement plus forte d'hommes que de femmes (52,5% d'hommes contre 47,5% de femmes).

Bien qu'elle ne soit pas majoritaire, la consultation des réponses données à d'autres utilisateurs est loin d'être marginale. 32% des personnes n'ayant jamais posé de question eux-mêmes indiquent ainsi consulter les réponses des autres utilisateurs régulièrement. Cette pratique de butinage augmentera sans doute encore après la mise en œuvre programmée d'un archivage thématique des réponses.

4.4. Satisfaction



Les visiteurs expriment massivement leur satisfaction quant à la qualité du service, comme en 2004. L'analyse des remarques formulées en fin de questionnaire confirme ces résultats : 71% des personnes ayant formulé des commentaires font part de leur satisfaction et de leur souhait que le service perdure.

4.5. Remarques et suggestions

Une question ouverte en fin de questionnaire permettait aux usagers de formuler leurs remarques et suggestions : 564 commentaires ont été relevés.

Plusieurs utilisateurs ont mentionné ici la façon dont ils ont eu connaissance du guichet du savoir. France Inter et le magazine Télérama sont les sources les plus citées. D'autres ont saisi l'occasion pour poser une question à l'équipe du guichet sans passer par le forum.

Le service est globalement bien identifié comme émanant d'une bibliothèque (on relève 37 mentions du terme bibliothèque ou bibliothécaire).

Une grande partie des commentaires est constituée de messages d'encouragements ou de félicitations : on recense 401 messages de ce type. Ils mettent souvent l'accent sur la

qualité et la rapidité des réponses apportées, la gratuité du service et son originalité. De nombreux utilisateurs s'engagent à faire la promotion du service autour d'eux ou estiment qu'il faudrait le faire mieux connaître.

Si les commentaires uniquement négatifs sont quant à eux minoritaires (on en dénombre seulement 57), ils portent sur des points qui sont parfois également signalés dans les messages d'encouragement :

- Difficulté à poser une question, soit pour une raison technique soit parce que le service est saturé. Le protocole d'inscription ne semble pas toujours bien compris. Le fait que l'indication de saturation du service ne soit pas visible sur les pages internes du forum mais seulement sur la page d'accueil du Guichet du savoir peut également constituer un frein à la compréhension des usagers lorsque leur question n'aboutit pas.
- -Difficulté à accéder à la réponse à sa propre question. Rappelons que de nombreux utilisateurs créent un compte de messagerie secondaire destiné à l'inscription au Guichet du Savoir, qu'ils oublient parfois ensuite d'aller consulter ou bien dont la boîte aux lettres peut être saturée au moment de l'envoi de la réponse.
- Difficulté à accéder aux réponses apportées aux autres utilisateurs : la recherche dans les archives du guichet est considérée comme complexe, plusieurs utilisateurs suggèrent un classement thématique. Cette évolution du service sera prochainement mise en œuvre.

Quelques remarques négatives portent enfin sur le niveau trop élevé ou au contraire trop faible des réponses obtenues à une question ou bien sur leur inadéquation avec les attentes de l'utilisateur. Certains usagers souhaiteraient que la démarche utilisée pour répondre soit mieux explicitée. Un petit nombre de remarques mettent l'accent sur le ton employé dans la réponse, jugé sec ou condescendant. Deux utilisateurs insistent sur la nécessité de citer précisément les sources utilisées pour les réponses. L'un d'entre eux reproche en particulier au guichet du Savoir d'avoir utilisé des images provenant de son site Internet sans l'avoir cité.

L'accessibilité du service aux handicapés fait l'objet d'un commentaire négatif, mais aussi d'un commentaire positif.

Outre ces messages de l'ordre du commentaire, on relève un certain nombre de suggestions. Plusieurs d'entre elles portent sur les principes mêmes du service et de son fonctionnement : douze utilisateurs indiquent qu'ils souhaiteraient davantage d'interaction entre les usagers du service, sur le modèle d'un forum traditionnel, deux autres indiquent qu'ils aimeraient pouvoir approfondir leur demande en communiquant davantage avec les personnels avant que leur réponse leur soit adressée. On relève aussi des suggestions en faveur du développement de réseaux de bibliothèques pour développer ce type de services.

D'autres suggestions peuvent donner matière à réflexion pour faire évoluer le service :

- Informer sur l'origine et les motivations de la création du service.
- Donner la possibilité à l'utilisateur de quantifier le niveau de réponse attendu.
- Faire apparaître en page d'accueil du site de la BML la « question de la semaine » afin d'attirer de nouveaux utilisateurs.

Conclusion

Les données obtenues à l'issue de l'enquête 2005 rejoignent pour la plupart les résultats observés en 2004 : la répartition sociodémographique des publics du guichet est globalement restée la même que celle des débuts, à l'exception de l'accroissement important de l'impact du service au-delà de la population lyonnaise. Ce rayonnement s'explique en partie par la médiatisation nationale et internationale du guichet du savoir ainsi que par la nature même du support Internet. L'originalité du service et sa pertinence par rapport aux attentes des publics sont également des clés essentielles pour expliquer ce succès et pour encourager les bibliothèques à développer de nouvelles pratiques de partage du savoir.

Les résultats de l'enquête indiquent en outre que les publics du guichet du Savoir sont particulièrement satisfaits de la qualité du service. Deux évolutions sont prévues à courte échéance pour répondre mieux encore à leurs attentes : un archivage thématique des réponses et la publication d'une foire aux questions qui pourra notamment prendre en compte les difficultés exprimées par les usagers dans la partie « Remarques et suggestions » du questionnaire d'enquête.

L'analyse des réponses obtenues permet également de proposer deux autres pistes de réflexion pour des évolutions futures :

- La mise en place d'un indicateur de saturation sur les pages internes du forum et non plus seulement sur la page d'accueil.
- La possibilité pour l'utilisateur d'indiquer le niveau de réponse souhaité.

La réalisation d'une nouvelle enquête en 2006 permettra de réaliser l'objectif initial de suivi régulier des publics du Guichet du Savoir ainsi qu'une analyse de l'impact des évolutions du service.

On pourra s'appuyer sur le même dispositif technique de publication en ligne du questionnaire. Les modalités de diffusion pourront être simplifiées : on pourra réaliser dans le même temps un envoi par courriel et une diffusion sur le site avec message d'accroche et pop up. On pourra ainsi réduire le temps de passation de l'enquête de 28 à 21 jours. Enfin, le traitement des résultats pourra être effectué rapidement dans le logiciel Sphinx à partir du fichier Excel tiré des réponses comme cela a pu être fait pour l'enquête analysée ici.

Annexe : Tris à plat des résultats

Tris à plat de la totalité des réponses

Mode de diffusion

Mode de diffusion			
Courriels	964	79.9%	
Avant courriels	242	20.1%	
Total	1206	100.0%	

Fréquentation et satisfaction

Fréquence d'utilisation			
Plusieurs fois	557	47.0%	Plusieurs fois 47.0%
Une fois	426	35.9%	Une fois 35.9%
Jamais	203	17.1%	Jamais 17.1%
Total	1186	100.0%	

Satisfaction utilisation			
Très satisfait	542	55.9%	Très satisfait 55.9%
Assez satisfait	311	32.1%	Assez satisfait 32.1%
Peu satisfait	60	6.2%	Peu satisfait 6.2%
Pas du tout satisfait	56	5.8%	Pas du tout satisfait 5.8%
Total	969	100.0%	

Consultation			
Rarement	484	41.9%	Rarement 41.9%
2 a 3 fois par mois	385	33.4%	2 a 3 fois par mois 33.4%
Jamais	191	16.6%	Jamais 16.6%
+ 1 fois par semaine	94	8.1%	+ 1 fois par semaine 8.1%
Total	1154	100.0%	

Satisfaction consultation			
Très satisfait	424	49.8%	Très satisfait 49.8%
Assez satisfait	408	47.9%	Assez satisfait 47.9%
Peu satisfait	18	2.1%	Peu satisfait 2.1%
Pas du tout satisfait	1	0.1%	Pas du tout satisfait 0.1%
Total	851	100.0%	

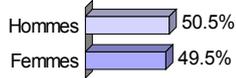
Relation à la BML

Fréquentation BML			
Non	869	74.1%	Non 74.1%
Oui	303	25.9%	Oui 25.9%
Total	1172	100.0%	

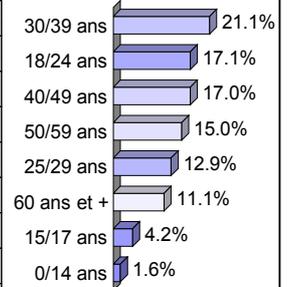
Inscription BML			
Non	1005	85.4%	Non 85.4%
Oui	172	14.6%	Oui 14.6%
Total	1177	100.0%	

Profil sociodémographique

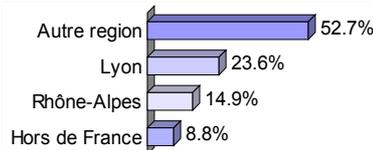
Sexe		
Hommes	599	50.5%
Femmes	586	49.5%
Total	1185	100.0%



Tranche d'âge		
30/39 ans	248	21.1%
18/24 ans	201	17.1%
40/49 ans	200	17.0%
50/59 ans	177	15.0%
25/29 ans	152	12.9%
60 ans et +	131	11.1%
15/17 ans	50	4.2%
0/14 ans	19	1.6%
Total	1178	100.0%

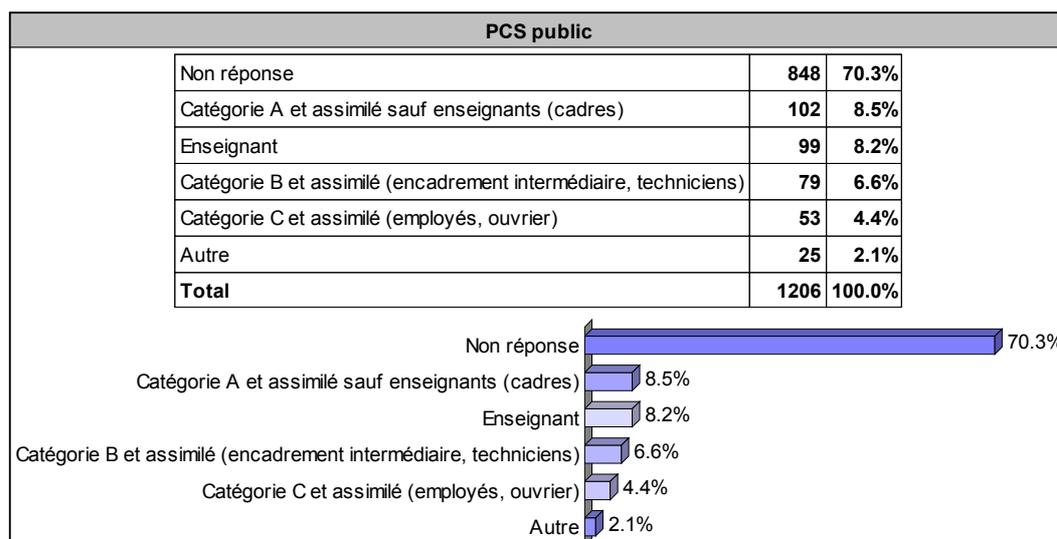
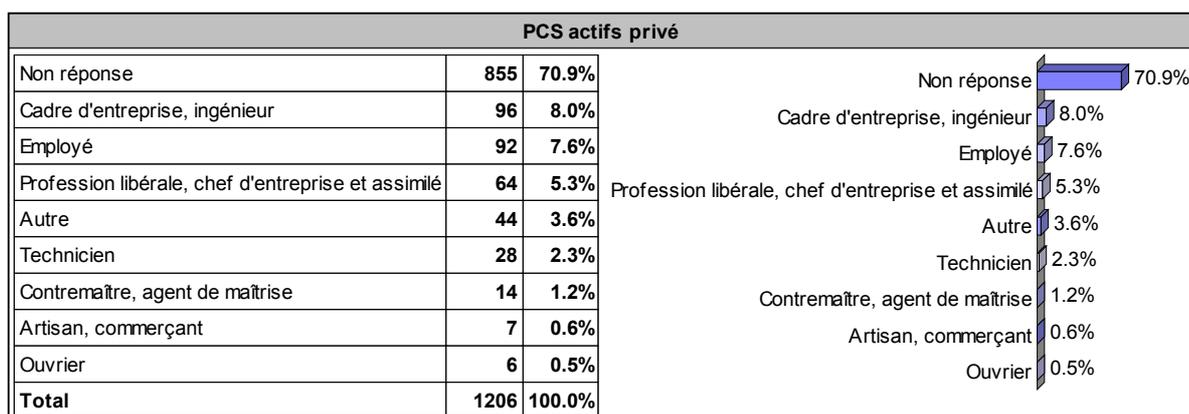
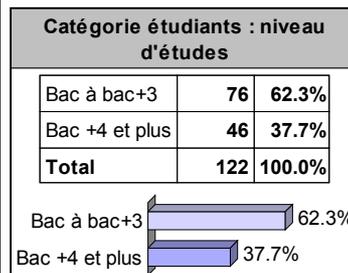
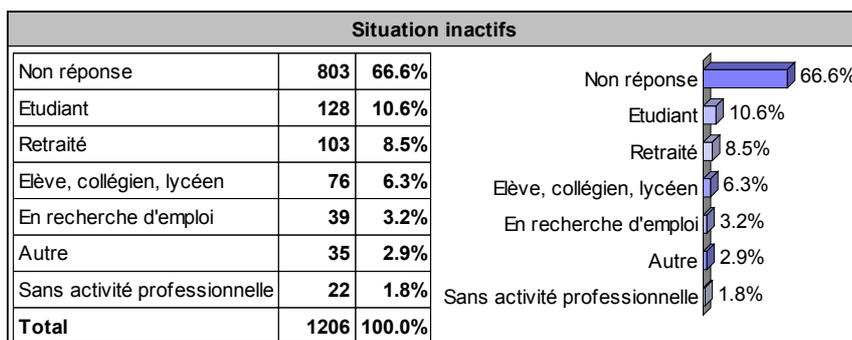
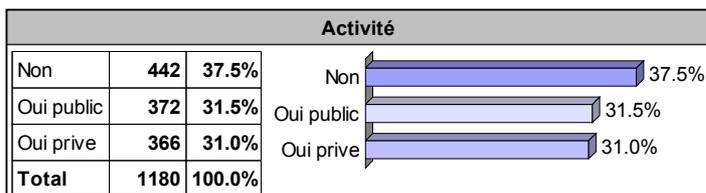


Lieu de résidence		
Autre region	626	52.7%
Lyon	280	23.6%
Rhône-Alpes	177	14.9%
Hors de France	104	8.8%
Total	1187	100.0%

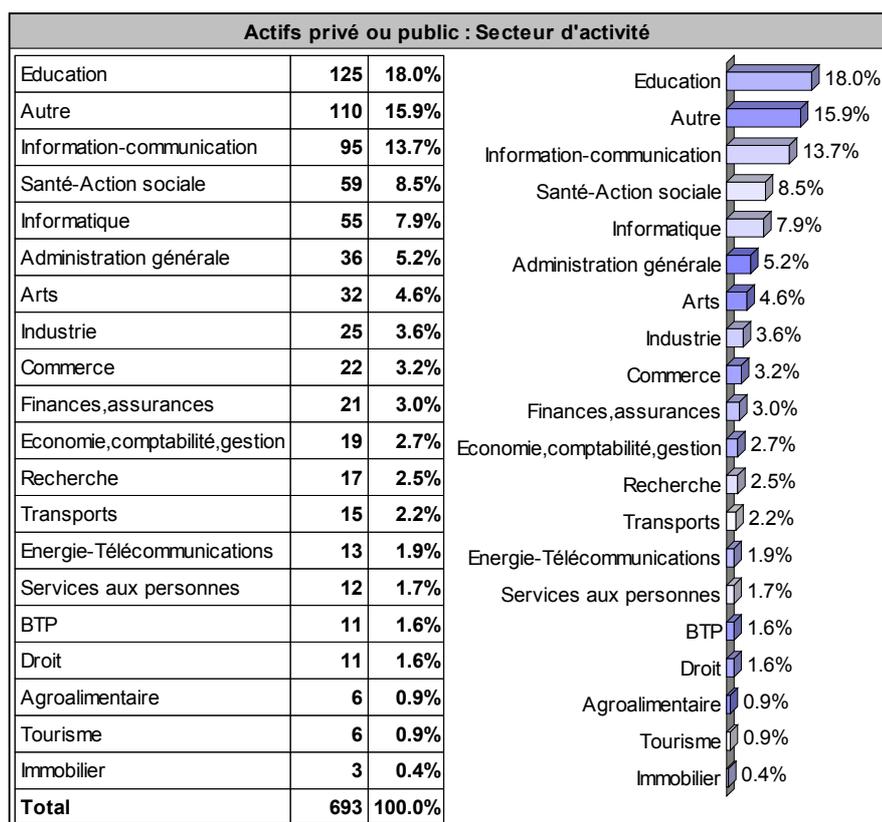


Domiciliation étranger		
Allemagne	27	33.3%
Suisse	10	12.3%
Belgique	6	7.4%
RoyaumeUni	4	4.9%
PaysBas	4	4.9%
Espagne	4	4.9%
Guinée	3	3.7%
Brésil	3	3.7%
Mexique	3	3.7%
Maroc	3	3.7%
Canada	2	2.5%
Algérie	1	1.2%
Yemen	1	1.2%
Tunisie	1	1.2%
Suède	1	1.2%
Sénégal	1	1.2%
Québec	1	1.2%
NouvelleZélande	1	1.2%
Liban	1	1.2%
Italie	1	1.2%
EtatsUnis	1	1.2%
Chine	1	1.2%
Cameroun	1	1.2%
Total	81	100.0%

Tris à plat de la totalité des réponses



Tris à plat de la totalité des réponses



Tri à plat des remarques et suggestions

(564 commentaires)

Remarques et suggestions		
Question adressée au GDS	15	1.4%
Possibilité d'interaction avec les autres utilisateurs	12	1.1%
Faire connaître le service	25	2.3%
N'a pas assez utilisé le GDS pour donner un avis	31	2.8%
A vu sa question refusée	5	0.5%
N'a pas reçu de réponse	26	2.4%
Inadéquation de la réponse obtenue par rapport aux attentes	33	3.0%
Imprécision de la réponse obtenue	2	0.2%
Ton de la réponse désagréable	9	0.8%
Difficultés pour poser une question	22	2.0%
Délai de réponse trop long	2	0.2%
Problèmes liés à la saturation du service	36	3.3%
Difficultés pour accéder à sa réponse	6	0.5%
Problèmes liés à la recherche dans les archives	17	1.6%
Attention à citer les sources utilisées	4	0.4%
Remarques sur l'ergonomie du site	11	1.0%
Encouragements, félicitations	401	36.6%
GDS placé dans les favoris	5	0.5%
Qualité du service	103	9.4%
Rapidité du service	30	2.7%
Originalité du service	8	0.7%
Bon concept, bonne initiative	106	9.7%
Gratuité du service	6	0.5%
Mention de la notion de bibliothèque ou de bibliothécaire	37	3.4%
Autres	41	3.7%
Rien à signaler	16	1.5%
Suggestion	16	1.5%
Origine de la connaissance du GDS	13	1.2%
Commentaire uniquement négatif	57	5.2%
Total	1095	100.0%

