



Mener une étude de public

1. Enjeux et objectifs, ou pourquoi étudier ?

L'étude de public est une démarche en plein développement dans le monde des bibliothèques universitaires ou de lecture publique. Corollaire de la politique de la demande et de la naissante culture de l'évaluation, elle est riche d'enseignements, mais doit être intégrée à un projet plus global de pilotage d'un établissement et ne peut être une fin en soi.

L'enjeu de l'étude de public est la connaissance de ce public, dont l'objectif est l'action que la bibliothèque engagera (modification, adaptation ou création) en vue de la satisfaction du public et du meilleur accomplissement de sa mission propre. Une étude peut ainsi intervenir :

- A priori, dans un objectif d'aide à la décision
- A posteriori, pour évaluer les résultats d'un projet mis en œuvre.

Le service ou l'équipe en charge de la connaissance des publics a pour mission de déterminer le ou les publics à étudier, ainsi que le champ de l'enquête. Son objectif doit être clairement défini et adapté à la politique engagée, et aux moyens humains et financiers mobilisables. L'institution d'un comité de pilotage ou d'un groupe de travail est la bienvenue, quelle que soit la configuration souhaitée pour l'étude.

2. Les différents types d'étude ou qui étudier ? qu'étudier ?

Chaque type d'étude a une fonction particulière qui apporte des informations de nature différente. Une étude peut idéalement s'inscrire dans un cycle, combiner éventuellement plusieurs enquêtes, à organiser selon les priorités.

- L'enquête dite de population mesure l'image et la place de la bibliothèque pour le public à desservir.
- L'enquête de fréquentation apporte des éléments de connaissance sur le public qui fréquente la bibliothèque : ses particularités sociodémographiques, ses comportements, ses habitudes, ses pratiques, ses besoins, ses attentes, par exemple.
- Les études peuvent aussi être segmentées et déclinées pour affiner les informations : par délimitation de public-cible, par secteur documentaire, par service, par type de pratiques entre autres.

3. Les méthodes, ou comment étudier ?

On distingue deux grands types d'approche dans les études de public : l'approche dite quantitative, qui repose sur la collecte et le traitement de données chiffrées, et l'approche qualitative, portant sur des échantillons de moindre importance, mais fournissant des données plus fines et personnalisées. Dans les deux cas, le choix de la méthode ou la combinaison des méthodes, ainsi que la sélection du public cible et/ou de l'échantillon sont fondamentaux pour atteindre l'objectif fixé.

L'étude quantitative est statistique. Pour des établissements singuliers, elle donne des indications de volume, de flux, de masse. Elle suppose une collecte par relevés de données chiffrées (comptages manuels, statistiques SIGB, comptages automatiques...) ou questionnaires à questions fermées, et un traitement statistique par logiciel (type Sphinx, ou Modalisa)

L'étude qualitative est souvent une enquête, reposant sur des questionnaires et/ou des entretiens. Les méthodes les plus fréquemment utilisées pour les pratiques culturelles sont

- Les questionnaires à questions fermées, semi-ouvertes ou ouvertes (possibilité de mixage)
- les entretiens individuels
- les entretiens collectifs ou focus group
- l'observation directe

4. Investissement, coûts, résultats, ou à quoi bon étudier ?

Quelle que soit l'étude menée, la phase d'analyse des contenus, d'établissement du rapport, de communication des résultats à la direction et/ou à la tutelle, en vue de prises de décision, est fondamentale. Il importe donc d'y réfléchir en amont, dès le choix du terrain et de la stratégie de l'étude.

Une étude peut être conduite en interne, avec le seul personnel de la bibliothèque, ou externalisée auprès de prestataires extérieurs (SCP Communication, Kynos, Tosca Consultants, Option culture...) de référence, des solutions mixtes étant envisageables. En interne, il ne faut pas sous-évaluer l'importance de la force de travail requise, de l'information et de la formation nécessaire (notamment aux logiciels de traitement et d'exploitation). En externe, la prestation pourra être plus fine, à condition que le cahier des charges ait été rédigé en cohérence avec les objectifs établis.



5. Récapitulatif : quelles étapes pour mener une étude de public ?

Phase préparatoire et exploratoire d'élaboration d'un cahier des charges pour inscrire l'étude dans son contexte (institutionnel, intellectuel, culturel, géographique, démographique,...), et s'interroger sur sa pertinence et sa faisabilité : expliciter et mettre en ordre les attentes de la bibliothèque, les objectifs de l'enquête, les hypothèses de départ ; documenter l'étude (recherche documentaire, recueil de discours auprès de personnes ayant une compétence, une expérience sur le sujet), faire des observations et analyser les connaissances existantes, les études déjà réalisées et les contraintes ;

Phase de choix et de construction du dispositif d'investigation : choix des populations enquêtées, des sites, des périodes, de la technique d'échantillonnage, des enquêteurs ainsi que des supports techniques et matériels, élaboration du questionnaire, de la grille d'entretien ou d'observation ;

Phase de terrain : il est important de communiquer sur l'étude en cours (identification des enquêteurs, affiches, appels aux témoignages) pour mieux mobiliser les populations à atteindre ;

Phase d'analyse et de présentation des résultats de l'étude avec les conclusions opérationnelles (axes de changement à court terme et à moyen terme) : confirmation ou infirmation des hypothèses préalables, découverte de nouvelles hypothèses ; restitution approfondie ou synthétique selon le destinataire, mais toujours en précisant la fiche technique de l'étude, c'est-à-dire ses contextes, sa date de réalisation et sa méthodologie.

Liens	Bibliographie
	ARBORIO, Anne-Marie, FOURNIER, Pierre. <i>L'enquête et ses méthodes. L'observation directe</i> . Paris, Armand Colin, 2005 ; (Collection 128)
	BERTHIER Nicole. <i>Les techniques d'enquête en sciences sociales</i> . Paris, Armand Colin, 2006. (Collection Coursus. Sociologie)
	BLANCHET, Alain, GOTMAN, Anne. <i>L'enquête et ses méthodes. L'entretien</i> . Paris, Armand Colin, 2005. (Collection 128)
	DUCHESNE, Sophie, HAEGEL, Florence. <i>L'enquête et ses méthodes. L'entretien collectif</i> . Paris, Nathan Université, 2004. (Collection 128)
	GANASSALI, Stéphane. <i>Les enquêtes par questionnaire avec Sphinx</i> . Paris, Pearson education France, 2007.
	POISSENOT, Claude, RANJARD, Sophie. <i>Usages des bibliothèques. Approche sociologique et méthodologie d'enquête</i> . Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2005.
	SAVARESE, Eric. <i>Méthodes des sciences sociales</i> . Paris, Ellipses, 2006
	SINGLY, François de. <i>L'enquête et ses méthodes. Le questionnaire</i> . Paris, Armand Colin, 2005. (Collection 128)
	Dossier : Connaître les publics. Enquêtes et statistiques. <i>Bulletin des Bibliothèques de France</i> . [périodique en ligne] T 51, n°6, 2006. Disponible sur : http://bbf.enssib.fr
	Webographie
	Sessions 1 et 2 des Actes du 53 ^{ème} congrès de l'ABF, consacré aux publics. Réflexions sur la pertinence et la mise en place d'enquêtes de publics, ainsi que des exemples : http://www.abf.asso.fr/article.php3?id_article=887
	Répertoire des sociologues français, consultable sans inscription, avec précision des spécialités, expériences et coordonnées des professionnels : http://www.afs-socio.fr/rep/
	Recensement d'articles, d'outils méthodologiques, de quelques prestataires : http://biblio.wikia.com/wiki/Sociologie_et_Pratiques_culturelles
	Collection études et enquêtes de la bibliothèque numérique de l'Enssib, recensant nombre d'exemples d'enquêtes, leur démarche et analyse : http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents-de-la-collection-40
	Offre de formation à la méthodologie de l'enquête : http://www.enssib.fr/offre-de-formation/index-thematique-de-la-formation-continue#theme3
	Présentation du logiciel d'enquête Modalisa : http://www.modalisa.com/

Fiche réalisée par : Maïa Rosenberger et Vincent Chérib
Créée le : 25 janvier 2008