

Élèves bibliothécaires

Réalisation d'une enquête auprès des publics en vue de la conception d'un guide du lecteur au SCD de l'Université d'Angers

Gestion de projet

ALARCON Nicolas

Sous la direction de Frédérique MONDON
Tuteur pédagogique, ENSSIB

Correspondant d'établissement
Nicolas Morin
Conservateur, SCD Angers

Résumé : La réflexion sur la conception d'un guide du lecteur pour le SCD de l'Université d'Angers nous a amené à réaliser une enquête quantitative auprès des publics des trois bibliothèques universitaires. Ce projet décrit les aspects théoriques et pratiques de cette enquête, qui servira à alimenter et orienter le contenu du guide.

Descripteurs : Bibliothèques -- Orientation des lecteurs -- France
Bibliothèques -- Utilisation -- Enquêtes
Université d'Angers. Bibliothèque

Toute reproduction sans accord express de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.

Sommaire

INTRODUCTION	6
PARTIE 1- ANALYSER : PRÉALABLE À LA RÉALISATION DU GUIDE DU LECTEUR.....	7
1. LE SERVICE COMMUN DE DOCUMENTATION DE L'UNIVERSITÉ D'ANGERS	7
1.1. <i>Le SCD en quelques chiffres</i>	7
1.2. <i>Les espaces publics</i>	8
1.3. <i>Evolutions récentes et futures</i>	9
2. BIBLIOTHÈQUE ET COMMUNICATION	10
2.1. <i>La fonction communication en bibliothèque</i>	10
2.2. <i>Place de la communication publique écrite au sein du SCD.</i>	11
2.3. <i>Les objectifs du guide du lecteur.....</i>	13
3. PAS DE GUIDE SANS CONNAISSANCE DES PUBLICS	14
3.1. <i>L'enquête de publics en bibliothèque.....</i>	15
3.1.1. <i>Définition de l'objet de l'enquête.....</i>	15
3.1.2. <i>Définition des « usagers ».....</i>	16
3.1.3. <i>Elargissement de l'objet de l'enquête</i>	18
3.1.4. <i>Une enquête quantitative pour mesurer la satisfaction des usagers</i>	19
PARTIE 2 - CONSTRUIRE L'ENQUÊTE.....	22
1. PLAN DE SONDAGE	22
1.1. <i>Définition de la population-cible</i>	22
1.2. <i>Taille de l'échantillon</i>	23
1.3. <i>Définition de la base de l'échantillon.....</i>	23
2. HYPOTHÈSES ET INDICATEURS	26
3. RÉDACTION DU QUESTIONNAIRE	28
3.1. <i>Généralités</i>	28

3.2.	<i>La structure du questionnaire</i>	30
3.3.	<i>Les points spécifiques</i>	31
PARTIE 3 - RÉALISER L'ENQUÊTE		35
1.	PLAN DE SENSIBILISATION.....	35
1.1.	<i>En direction du personnel</i>	35
1.2.	<i>En direction du public</i>	36
2.	PLAN DE PASSATION.....	37
2.1.	<i>Modalités de passation</i>	37
2.2.	<i>Partage de la passation</i>	39
3.	FORMATION DES ENQUÊTEURS.....	40
4.	PLAN ET OUTIL D'ANALYSES	42
4.1.	<i>Axes d'analyse</i>	43
4.2.	<i>Ecueils à éviter</i>	44
4.3.	<i>Outil d'analyse sélectionné</i>	45
5.	COMMUNICATION DES RÉSULTATS.....	45
6.	CALENDRIER PRÉVISIONNEL DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES PUBLICS	47
PARTIE 4 – CONCEVOIR LE GUIDE DU LECTEUR		48
1.	LE COMITÉ DE PILOTAGE	48
2.	LE GROUPE-PROJET	49
2.1.	<i>Composition</i>	49
2.2.	<i>Fréquences des réunions de travail</i>	50
2.3.	<i>Contenu des réunions</i>	50
2.3.1.	Sélection des informations diffusées	50
2.3.2.	Aspect visuel et illustrations	52
2.3.3.	Format du guide.....	53
2.3.4.	Lieux et période de diffusion.....	54
3.	CALENDRIER PRÉVISIONNEL DU PROJET	57

CONCLUSION	58
BIBLIOGRAPHIE.....	59
TABLE DES ANNEXES	61

Introduction

Comment améliorer l'accueil des usagers ? Cette question est devenue centrale dans les réflexions des services publics sur leurs missions et les moyens d'y parvenir. La Charte Marianne, généralisée à l'ensemble des services locaux de l'Etat depuis le 3 janvier 2005, constitue, en premier lieu, un socle commun d'engagement, une méthodologie et une identité visuelle. Elle peut parfois trouver son aboutissement dans une démarche Qualité (norme ISO 9000-2000).

Néanmoins, les bibliothèques ne se sont pas investies massivement dans cette démarche. Cela ne veut pas dire, pour autant, que l'accueil les indiffère. Au contraire, la place de l'utilisateur au sein de l'établissement est un axe de travail privilégié pour l'aménagement des espaces, la mise à disposition des collections ou la communication écrite en direction du public. Dans ce cadre, la connaissance même de l'utilisateur, de son profil, de ses attentes fait partie de la réflexion.

Le projet professionnel de notre formation initiale de bibliothécaire d'Etat consiste à l'imbrication de ces deux pistes : l'amélioration de l'accueil par les supports de communication écrite et la connaissance des publics de l'établissement.

Après une présentation rapide du lieu de notre projet, le service commun de documentation de l'Université d'Angers, nous traiterons du besoin d'une communication efficace et nous analyserons les supports existants au sein des établissements. Cette étape nous amènera à la mise en place d'une enquête auprès des publics, pour enfin nous pencher sur le cadre de la conception d'un guide du lecteur.

Partie 1- Analyser : préalable à la réalisation du guide du lecteur

1. Le Service commun de documentation de l'Université d'Angers

Le Service Commun de Documentation (SCD) de l'Université d'Angers se compose de quatre sections réparties sur trois sites. La bibliothèque centrale Belle-Beille, à la périphérie de la ville, gère les sections Sciences et Lettres ; elle a été construite en deux tranches, l'installation s'est effectuée en octobre 1989. Construite en centre-ville en 1998, la bibliothèque Saint-Serge est en charge de la section Droit – Economie. Enfin, la section Médecine – Pharmacie, à proximité du Centre hospitalier universitaire (CHU), s'est installée depuis le début des années 1990 dans la bibliothèque Montéclair.

Outre les Unités de formation et de recherche (UFR) précitées (Sciences, Lettres, Droit, Economie, Médecine, Pharmacie), l'Université accueille des écoles et instituts supérieurs : Institut universitaire de technologie (IUT), Ecole supérieur de tourisme (ESTHUA), Institut des sciences et techniques de l'ingénieur (ISTIA).

Les horaires d'ouverture des bibliothèques se situent au-dessus de la moyenne nationale : Belle-Beille et Saint-Serge ouvrent 60 heures par semaine, Montéclair, 50 heures (Source ESGBU).

1.1. Le SCD en quelques chiffres

	Belle-Beille	Saint-Serge	Montéclair	Total
Superficie totale (m²)	8700	2500	1155	12355
Inscrits	4191	3087	1041	10784
Places assises	922	332	91	1345
Collections ouvrages (titres)	258004	64223	21648	343875
Dépenses documentaires (€)	388932	183838	166484	885435
Transactions	148783	57158	18078	224019

Le personnel du SCD est constitué de 69 personnes dont 49 issues de la filière bibliothèque. Ils se répartissent ainsi : catégorie A = 7 ; catégorie B = 18 ; catégorie C = 24. Cela représente au total 46,9 Equivalents Temps Plein.

1.2. Les espaces publics

La bibliothèque Belle-Beille est un bâtiment d'un étage construit en longueur. Ce parallélépipède est divisé en 3 espaces créant ainsi 6 salles de travail (A0, A1, B0, B1, C0, C1). Les espaces intermédiaires (au rez-de-chaussée, entre A0 et B0 ; B0 et C0) sont utilisés comme salle des quotidiens et magazines et comme DVDthèque.

Belle-Beille dispose de trois points d'accueil :

- une banque d'accueil, de prêt/retour, de communication des documents en accès indirect. Situé immédiatement à l'entrée et placé au cœur des flux de circulation, ce bureau est le point névralgique de la bibliothèque.
- la banque de renseignement : l'unique banque de renseignements bibliographiques de la bibliothèque se situe en salle B0, c'est-à-dire au rez-de-chaussée, au centre de la bibliothèque. Elle est peu visible depuis le hall d'entrée malgré une tentative de mise en valeur.
- Un bureau, placé en B1 (au centre de la bibliothèque, à l'étage) était auparavant utilisé pour assurer des permanences du Prêt entre bibliothèques (PEB), service actuellement assuré par le bureau de renseignements. Il n'est occupé que quelques heures par jour afin de communiquer des supports spécifiques à certains étudiants.

La bibliothèque Saint-Serge occupe deux niveaux : sciences politiques, économie, gestion au premier, droit au second. Cette organisation en plateaux est récente. La bibliothèque universitaire dispose de deux bureaux : prêt/retour/communication des documents en magasin au premier étage, renseignement/PEB au second. Contrairement à Belle-Beille où ces bureaux sont soit en retrait, soit peu visibles, ceux de Saint-Serge sont quasi incontournables, placés sur les zones de circulation des usagers.

Un important projet d'agrandissement (3400 m² en plus) est planifié sur les prochaines années. A terme, la direction du SCD devrait s'installer dans la bibliothèque et ainsi se rapprocher de la présidence de l'Université.

Montéclair est la plus petite bibliothèque des trois. Les locaux paraissent actuellement inadaptés au public qu'elle accueille (beaucoup d'étudiants en première année de médecine). Elle occupe le rez-de-chaussée d'un bâtiment accueillant aussi des laboratoires de recherches. Montéclair propose peu de places assises ce qui explique un fort taux de remplissage. Le doublement du nombre de places est prévu prochainement par l'installation de locaux temporaires, avant la réalisation à plus long terme d'une nouvelle bibliothèque.

La banque de prêt se situe immédiatement à l'entrée, elle sert aussi ponctuellement pour les renseignements. La bibliothèque Montéclair ne dispose pas d'un bureau dédié aux renseignements, le nombre d'agents sur place ne permettant pas d'assurer une présence continue sur toute la journée. En cas de recherche bibliographique de la part d'un usager, les agents accompagnent le lecteur sur les postes de la salle informatique. Un bureau pour le prêt entre bibliothèques est placé au centre de la salle.

1.3. Evolutions récentes et futures

L'équipe de direction a été remaniée de manière importante avec l'arrivée d'un nouveau directeur en 2002 et de deux conservateurs en 2003. Des mouvements internes et les changements de chefs de section au sein du SCD ont engendré la mise en place progressive de nouvelles méthodes de travail.

Le SCD mène de front plusieurs projets aux degrés d'avancement différents ; ils sont amenés à faire évoluer son identité : réinformatisation (passage à Alphe 500 d'Ex-Libris) et multiplication des services en ligne proposés aux usagers (réservation, prolongation), agrandissement de la BU Saint-Serge et transfert de la direction, agrandissement puis construction d'une nouvelle bibliothèque Médecine-Pharmacie, création d'un médiapôle et réorganisation complète du libre-accès à Belle-Beille.

2. Bibliothèque et communication

2.1. La fonction communication en bibliothèque

Selon Marielle de Miribel : « *si les bibliothèques savent informer, elles ne savent pas communiquer* ». Elles ont toujours privilégié l'information, c'est-à-dire le contenu du message à la forme, la communication et la mise en valeur de ce message. (MIRIBEL, 1999-2, p. 72). Pourtant, une bibliothèque communique malgré elle « *par ses bâtiments, sa signalétique, son environnement, ses activités, l'aménagement des espaces, l'accueil, l'attitude des personnes qui s'y trouvent, lecteurs, usagers et membres du personnel [et par] (...) l'information sur les services qu'elle propose* ». Toutefois, cette communication est, la plupart du temps, irréfléchie, incohérente et non maîtrisée.

La place de la communication au sein des établissements est souvent négligée. Si le responsable informatique est généralement identifié, il n'en va pas de même du responsable de la communication. De ce fait, les actions de communication sont « *éparpillées dans le temps et l'espace, sans grande cohérence les unes avec les autres, ne pouvant en aucune manière nourrir le capital image de la bibliothèque* » (MIRIBEL, 2001, p. 14). La communication événementielle pose moins problème aux bibliothèques que la communication institutionnelle. Car cette dernière touche à l'identité, au capital image de l'établissement. Cette différence peut s'expliquer par le fait que la communication institutionnelle se construit sur un temps plus long que l'événement, elle demande donc une approche différente.

En règle générale, les bibliothèques communiquent sur d'autres éléments que la communication écrite. Elles privilégient la qualité de l'accueil, l'efficacité du personnel, l'ambiance, l'aménagement des espaces, etc. Pourtant, la fonction accueil peut être parasitée par les fonctions de contrôle et de filtrage du bureau situé à l'entrée et les espaces d'une bibliothèque ne ressemblent pas encore à ceux, étudiés et maîtrisés, des professionnels de la distribution.

Une communication écrite efficace doit reposer sur une charte graphique immédiatement identifiable et déclinable sur de multiples supports. Dans le meilleur des cas, elle doit intégrer un logo. Bien peu de bibliothèques répondent à ces critères pour différentes raisons : absence de plan de

communication, poids de la tutelle dans la communication du SCD, priorité donnée à d'autres axes, etc. Le style administratif est fréquemment employé dans les documents communiqués au public ; il se révèle souvent catastrophique en terme de qualité de communication (MIRIBEL, 1999, p. 59). Les messages adressés au public ne doivent pas être rédigés de la même façon que le règlement intérieur. Le « savoir-faire savoir » ne fait pas encore partie de notre culture professionnelle.

2.2. Place de la communication publique écrite au sein du SCD

La fonction communication au sein du SCD n'est, pour l'instant, pas formalisée. Aucune personne n'y est attachée en particulier et elle ne fait pas partie des profils de cadres. La communication a évolué au gré des besoins et des personnes s'en occupant ponctuellement. Encore récemment, dans chaque établissement, cette fonction n'était pas pensée de manière globale et cohérente. Même si l'affichage « sauvage » a été stoppé, il reste de nombreux efforts à effectuer.

Néanmoins, cette situation n'est pas le seul fait du SCD. Un plan de communication efficace doit souvent être pensé à un niveau supérieur. L'Université d'Angers ne dispose pas d'une identité visuelle forte s'appliquant à l'ensemble des services communs et déclinée sur les différents supports d'information. La direction du SCD ne peut pas s'engager dans la réalisation d'une charte ou d'une ligne graphique appliquée aux trois bibliothèques. Elle risque d'être freinée dans son initiative par les projets de l'université dans ce domaine ou, au contraire, par son inertie.

L'absence de personne clairement identifiée en charge de la communication au sein des bibliothèques est un premier révélateur du peu d'importance qu'on lui accorde. Un rapide examen des supports actuellement communiqués au public à l'intérieur des établissements en constitue un autre.

En prenant l'exemple de la bibliothèque Belle-Beille, nous nous apercevons qu'aucun document ne regroupe l'ensemble des informations pertinentes. Elles sont principalement réparties sur trois feuilles de couleur (bleu ou jaune), au format A4, pliées en deux. Chaque feuille reprend des informations sur une des sections (Lettres – Sciences humaines ou Sciences) ou un fond particulier (les périodiques). Les feuilles sur les sections reprennent

les coordonnées et les horaires d'ouverture en couverture, puis abordent le classement des ouvrages pour les disciplines concernées, le fonds, les services proposés et les outils à disposition, la quatrième de couverture présente un plan du bâtiment. A l'exception d'une vignette et du plan, ces documents n'intègrent aucun visuel pour présenter les fonds et les services. De plus, la mise en page est différente sur chaque document (voir Annexe).

Les conditions de prêt sont disponibles sur une feuille A5 blanche portant le logo des bibliothèques universitaires d'Angers. Ce logo n'est malheureusement pas repris sur tous les documents communiqués.

Les fiches concernant le Prêt entre bibliothèques sont imprimées sur des feuilles A4 recto roses sans le logo du SCD mais avec celui de l'Université.

Le document le plus récemment conçu est aussi celui dont la mise en page est la plus finalisée. Il s'agit d'un dépliant en trois volets, pratique à distribuer et à conserver par sa taille (25,5 cm x 5,5 cm), reprenant les coordonnées, les horaires d'ouverture, les périodes de fermeture sous forme de calendrier et les conditions de prêt. Le document a été mis à jour et légèrement modifié pour l'année 2005-2006 : sa forme a été conservée mais son contenu allégé.

Cette rapide présentation des supports d'informations à destination du public démontre qu'il n'existe pas de plan de communication au SCD. Les documents co-existent sans regrouper l'ensemble des informations nécessaires à une bonne connaissance des bibliothèques et sans forme cohérente. Dans cette communication, le dépliant constitue une première étape et indique la voie à suivre pour les autres supports ; il ne peut, toutefois, pas être surchargé d'informations au risque de ne plus remplir son rôle.

Le SCD a besoin d'un plan global de communication, remettant à plat la totalité des informations communiquées au public et proposant un ensemble cohérent et attractif de supports intégrant une ligne voire une charte graphique. Toutefois, l'ampleur de ce projet semble dépasser le cadre de notre travail. Nous pouvons, néanmoins, nous focaliser sur la conception d'un document pivot, un outil d'informations central se substituant aux supports présentés plus haut et représentant la pierre angulaire de l'identité de l'établissement ». Un guide du lecteur pourrait remplir ce rôle.

2.3. Les objectifs du guide du lecteur

Le plus souvent, un guide du lecteur est une source de fierté pour la bibliothèque qui a investi temps et argent dans ce qu'elle considère comme « *la quintessence (...) de ce qu'un lecteur doit savoir du lieu et de son organisation afin de devenir autonome* » (MIRIBEL, 2001, p.28). Pourtant, dans bien d'autres cas, un guide « *répond aux questions auxquelles le bibliothécaire voudrait éviter d'avoir à répondre jour après jour* » et ainsi limiter les relations interpersonnelles jugées peu valorisante par les professionnels. Où placer la réalité d'un guide entre ces deux extrêmes ? Les objectifs d'un guide du lecteur sont multiples et ambigus. En cherchant à tous les intégrer dans un seul document, des dérives surviennent irrémédiablement. Marielle de Miribel parle de « *confusion des genres* ».

En évitant de choisir entre le document publicitaire, la brochure de prestige et le règlement intérieur, les bibliothèques accouchent souvent d'un guide mal identifié qui manquera assurément sa cible. Pourtant, une définition claire des objectifs du document permet de déterminer le mode de diffusion approprié et le public visé. Par exemple, une brochure publicitaire aura pour but de faire connaître l'existence de la bibliothèque (*learn*), afin de faire apprécier ses services (*like*) pour enfin provoquer le comportement recherché : la fréquentation, l'utilisation des services voire l'inscription (*do*). Ce type de brochure visera en premier lieu, les non usagers ou les anciens usagers des bibliothèques. Sa diffusion devra donc s'effectuer hors-les-murs, en des points définis au préalable (mairie, associations, établissements culturels, etc.).

Ce n'est pas cet objectif que nous souhaitons poursuivre au SCD d'Angers. La fréquentation des bibliothèques universitaires dépasse la moyenne nationale ; le SCD arrive en tête pour les bibliothèques pluridisciplinaires (ESGBU 2003 : 1146267 entrées pour une moyenne nationale de 838282). Il ne s'agit donc pas d'attirer de nouveaux usagers même si cela peut constituer une piste de réflexion par la suite.

Certains éléments laissent à penser que les usagers n'ont pas une connaissance approfondie de l'établissement qu'ils utilisent : en d'autres termes, le public connaît mal les bibliothèques du SCD. Comme nous l'avons vu, les BU d'Angers ne disposent pas de documents finalisés sur le fonctionnement et les services proposés. De plus, la disposition des collections à Belle-Beille apparaît pour le moins compliquée et la signalétique en place ne

permet pas de remédier à ce problème. Dans ce cadre, il paraît normal que les étudiants de première année soient déconcertés. Les visites de présentation lors de la rentrée universitaire doivent apporter les connaissances de base sur le fonctionnement de la bibliothèque mais elles n'ont lieu que sur une période réduite. C'est lors de l'usage intensif des établissements que les étudiants seront confrontés à des problèmes de fonctionnement et auront des questions à poser.

Nous nous plaçons donc dans l'optique d'un guide du réseau qui sera, évidemment différent d'un guide de section. La multiplicité des sites, des services et les spécificités de chaque établissement devront être prises en compte. L'objectif premier du guide réalisé pour le SCD est d'améliorer la connaissance des services proposés par les trois bibliothèques universitaires du SCD. Le guide que nous envisageons doit servir d'outil d'approfondissement pour les usagers. Du guide du lecteur à l'enquête auprès des publics

3. Pas de guide sans connaissance des publics

La réalisation d'un guide du lecteur nécessite de recueillir de nombreuses informations. La collecte de celles concernant le fonctionnement et les services proposés par les bibliothèques ne pose, a priori, pas de problème particulier puisqu'elles sont produites en interne. Néanmoins, il ne s'agit pas simplement de synthétiser, dans un document unique ou une série de documents cohérents, toutes les informations sur la bibliothèque – la sélection et la compréhension du tout restant à la charge de l'utilisateur – mais de proposer à un ou des publics un ensemble d'informations les concernant directement. Le point d'achoppement se situe à ce niveau : comment proposer un tel document sans savoir à qui l'on s'adresse ?

Il est toujours possible de compiler les données personnelles des fichiers d'inscription, c'est une base statistique intéressante qui nous sera utile par la suite. Mais lors de la rédaction d'un guide du lecteur, il est nécessaire de dépasser les simples informations fournies lors de l'inscription. Nous avons besoin de porter à notre connaissance d'autres types de données. En d'autres termes, réaliser un outil tel qu'un guide du lecteur sans avoir une connaissance précise des types de publics auxquels il s'adresse, c'est être voué à produire un document déconnecté de la réalité des utilisateurs, un document de plus sur

la bibliothèque. Marielle de Miribel précise que « *connaître très précisément [les] attentes [des publics], permettrait de concevoir des documents susceptibles de les intéresser au maximum* » (MIRIBEL, 2001, p.9).

Toute communication efficace nécessite une identification des récepteurs potentiels ; le message lui-même pourra être adapté en conséquence. La manière la plus aisée de brouiller un message est de se tromper de récepteur. Cette méprise initiale génère le plus souvent du bruit (informations inutiles) ou du silence (informations manquantes).

Au-delà de la connaissance du récepteur, ce sont ses manières de fonctionner et ses attentes vis-à-vis de l'établissement qu'il faut dévoiler. Il ne suffit pas de savoir qui sont les usagers des bibliothèques du SCD, même si cette étape est primordiale dans la constitution d'un outil de communication. Il est nécessaire de déterminer ce que les usagers savent du fonctionnement des bibliothèques, dans quelle mesure ils connaissent les services du SCD. Comment répondre aux questions soulevées par le projet de guide du lecteur ? Comment en apprendre plus sur les publics-cibles du guide ? Réaliser une enquête auprès des usagers constitue le moyen le plus efficace de répondre à ces questions.

3.1. L'enquête de publics en bibliothèque

3.1.1. Définition de l'objet de l'enquête

Comme l'indique de Singly, le premier travail dans une enquête « *consiste en la délimitation de l'objet, de ses frontières. Le responsable doit définir à l'avance, au moins de façon provisoire, les notions qui seront au centre de l'enquête afin d'en trouver les bons indicateurs* » (SINGLY, 1992, p. 28). Les interrogations posées dans le paragraphe précédent donnent une idée du noyau de l'objet de l'enquête. Ce noyau peut se résumer en quelques questions auxquelles l'enquête devra répondre en priorité :

- Qui sont les usagers des bibliothèques du SCD ?
- A quels usagers s'adresse le guide du lecteur ?
- Quels publics manquent d'informations sur le fonctionnement de la bibliothèque ?

- Parmi ces publics, y a-t-il une priorité à déterminer ?
- Que savent-ils du fonctionnement des bibliothèques universitaires ?
- Les services proposés par les bibliothèques sont-ils connus ? Sont-ils utilisés ? Les usagers en sont-ils satisfaits ?

Toutefois, il convient, dans un premier temps, de définir une notion placée au cœur de l'enquête, celle d'usager.

3.1.2. Définition des « usagers »

Il importe de proposer une définition de la population-cible car « *selon la définition de la population, la taille et la structure sociale [de l'échantillon] se modifient* » (SINGLY, 1992, p. 46). Nous avons affirmé précédemment que nous voulions étudier les usagers des bibliothèques du SCD. Mais comment définir un usager ? Que recouvre ce terme ?

D'après le Petit Larousse (2002), un usager est une « *personne qui utilise un service en particulier un service public ou qui emprunte le domaine public* ». Définition la plus large possible qui ne rend pas compte de ce qu'est un usager de bibliothèque.

Bertrand de Quatrebarbe (cité par Marielle de Miribel) donne une définition particulière des publics : « *ensemble des personnes extérieures au service directement ou indirectement, potentiellement ou réellement intéressé par ses prestations* » (MIRIBEL, 1999-2, p. 136).

L'usager peut être un inscrit car cette inscription est la preuve qu'il s'est déplacé au moins une fois dans les murs de la bibliothèque. L'inscrit peut être réduit à l'inscrit actif ayant effectué au moins un prêt dans l'année. Dans ce cas précis, il n'est plus possible de parler simplement d'inscrits. Dans d'autres cas, les inscrits regroupent les personnes à l'inscription valide additionnées à celles n'ayant pas renouvelé leur inscription depuis un certain laps de temps (deux mois, un semestre voire plus).

Pourtant, il est difficile de réduire les usagers d'une bibliothèque aux seuls inscrits. D'une part, la définition des inscrits n'est pas évidente. D'autre part, les bibliothèques proposent et ont développé, depuis un certain temps déjà, une offre diversifiée de services qui ne nécessitent pas d'inscription préalable mais qui ne font pas moins partie de leurs missions culturelles :

consultation sur place des ouvrages, consultation de la presse, visite d'exposition, représentation théâtrale, cycle de conférences, etc.

Ces services sont le repère de ceux qu'une enquête sur les usagers des bibliothèques municipales a appelé les « UNIB », les Usagers Non Inscrits des Bibliothèques (EVANS, 1998), il est possible de deviner leur présence dans les murs des bibliothèques universitaires. Faute d'enquêtes ciblant ce public, les UNIB sont souvent mal connus dans les établissements. Pourtant, comme le souligne B. Calenge : « *la non-inscription ne révèle pas une sous-utilisation de la bibliothèque mais des modalités très personnelles et variées d'appropriation de l'espace comme des collections* » (CALENGE, 2003).

M. de Miribel (p. 136) propose une catégorisation des publics :

- Clients : acheteurs d'affiches, de catalogues d'exposition par exemple.
- Prescripteurs : personnes, nombreuses en bibliothèque, qui recommandent d'utiliser un produit ou un service. Ils font parties du cercle de référence des usagers.
- Usagers directs : ceux qui fréquentent la bibliothèque, inscrits ou non.
- Usagers indirects : ceux qui bénéficient des prestations sans être forcément les destinataires directs.
- Payeurs : ceux qui subventionnent, tutelles, mécènes, partenaires, contribuables.

Nous nous intéressons plus aux usagers directs qu'aux autres catégories car elle n'est pas forcément plus importante que les autres mais elle est plus facile à localiser. Les prescripteurs, catégorie au rôle non négligeable dans les bibliothèques universitaires, pourraient faire l'objet d'une enquête à eux seuls.

A la lumière de ces éléments, nous pouvons proposer la définition du terme « usagers » que nous utiliserons par la suite. **L'usager est toute personne fréquentant l'un des trois établissements du Service commun de documentation afin d'utiliser l'espace, les services et/ou les collections d'une bibliothèque quels que soient les conditions, les motivations et les objectifs de cette utilisation.** Nous insistons sur la présence physique des personnes dans les locaux, notre définition des usagers

exclut donc les utilisateurs des services à distance (site web, Prêt entre bibliothèques, usages indirects, etc.).

3.1.3. Elargissement de l'objet de l'enquête

Il nous est rapidement apparu qu'en limitant le questionnaire à la problématique du guide du lecteur, le temps et les moyens déployés pour mener une telle enquête ne seraient pas exploités de manière optimale. Nous avons donc décidé d'élargir l'objet de l'enquête et ainsi profiter de cette opportunité pour recueillir d'autres types de données.

Les bénéfices d'une enquête auprès des publics sont multiples. Outre la réponse aux questions posées précédemment, elle permet de connaître les usagers afin de les fidéliser ou de conquérir de nouveaux publics. Les résultats ne profitent pas seulement à l'établissement, les usagers peuvent aussi en bénéficier. D'une part, elle leur permet de s'exprimer et de valoriser leur place dans l'institution, elle instaure un dialogue avec eux et leur renvoie une image d'eux-mêmes. Il est donc important de ne pas rompre brutalement cet échange et de prévoir, à la fin de l'enquête, une communication adaptée en leur direction. D'autre part, l'enquête peut aboutir à des modifications visant l'amélioration des services proposés aux publics

Les pistes d'élargissement étaient multiples mais l'élaboration des hypothèses de recherche a souligné certains thèmes connexes au guide (voir p. 26 pour la construction des hypothèses).

- La fréquentation passée ou présente des bibliothèques municipales et universitaires n'est pas un sujet en étroite relation avec le guide. Pourtant, il serait utile au SCD de savoir comment les usagers ont fréquenté et fréquentent les bibliothèques. Il obtiendrait des informations sur leur degré de familiarisation avec l'environnement bibliothéconomique mais aussi sur leur mobilité entre les différentes bibliothèques.
- L'amplitude horaire d'ouverture des bibliothèques est un thème délicat à aborder mais, à notre sens, tout à fait justifié. Car, au-delà des projets de l'équipe de direction et des craintes du personnel, il nous semble pertinent de recueillir l'avis des premiers concernés, les usagers.

- La signalisation dans et hors les murs apparaît comme une problématique à explorer, d'autant plus dans un établissement qui n'a pratiquement jamais mené une réflexion de fond sur le sujet.
- Enfin, la piste des usages doit être approfondie. La question de la satisfaction découle naturellement de celles sur la connaissance et l'utilisation des services dans le cœur de l'enquête. En outre, cela permet aux utilisateurs eux-mêmes d'évaluer les conditions générales de travail dans les bibliothèques.

Ainsi, l'enquête conserve toujours son axe de réflexion sur les usagers des bibliothèques du SCD et leur connaissance de leur environnement. Nous ne faisons que profiter de cette occasion pour ajouter des problématiques périphériques qui n'en seront pas moins intéressantes lors des analyses, de la réalisation du guide mais aussi pour des objectifs à plus long terme.

L'objet de l'enquête étant défini, il est temps de s'intéresser au choix de la méthode.

3.1.4. Une enquête quantitative pour mesurer la satisfaction des usagers

Il existe deux grandes catégories de méthodes de recueil de données : les enquêtes quantitatives (enquête par questionnaire, sondage) et les enquêtes qualitatives (par entretiens semi ou non directif, récit de vie, observation participante). L'utilisation d'une méthode plutôt qu'une autre va dépendre à la fois de l'objet de l'enquête, de ce que l'on souhaite mettre à jour, et des moyens mis à disposition. Le plus souvent, les sociologues opèrent des bricolages entre ces deux catégories, ils articulent les méthodes entre elles pour produire leurs données.

L'enquête quantitative est efficace pour des questions descriptives, de fait : qui, quoi, comment, à quel rythme. François de Singly souligne que « *le questionnaire est une excellente méthode pour l'explication de la conduite* », « [et il] a pour ambition première de saisir le sens "objectif" des conduites en les croisant avec des indicateurs des déterminants sociaux » (SINGLY, 1992, p. 22 et 27). Les enquêtes qualitatives sont plus adaptées au recueil d'opinions, de représentations, de données plus subjectives.

Les problématiques que nous avons dégagées mêlent les questions de fait et d'opinion. Nous cherchons à connaître, dans une même enquête, la fréquence de visites dans les bibliothèques (question de fait) et l'opinion des usagers, leur satisfaction sur les services proposés par le SCD. Le questionnaire n'est pas la méthode la plus adéquate pour les enquêtes de satisfaction, le qualitatif donne de meilleurs résultats lorsqu'on interroge les représentations des individus. Pourtant, la méthode quantitative est la seule que nous pouvons utiliser, principalement en raison des conditions de préparation et de réalisation de l'enquête.

Les deux méthodes supposent la mise en place de procédures sensiblement différentes. Dans le cas d'une enquête par observation ou observation participante (méthode qualitative), le temps passé sur le terrain doit être important afin de s'en imprégner et de dégager les conduites des usagers, les éléments pertinents pour l'analyse. Ce travail d'observation est généralement couplé avec des entretiens semi-directifs auprès d'individus représentatifs de la population observée. Ces entretiens requièrent de véritables compétences afin de libérer la parole de l'enquêté et de lui faire oublier le cadre formel de l'interview. En aval des entretiens, leur saisie et leur analyse nécessite du temps et des compétences que nous ne possédons pas.

Compte tenu des éléments exigés pour la mise en place d'une méthode qualitative et du contexte matériel de notre enquête, il ne nous était pas possible d'utiliser autre chose que les questionnaires. En effet, sur l'année notre temps de présence sur le terrain a été limité : trois semaines pour la prise de contact en novembre-décembre 2004 et une semaine en mai 2005 pour régler certains détails. De plus, la date de reprise de la pleine activité au sein du SCD correspond, à peu près, à la date de rendu du projet (octobre 2005). Ainsi, une enquête par questionnaire était le moyen le plus adapté à un travail à distance. Tous les éléments constitutifs de cette méthode n'exigeaient pas notre présence sur le terrain : définition de l'objet d'enquête, construction de l'échantillon, rédaction des hypothèses de recherche, rédaction du questionnaire.

Même si l'enquête quantitative se prête mal à la mesure de la satisfaction car elle ne mesure que « *la satisfaction de ceux ayant « survécu » à l'insatisfaction susceptible de les faire partir* » (POISSENOT, RANJARD, 2005, p.275), nous verrons qu'il est possible d'améliorer la qualité des réponses lors de la construction du questionnaire.

L'enquête doit aussi objectiver l'objet de la recherche c'est-à-dire « *approcher les comportements par l'extérieur en évitant les jugements introspectifs* ». Interroger le personnel des bibliothèques en contact direct avec ces publics aurait, sans aucun doute, permis de recueillir des informations sur les usagers. Mais nous voulions éviter que l'enquête ne se base exclusivement sur leur vision des publics ; nous souhaitions distinguer le vraisemblable (ce qu'ils pensent savoir des publics) du réel (ce qu'il est possible de dire à partir de l'enquête).

Partie 2 - Construire l'enquête

1. Plan de sondage

Le plan de sondage détermine la population cible, l'échantillon final ainsi que la méthodologie de tirage de l'échantillon.

1.1. Définition de la population-cible

La définition de la population-cible est déterminée par les objectifs envisagés pour le guide du lecteur. Si le principal objectif est d'attirer dans les bibliothèques universitaires les étudiants et les autres catégories de personnes qui ne les fréquentent pas habituellement, en d'autres termes de conquérir de nouveaux publics, alors une connaissance précise des non-usagers s'impose. L'enquête devra déterminer la structure démographique de ce groupe, leur fréquentation d'établissements culturels, leur motivation ou absence de motivation vis-à-vis des bibliothèques. Dans ce cas, la population-cible, c'est-à-dire la population potentielle, est constituée par l'ensemble de la population d'une zone géographique donnée ; il est alors possible de l'échantillonner par la méthode des quotas ou des strates.

Bien qu'une étude portant sur les non-usagers ne manque pas d'intérêt, ce n'est pas le choix retenu par le SCD. Comme évoqué précédemment, le guide du lecteur n'est pas envisagé comme une plaquette de prestige servant à convaincre de futurs utilisateurs. Grâce au guide, les usagers doivent mieux se servir des bibliothèques de l'université d'Angers. Ils doivent avoir en leur possession plus d'informations sur leur fonctionnement et sur les services proposés. La population-cible de l'enquête est celle des usagers.

Néanmoins, ce groupe ne constitue pas un public clairement repérable et identifiable, ce qui n'est pas sans poser problème pour l'échantillonnage. En effet, comme l'indique François de Singly citant Luc Boltanski et Pascale Maldidier : « *un public n'a aucune des propriétés d'un groupe officiel : ni permanent, ni limité, ni coercitif ; il n'a pas fait l'objet d'un travail de définition sociale (...)* ; *il doit son existence à un acte et sa survie à la reproduction de cet acte* » (SINGLY, 1992, p. 46).

1.2. Taille de l'échantillon

Les instituts de sondage ont l'habitude de dire à leurs clients : « *Indiquez-moi votre budget, nous vous donnerons la taille de l'échantillon* ». En effet, cette dernière dépend principalement des moyens alloués à l'enquête. Ils détermineront le nombre de questionnaires ou d'entretiens administrés et donc le degré de précision des données produites. Toutefois, C. Poissenot et S. Ranjard préconisent un volume minimum « *de 300 à 500 questionnaires pour obtenir des modalités de réponses égales ou supérieures à 30 dans un tri à plat sur des variables signalétiques et pouvoir réaliser des tris croisés pertinents* » (POISSENOT, RANJARD, 2005, p. 131).

En se basant sur la population des étudiants de l'Université d'Angers (15989) et un taux d'interviews de 5%, l'échantillon sera composé de 800 individus. L'intervalle de confiance de ce nombre de questionnaires est satisfaisant : par exemple, un taux de 50% dans l'enquête a 95% de chances de varier entre plus ou moins 3.5 points, si l'on considère la population totale, c'est-à-dire de se situer entre 46.5 et 53.5%. C'est un point gagné par rapport à un nombre d'interviews égale à 400 (+/- 4.5 points à 50%). En revanche, il faudrait pas moins de 700 questionnaires supplémentaires (donc 1500 au total) pour gagner un point de plus et atteindre un intervalle de confiance de 2.5 points à 50 %.

1.3. Définition de la base de l'échantillon

Malgré la variété des méthodes d'échantillonnage (aléatoire, par quotas, par strates), construire un échantillon représentatif n'est pas indispensable pour notre enquête. F. de Singly constate que « *l'échantillon "spontané" [dans notre cas, les usagers des bibliothèques du SCD qui accepteront de répondre au questionnaire] n'est pas représentatif au sens statistique mais il donne une "bonne représentation du lectorat, une image stylisée par l'accentuation des traits pertinents"* » (SINGLY, 1992, p. 46).

Même si la représentativité de l'échantillon n'est pas requise, il nous faut tout de même déterminer la base de notre échantillon, c'est-à-dire le groupe pour lequel on dispose de quelques éléments statistiques qui

permettront de construire l'échantillon. Deux populations de référence se dégagent pour notre enquête : les étudiants de l'Université d'Angers et les lecteurs inscrits dans une bibliothèque du SCD. Sur quel groupe se baser ?

Les usagers inscrits comme base de l'échantillon. L'existence de statistiques précises sur ce groupe autorise les vérifications d'échantillon et les corrections lors de la passation de l'enquête mais cette base ne prend pas en compte certains groupes, tels les UNIB.

Si l'on construit l'échantillon d'après la répartition des effectifs d'inscrits selon les bibliothèques, on constate une disparité importante entre les sites, disparité qui n'est pas autant prononcée lorsque l'on construit l'échantillon d'après la répartition des effectifs d'étudiants selon les sites (voir tableau ci-dessous) :

	Effectifs étudiants	Usagers inscrits en BU	Répartition des étudiants selon le site (%)	Répartition des inscrits selon le site (%)	Echant. d'après la population des étudiants	Echant. d'après la population des inscrits au SCD
Belle-Beille	7670	5272	44	61	355	488
Saint- Serge	5422	2444	36	28	290	226
Montéclair	2897	919	19	11	155	85
Total	15989	8635	100,0	100,0	800	800

Le site Belle-Beille représente 44% des effectifs d'étudiants de toute l'Université d'Angers mais la bibliothèque de Belle-Beille concentre 61 % des inscrits au SCD. En appliquant ces pourcentages à un échantillon de 800 personnes, nous constatons une surreprésentation du site Belle-Beille aux dépens des autres sites et notamment celui de Montéclair. La place de Belle-Beille dans l'échantillon est plus de deux fois supérieur à celle de Saint-Serge (488 individus contre 226). En n'ayant que 85 individus issus de la bibliothèque Montéclair, il sera difficile de réaliser des tris à plat pertinents, les différentes catégories (filières d'étude, âge, etc.) étant trop peu fournies pour établir des comparaisons valides.

Les étudiants de l'université comme base de l'échantillon. Au regard de cette application sur notre échantillon, il semble donc plus pertinent de se

baser sur la population des étudiants de l'Université d'Angers. Ce groupe comporte encore des lacunes. Il ne prend pas en compte certaines catégories de personnes comme les enseignants ou les personnes extérieures et nous ne possédons pas de données statistiques précises sur sa structure.

Néanmoins, nous enquêtons sur les fréquentants des bibliothèques du SCD et la population des étudiants de l'université nous paraît plus proche de la réalité de la fréquentation de ces établissements. La répartition des effectifs au niveau des trois sites constitue le principal critère de construction de notre échantillon, il est donc indispensable de se baser sur une répartition qui ne soit pas éloignée de la réalité du terrain. En ce qui concerne l'absence d'informations sur la structure de la population, nous avons vu que ce n'était pas préjudiciable. Nous cherchons avant tout une représentation juste des usagers plutôt qu'une image parfaitement représentative.

L'absence de représentativité ne nous empêchera pas de procéder à des contrôles réguliers sur la structure de l'échantillon en cours de constitution. Si, lors des premiers traitements de questionnaires, nous percevons un profond déséquilibre entre la composition de la population des usagers inscrits (public pour lequel nous disposons de chiffres précis) et l'échantillon, par exemple une surreprésentation des étudiants en droit, il sera toujours possible de corriger ces écarts en procédant à des rééquilibrages entre les catégories (interroger moins d'étudiants en droit et plus de lecteurs extérieurs par exemple).

La composition de l'échantillon a été légèrement modifiée afin de donner au sous-groupe Montclair un poids suffisant pour faire l'objet de comparaisons avec les autres sites. L'échantillon se composera ainsi :

Sites	Belle-Beille	St Serge	Montclair	Total
Nombre d'étudiants	7670	5422	919	15989
Répartition des effectifs (%)	48	34	18	100
Composition de l'échantillon	384	271	145	800
Composition corrigée de l'échantillon	380	275	155	810

2. Hypothèses et indicateurs

Le projet de guide du lecteur a soulevé un certain nombre de questions de départ qu'il est nécessaire de retravailler et de faire évoluer avant de pouvoir figurer dans le questionnaire.

A partir des questions de départ, nous avons élaboré des hypothèses de recherche ; d'une interrogation sur la population étudiée, nous sommes passés à une affirmation, en quelque sorte « *une prédiction des résultats attendus* ». Cette forme n'est pas un frein à notre travail, elle ne fige pas l'hypothèse dans une vérité établie car « *une hypothèse posée au début d'une recherche est provisoire. Lorsque apparaît davantage d'information sur le sujet, elle peut être remise en cause et modifiée. Elle sert à faire progresser la recherche.* » (BERTHIER, 1998, p. 36). Après avoir déterminé la question de départ et l'hypothèse, il est indispensable de trouver le ou les indicateurs qui vont permettre d'infirmer ou de confirmer la proposition.

Les hypothèses élaborées peuvent être classées en deux catégories : les hypothèses se basant sur un indicateur unique et les hypothèses plus complexes se basant sur un faisceau d'indicateurs.

- Exemple d'hypothèse simple : nous avons, au départ une question : *les usagers sont-ils satisfaits des services proposés par la bibliothèque ?* Pour y répondre, nous pouvons la diviser en plusieurs sous-hypothèses car les services proposés sont nombreux. Nous pouvons affirmer, par exemple, que : *les usagers sont satisfaits des horaires d'ouverture de la bibliothèque.* Un seul indicateur est nécessaire à la validation ou l'invalidation de cette hypothèse. Il suffit de mesurer le niveau de satisfaction des usagers sur les horaires d'ouverture de la bibliothèque. Cet indicateur se traduit par la question suivante : *Que pensez-vous des horaires d'ouverture de la bibliothèque que vous fréquentez le plus souvent ? Très satisfaisant / Plutôt satisfaisant / Peu satisfaisant / Pas du tout satisfaisant / Sans opinion.* Cet indicateur permettra de valider l'hypothèse grâce à un tri à plat mais pas de répondre à la question de départ, plus générale. Pour cela, il faudra d'autres mesures de satisfaction sur le bureau de renseignements, le Prêt entre bibliothèques, la formation aux usagers, en somme, sur tous les services proposés par le SCD.

- Exemple d'hypothèse combinant plusieurs indicateurs : comme dans le cas précédant, nous débutons par une question générale : *quels sont les catégories d'usagers ayant le plus grand besoin d'informations sur le*

fonctionnement de la bibliothèque ? Nous en déduisons une hypothèse de recherche : *les usagers ont une meilleure connaissance de la bibliothèque s'ils sont familiarisés avec cet environnement* (ils auront donc moins besoins d'informations). Dans ce cas, nous ne pouvons nous contenter d'un seul indicateur. Comment rendre compte de la proximité d'un individu avec les bibliothèques ? Seul le croisement de plusieurs indicateurs peut le permettre. A notre avis, un individu est familiarisé avec le fonctionnement d'une bibliothèque, quelle qu'elle soit, s'il fréquente ou fréquentait régulièrement d'autres bibliothèques universitaires, municipales ou autres. En d'autres termes, s'il connaît déjà les codes de fonctionnement propres aux bibliothèques. Les indicateurs sélectionnés sont donc : la multifréquentation des bibliothèques universitaires, la multifréquentation des bibliothèques en général et la fréquentation passée des bibliothèques. Il suffit maintenant d'élaborer un ensemble de questions permettant de mesurer ces indicateurs :

Quelle(s) bibliothèque(s) de l'université fréquentez-vous ?

<input type="checkbox"/> Belle-beille (Lettres – Sciences) : <input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois	<input type="checkbox"/> Montéclair (Médecine – Pharmacie) : <input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois
<input type="checkbox"/> Saint-Serge (Droit – Economie) : <input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois	<input type="checkbox"/> Autres bibliothèques de l'université : <input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois

- Si oui laquelle ?

A part les bibliothèques universitaires, fréquentez-vous, actuellement, d'autres bibliothèques ?

<input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois	<input type="checkbox"/> Bibliothèques municipales <input type="checkbox"/> Bibliothèque anglophone d'Angers <input type="checkbox"/> Bibliothèque de l'Université Catholique de l'Ouest <input type="checkbox"/> Autres ; Précisez :
---	--

Si vous fréquentez d'autres bibliothèques, la ou lesquelles ?

Avant le début de vos études universitaires, fréquentez-vous d'autres bibliothèques ou centres de documentation ?	<input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Fréquemment
Si vous fréquentez d'autres bibliothèques, la ou lesquelles ?	<input type="checkbox"/> Bibliothèque municipale <input type="checkbox"/> CDI (école, collège, lycée,...) <input type="checkbox"/> Autres ; Précisez :

Il en va de même pour les conditions de travail. Nous pouvons poser comme hypothèse : *les usagers sont, en général, peu satisfaits des conditions de travail proposées par la bibliothèque*. Les conditions de travail recouvrent de nombreux éléments sur lesquels il s'agit de mesurer la satisfaction des usagers. Dans ce cas, faut-il prendre en compte la qualité de la documentation (qualité, volume, accessibilité) ? Nous avons décidé, pour conserver la cohérence de l'ensemble du questionnaire et pour des raisons de temps, de ne pas le faire, nous nous sommes limités aux conditions de travail purement matérielles : éclairage, température, silence dans la bibliothèque, nombres de places assises, accès aux postes internet, etc. Le cumul des différentes mesures de satisfaction de ces indicateurs devrait nous donner une idée de la satisfaction générale sur les conditions de travail. Les questions mesurant ces indicateurs peuvent se présenter ainsi :

Que pensez-vous des conditions de travail suivantes dans la bibliothèque que vous fréquentez actuellement ?		
Le mobilier	Le silence de la bibliothèque	Le branchement des ordinateurs portables
<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant
<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant
<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant
<input type="checkbox"/> Sans opinion	<input type="checkbox"/> Sans opinion	<input type="checkbox"/> Sans opinion / Pas concerné(e)

3. Rédaction du questionnaire

3.1. Généralités

La rédaction du questionnaire s'est étalée sur plusieurs mois, il a subi de nombreuses retouches. D'une certaine manière, il est difficile de dire s'il a trouvé sa forme achevée ; il est toujours tentant de rajouter une question, de modifier les modalités ou de changer l'ordre général.

Après avoir délimité les frontières de l'objet de recherche et élaboré les hypothèses de recherche en conséquence, la rédaction des questions fut une étape complexe. En effet, la construction des questions dépend du mode de passation envisagé. La perspective est tout à fait différente entre une enquête auto-administrée, où l'utilisateur est seul pour répondre aux questions, et une enquête en face-à-face, où un enquêteur peut intervenir pour préciser le sens d'une question ou le contenu d'une modalité. C'est d'ailleurs l'un des inconvénients de la passation en face à face, qui nécessite de prévoir une formation des enquêteurs (voir le sous-chapitre « Formation des enquêteurs » p. 40).

Faute de moyens humains pour assurer la passation, l'auto-administration des questionnaires a longtemps été envisagée comme la seule option possible. Le SCD a finalement décidé de mettre à notre disposition des moniteurs-étudiants qui assureront le rôle d'enquêteur durant deux semaines.

La formulation et l'enchaînement des questions ont subi de multiples modifications lors de ce changement. Mais, comme le souligne C. Poissenot et S. Ranjard : « *l'enquête administrée avec des enquêteurs reste le "must" des études quali-quantitatives : l'enquêteur pose les questions et note les réponses, les questionnaires sont bien remplis de la première à la dernière question, y compris les questions ouvertes parfois négligées en auto-administré* » (POISSENOT, RANJARD, 2005, p. 206).

L'objectif lors de cette étape de l'enquête était de rédiger des questions simples, contenant une seule idée. L'intitulé et les modalités de réponses devaient être compréhensibles de la même manière par tous les individus. Il a donc été nécessaire d'éviter les termes polysémiques et le jargon professionnel (ou patriotisme de profession). L'enquête porte sur les trois bibliothèques du SCD, un autre élément à prendre en compte lors de la rédaction. La quasi-totalité des questions devaient s'appliquer à tous les établissements car pour produire des données statistiques comparables et valides, les mêmes questions doivent être posées à tous les individus. Nous avons donc uniformisé les questions dans ce but. Pour les cas où cela n'a pas été possible l'enquêteur aura à préciser les modalités spécifiques (sur la question sur les horaires, par exemple).

Compte tenu des moyens mis à notre disposition et des objectifs de l'enquête, nous savions que le questionnaire devait comporter une majorité de

questions fermées. En effet, « [elle] *permettent une passation plus rapide du questionnaire et (...) constituent une sorte de précodage qui rend plus rapide le traitement informatique des réponses* » (CHAMPAGNE, LENOIR, MERLLIE, PINTO, 1996, p. 189). Toutefois, les questions fermées comportent aussi des inconvénients : « [elles] *ont pour effet d'aider les interviewés de façon telle qu'il n'est jamais sûr que les opinions qui sont proposées soient bien toutes comprises par les enquêtés ni même que la réponse choisie soit bien une opinion et non pas une réponse de complaisance donnée au hasard* ». Afin d'éviter cette situation, il est important de prévoir pour toutes les questions d'opinion, une modalité « sans opinion / pas concerné(e) ». Un échantillon spontané ne signifie pas pour autant que tous les répondants ont une opinion sur l'ensemble des questions posées. Le taux de non réponse est une donnée qui s'analyse en tant que telle comme nous le verrons dans le chapitre Plan d'analyse (p. 42).

Afin de ne pas totalement éliminer les questions ouvertes et parce que « *les interviewés produisent par eux-mêmes leurs réponses qui ont dès lors plus de chances d'être des opinions "personnelles" effectives* » (CHAMPAGNE, LENOIR, MERLLIE, PINTO, 1996, p. 189), nous en avons prévu quelques unes la principale se situe en fin de questionnaire.

3.2. La structure du questionnaire

Nous avons décidé de découper le questionnaire en six catégories basées sur les différents thèmes dégagés lors de la définition de l'objet :

- identité de l'utilisateur
- inscription et fréquentation des bibliothèques
- horaires
- signalétique
- usages et satisfaction
- conditions de travail

Nous avons essayé d'agencer les catégories de la manière qui nous semblait la plus logique pour les enquêtés car « *la formulation des questions et même l'ordre dans lequel elles sont posées peuvent influencer sur la distribution des réponses* » (CHAMPAGNE, LENOIR, MERLLIE, PINTO, 1996, p. 169)

La partie sur l'inscription ouvre le questionnaire. Si l'acte lui-même est anodin pour l'utilisateur, la question est importante pour l'établissement : elle permettra de mesurer le pourcentage d'utilisateurs non-inscrits parmi les fréquentants. De plus, commencer le face-à-face par des questions sur l'identité de l'individu est déconseillé ; nous ne souhaitons pas donner l'impression de réaliser une enquête de police. Les questions signalétiques sur l'enquête closent le questionnaire. Cet ordre nous a été conseillé par S. Ranjard et C. Evans.

Après l'inscription, nous enchaînons par la fréquentation d'abord présente puis passée des différentes bibliothèques, les horaires d'ouverture / périodes de fermeture et enfin la signalisation. Ce n'est qu'à la suite de ces questions que nous abordons le cœur de l'enquête : la connaissance des services, leurs usages et leur satisfaction. Nous estimons qu'à ce moment du questionnaire, les interviewés sont habitués au rythme et au type de questions, qu'ils sont donc probablement plus « disponibles » pour répondre de manière franche et personnelle. Cette série sur les usages représente environ la moitié du questionnaire, elle est suivie par des questions sur leur perception des conditions de travail et le pavé signalétique (sexe, âge, discipline étudiée, etc.).

Afin de vérifier la validité du questionnaire, nous avons procédé à une phase de tests auprès d'une douzaine d'étudiants. Après la passation, nous leur avons posé quelques questions sur la compréhension des intitulés, des modalités de réponses. Elle nous a aussi servi à mesurer le temps de passation. Malheureusement, ce test a été effectué lorsque le questionnaire était encore prévu en auto-administration. Par manque de temps, nous n'avons pas pu réaliser de tests en situation de face-à-face. Toutefois, plusieurs rencontres et échanges avec S. Ranjard et C. Evans (lors du stage ENSSIB « Enquêtes auprès des publics ») nous ont permis de réajuster le questionnaire en fonction de leurs remarques et conseils.

3.3. Les points spécifiques

Il n'existe pas un modèle unique de questionnaires pour les enquêtes en bibliothèques. Leur construction dépend des objectifs, du contexte mais aussi des choix personnels sur certains points.

Modalité moyenne : Certaines enquêtes comportent systématiquement une modalité moyenne pour les questions d'opinion, c'est-à-dire un nombre impair de réponses possibles (en excluant la non réponse). Cette option permet souvent au répondant de se réfugier dans cette modalité. Pour C. Poissenot et S. Ranjard, « [elle] entraîne un risque de concentration sur les valeurs moyennes, peu porteuses de sens et difficiles à exploiter au niveau des croisements. » (POISSENOT, RANJARD, 2005, p. 206). Nous avons privilégié les prises de position dans notre questionnaire. Les enquêtés doivent choisir parmi un nombre pair de réponses (par exemple : très satisfaisant / plutôt satisfaisant / peu satisfaisant / pas du tout satisfaisant). Nous espérons ainsi obliger les usagers à se positionner par rapport à l'établissement.

Question ordonnée : la question ouvrant la partie *Usages* est particulière, c'est une question ordonnée. Nous demandons aux usagers de classer leurs quatre activités les plus souvent pratiquées à la bibliothèque parmi une liste de onze modalités. Cette question devra nous permettre de réaliser un classement des activités déclarées selon différents critères (sexe, filière et niveau d'études, etc.). Les usagers peuvent toujours donner comme réponse les activités qu'ils perçoivent comme les plus légitimes, les résultats auraient alors peu d'intérêt. En plus de la position de la question dans le questionnaire, nous espérons que la phrase introductive de la question jouera un rôle quelque peu désinhibant pour le répondant « *Dans une bibliothèque, on ne travaille pas forcément...* ». Nous avons envisagé, dans un premier temps, le classement complet des onze modalités mais, d'après les conseils de S. Ranjard et C. Evans, les questions ordonnées doivent être maniées avec précaution. D'abord parce qu'elles sont souvent mal remplies au-delà des trois premiers rangs, ensuite parce que la perception du classement n'est pas la même chez tous les individus. Il convient donc de rendre l'intitulé le plus explicite possible : le premier choix doit correspondre à l'activité la plus pratiquée. Enfin, comme « *un certain nombre de personnes interrogées prennent l'ordre des réponses proposées comme indicateur des réponses légitimes (du plus au moins légitime)* » (DE SINGLY, p. 83), nous avons choisi de mélanger les modalités pour que les activités paraissant les plus légitimes (emprunter des documents, consulter sur place) n'apparaissent pas en tête de liste.

Dans une bibliothèque, on ne travaille pas forcément ; parmi ces activités, classez de 1 à 4 celles que vous pratiquez le plus souvent (1 = activité que vous pratiquez le plus souvent) :

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Lire la presse, les magazines | <input type="checkbox"/> Travailler à partir de la documentation de la bibliothèque | <input type="checkbox"/> Travailler en groupe |
| <input type="checkbox"/> Travailler sur ses propres documents (notes de cours, etc.) | <input type="checkbox"/> Se détendre / passer du temps libre | <input type="checkbox"/> Consulter la documentation électronique (bases en ligne, périodiques électroniques) |
| <input type="checkbox"/> Consulter Internet | <input type="checkbox"/> Utiliser les postes dédiés à la bureautique | <input type="checkbox"/> Emprunter des documents |
| <input type="checkbox"/> Rencontrer des amis | <input type="checkbox"/> Visionner des films sur place | |

Questions filtres : La partie *Usages* de notre questionnaire comporte de nombreux filtres ; ils permettent de ne pas poser les questions inutiles à l'enquêté et de passer directement à celles qui correspondent à ses réponses précédentes. La multiplication des filtres peut rendre laborieuse l'administration du questionnaire ; les enquêteurs devront bien maîtriser les rouages de l'enquête pour l'éviter. Au-delà de leur propre valeur statistique, ce type de question a montré son intérêt car « *il ne sert à rien de poser des questions d'usage à des personnes qui ne fréquentent pas un service, ou des questions d'opinion à des personnes qui n'ont pas utilisé des ressources documentaires* » (POISSENOT, RANJARD, 2005, p. 206). Nous avons généralement scindé les questions sur les usages en trois sous-questions : un individu répondant « Non » à la première question n'aura pas à répondre aux suivantes.

- | | |
|---|--|
| 20-a Connaissez-vous l'existence du service du Prêt entre bibliothèques (faire venir des documents que nous ne possédons pas mais qui se trouvent dans d'autres bibliothèques en France ou à l'étranger) ? | <input type="checkbox"/> Oui.....aller en Q. 20-b |
| | <input type="checkbox"/> Non.....aller en Q. 21 |
| 20-b Si oui, avez-vous déjà utilisé ce service dans les bibliothèques universitaires d'Angers ? | <input type="checkbox"/> Oui.....aller en Q. 20-c |
| | <input type="checkbox"/> Non.....aller en Q. 21 |
| 20-c Si oui, avez-vous été satisfait(e) par ce service ? | <input type="checkbox"/> Très satisfait(e).... aller en Q. 21 |
| | <input type="checkbox"/> Plutôt satisfait(e)...aller en Q. 21 |
| | <input type="checkbox"/> Peu satisfait(e)...aller en Q. 20-d |
| | <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfait(e) ... aller en Q. 20-d |
| | <input type="checkbox"/> Sans opinion |

Questions de satisfaction : Comme nous l'avons annoncé précédemment, les questions de satisfaction représentent une grande partie du questionnaire ; pourtant, les enquêtes quantitatives sont quelque peu inadaptées à la mesure

de la satisfaction des individus. Cet écueil nous est apparu dans une enquête réalisée en février 2001 par le SCD de l'Université Marc Bloch à Strasbourg (consultable à l'adresse <http://www-scd-ushs.u-strasbg.fr/enquete/questresult.html>). Certains services recueillaient entre 80% et 90% d'opinion favorable. Résultats certes très encourageants pour l'établissement, mais difficile à analyser en profondeur. Nous souhaitons éviter ce type de piège tout en conservant le questionnaire comme méthode de recueil des données, nous avons vu que la passation d'entretiens qualitatifs n'était pas envisageable.

La solution provient, d'une part, de l'interaction enquêteur-enquêté : l'utilisateur doit ressentir qu'il peut répondre sincèrement aux questions les plus délicates du questionnaire. D'autre part, des précisions sur le pourcentage d'individus insatisfaits peuvent être apportées. La question de satisfaction est généralement suivie d'une question ouverte demandant les raisons en cas d'insatisfaction. Cette dernière est souvent mal remplie. Nous pensons qu'il est possible d'améliorer la qualité des réponses ainsi que le temps de traitement pour ce type de question en proposant des modalités d'insatisfaction pour chaque service. Des entretiens exploratoires avec certains usagers sont ordinairement réalisés pour découvrir ces modalités. Dans notre situation, nous ne pouvions pas en effectuer mais il était possible de faire appel aux connaissances des professionnels. Nous avons donc demandé aux personnes travaillant dans les différents services de la principale bibliothèque du SCD (PEB, formation des usagers, prêts/retours, renseignements au public, expositions) quels étaient, selon elles, les possibles motifs d'insatisfaction des usagers. Les réponses obtenues ainsi que nos propres observations ont permis de proposer des modalités apparemment cohérentes.

Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction [sur le bureau de renseignements]?	<input type="checkbox"/> Renseignement inadéquat / pas de renseignement <input type="checkbox"/> Pas / trop peu de documents sur le sujet <input type="checkbox"/> Attente trop longue <input type="checkbox"/> Peu aimable <input type="checkbox"/> Manque de disponibilité (ne se déplace pas, n'accompagne pas) <input type="checkbox"/> Pas de supports pour le renseignement <input type="checkbox"/> Confort du renseignement <input type="checkbox"/> Problèmes techniques (impressions, clés USB, bureautique) <input type="checkbox"/> Autre :
---	---

Les principaux outils de notre enquête étant désormais construits, il convient maintenant de présenter les éléments qui vont servir à sa réalisation.

Partie 3 - Réaliser l'enquête

Avant d'entamer la passation de l'enquête, il est indispensable de la préparer convenablement. Cette préparation consiste, dans un premier temps à sensibiliser toutes les parties du projet.

1. Plan de sensibilisation

1.1. En direction du personnel

Le personnel du SCD a finalement très peu contribué à la création de l'enquête. Pour autant, cela ne veut pas dire qu'il doit être complètement déconnecté du projet. La mise en œuvre et le bon déroulement de l'enquête passe obligatoirement par une sensibilisation du personnel.

Deux options de réunions s'offrent à nous : une réunion regroupant l'ensemble du personnel du SCD difficile à mettre en place compte tenu de la localisation des établissements et des contraintes horaires ; ou trois réunions dans chacune des bibliothèques du SCD. Dans tous les cas, elles ne devront pas durer plus de deux heures.

Ces rencontres auront pour principales missions de donner au personnel une vue de l'ensemble de l'enquête ainsi qu'une idée de leur place dans ce projet. Le questionnaire sera envoyé dans les boîtes électroniques quelques jours avant la réunion. Le personnel pourra en prendre connaissance et préparer leurs questions ou leurs remarques.

Voici les différents points abordés lors des réunions :

- Les raisons d'une enquête auprès du public : lien avec le guide du lecteur, mieux connaître nos publics et ses usages des bibliothèques.
- La méthode de recueil des données : rapide survol du questionnaire, précisions sur les questions les plus délicates (horaires, questions de satisfaction sur les services) et enfin questions-réponses s'il y a lieu.

- La période de passation et la communication des résultats : distribution du calendrier de l'enquête.
- Les moniteurs-étudiants comme enquêteurs : expliquer au personnel pourquoi il n'administre pas le questionnaire.
- Les personnes interrogées : l'échantillon sera composé des individus sortant des bibliothèques et volontaires pour répondre au questionnaire.
- Les précisions sur leur rôle dans le projet : donner des explications aux usagers posant des questions, les orienter s'ils souhaitent participer à l'enquête, leur donner des indications sur la publication des résultats (date et contenu).

1.2. En direction du public

L'objectif de cette sensibilisation est de faire savoir à la grande majorité des usagers des bibliothèques qu'une enquête est programmée. En les prévenant à l'avance, nous souhaitons créer un climat propice aux échanges entre enquêteurs et enquêtés. Dans le meilleur des cas, les individus sauront pourquoi un enquêteur les aborde à la sortie de la bibliothèque. Pour ce faire, nous comptons utiliser tous les moyens de communication à notre disposition aussi bien dans les murs des établissements qu'à l'extérieur.

L'annonce devra être assez accrocheuse pour retenir l'attention mais le message ne comportera que les informations essentielles : l'objectif déclaré, la période et le lieu de passation. Une phrase de conclusion pourra servir à présenter l'enquête de manière positive et faire appel à leur bonne volonté.

Aidez-nous à mieux vous connaître.

Du 21 novembre au 03 décembre 2005, les bibliothèques universitaires d'Angers réalisent une enquête auprès de leurs usagers afin de mieux les connaître et d'améliorer davantage ses services.

Nous vous remercions de consacrer une dizaine de minutes aux enquêteurs placés à la sortie des bibliothèques, pour répondre au questionnaire totalement anonyme.

Voici, la liste des différents supports susceptibles d'être utilisés :

- Supports d'information dans les bibliothèques : panneaux d'affichage des informations rapides placés en différents points des bibliothèques (entrée, salles internet, rayonnage DVD, coin presse, etc.), affiches sur les banques de prêt/retour et de renseignements, dans les salles, panneau lumineux pour la bibliothèque Belle-Beille, annonces micro.
- Supports d'information hors des bibliothèques : annonce sur le site web du SCD, affiches sur les panneaux d'information des composantes.

2. Plan de passation

Le plan de passation sert à déterminer les modalités de passation ainsi que la répartition des questionnaires en fonction des sites, des jours, voire des tranches horaires et des enquêteurs.

2.1. Modalités de passation

La passation des questionnaires aura lieu sur une période de deux semaines, du lundi au samedi pour les bibliothèques Belle-Beille et Saint-Serge, du lundi au vendredi pour la bibliothèque Montéclair, entre 10h et 19h. Nous faisons débiter la passation à 10h au lieu de 9h (heure d'ouverture des bibliothèques) afin de laisser le temps aux premiers arrivés dans les BU de faire ce pourquoi ils étaient venus. L'administration des questionnaires s'effectuera en sortie de bibliothèques, les usagers auront ainsi utilisé au moins un des services de l'établissement, situation plus confortable lorsque l'on interroge les usages. Plus précisément, voici les lieux d'administration prévus :

- Belle-Beille : sur le parvis de la bibliothèque, la proximité des tables et des bancs pourrait donner un aspect moins pressé à la passation.
- Saint-Serge : dans le hall entre l'escalier et l'entrée ou en extérieur vers l'accès à la bibliothèque.
- Montéclair : dans le sas d'entrée entre la porte et les portiques ou à l'extérieur de la bibliothèque.

Les enquêteurs auront donc à interroger les usagers au fur et à mesure de leur sortie en respectant la règle des pas. Un enquêteur aura inconsciemment tendance à questionner une personne proche de lui (physiquement, socialement, etc.). Afin d'éviter ce biais, on utilise la règle des pas : les enquêteurs interrogent la 2^{ème} ou 3^{ème} personne qui sort de la bibliothèque. Ils auront aussi à respecter un certain nombre d'indications afin d'assurer de bonnes conditions de passation. Ces dernières ont une influence déterminante sur la qualité des données recueillies lors d'une enquête. Les réponses données par l'individu peuvent être totalement biaisées si l'enquêteur n'a pas pu ou su installer un climat de confiance entre eux deux. Ceci est surtout vrai lors d'enquêtes sur des populations défavorisées ou socialement fragiles, lorsqu'il existe un écart important et visible en terme de capital culturel et économique entre l'intervieweur et l'interviewé. Dans ces cas précis, certaines précautions dans la présentation de soi ou dans la formulation des questions sont à prendre. Dans notre situation, les enquêteurs, eux-mêmes étudiants, auront majoritairement affaire à des personnes évoluant dans le milieu universitaire. Même s'il subsiste des écarts, nous les supposons de moindre importance. Néanmoins, comme nous le mentionnons dans la partie *Formation des enquêteurs*, nous les sensibiliserons à ce sujet.

Les enquêteurs devront porter un badge les identifiant clairement auprès des usagers comme mandatés par le SCD pour administrer l'enquête. Cette identification doit aussi marquer son caractère officiel.

Les enquêteurs seront recrutés parmi la population étudiante, ils devront avoir un emploi du temps peu fourni sur les semaines de passation et très souple. Ils devront, en outre, connaître le fonctionnement de la bibliothèque, avoir une bonne expression orale et être à l'aise lors d'une interaction en face-à-face. Les étudiants inscrits à l'Ecole doctorale de l'Université d'Angers pourraient correspondre à ce profil.

Il y a de fortes chances pour que les enquêteurs aient à interroger des personnes de leur connaissance. En soi, cette situation ne pose pas de problème particulier si elle reste le fruit du hasard. En effet, le climat de confiance requis entre enquêteur et enquêté sera déjà en place. Si, en revanche, ces rencontres sont provoquées et répétées, elles risquent de créer un déséquilibre de l'échantillon, préjudiciable à la validité des résultats.

Nous souhaitons réaliser une enquête de face-à-face, un enquêteur face à un enquêté. Dans certains cas, il se peut que la personne à interroger sorte de la bibliothèque accompagnée par d'autres usagers ; l'enquêteur devra alors faire comprendre à la personne qu'elle souhaite recueillir son opinion personnelle et non celle du groupe car il y aura forcément des différences entre les deux.

2.2. Partage de la passation

Dans la partie précédente, nous avons déterminé la structure de l'échantillon (voir p. 23) puis précisé les modalités de la passation. Il est donc possible de donner la répartition du nombre de questionnaires recueillis par site et par jour dans le tableau suivant :

		Belle-Beille	St Serge	Montéclair	
1ère semaine	Lundi	33	24	16	73
	Mardi	37	25	16	78
	Mercredi	33	26	15	74
	Jeudi	32	23	15	70
	Vendredi	35	25	15	75
	Samedi	20	15		35
sous total 1ère semaine		190	138	77	405
2ème semaine	Lundi	33	23	15	71
	Mardi	37	24	15	76
	Mercredi	33	27	16	76
	Jeudi	32	23	16	71
	Vendredi	35	25	16	76
	Samedi	20	15		35
Sous tot 2e semaine		190	137	78	405
Total		380	275	155	810

Nous avons compulsé les statistiques de fréquentation afin d'estimer les jours les plus fréquentés. Excepté le samedi où la fréquentation est divisée par deux, il n'existe pas d'écart important entre les journées. Le pic de fréquentation se situe le mardi pour la bibliothèque Belle-Beille, le mercredi pour Saint-Serge. Nous avons donc légèrement modulé la répartition du nombre de questionnaires en fonction de ces observations.

La répartition selon les tranches horaires n'est pas précisée. Nous serons néanmoins attentifs à ce que les enquêteurs alternent entre les quatre tranches prédéfinies : 10h-12h, 12h-14h, 14h-17h, 17h-19h. Elle représentent, à notre avis, les quatre périodes de la journée : matin, heures du déjeuner, après-midi, soirée.

Le tableau suivant résume les informations concernant le nombre de moniteurs requis et le rythme de l'administration :

	Belle-Beille	St Serge	Montéclair
Nombre d'enquêteurs requis	4	3	2
Nombres de questionnaires recueillis par jour et par moniteur	de 8 à 9	de 7 à 9	de 7 à 8
Estimation du nombre d'heures de passation par jour et par moniteur	3h30-4h	3h-4h	2h30-3h

L'évaluation du temps de passation se base sur une hypothèse large : 25 minutes par questionnaire. Ce temps peut évidemment fluctuer selon les cas mais devrait être compris entre 15 et 30 minutes.

Neuf enquêteurs seront recrutés pour une durée de 12 ou 10 jours. Si l'on se base sur 3 heures de passation par jour, sept enquêteurs travailleront 36 heures, les deux autres, 30 heures. Sur la base d'une rémunération légale de 8,06 euros de l'heure (d'après l'indice nouveau majoré), on obtient un budget d'environ 3500 euros.

3. Formation des enquêteurs

Cette formation a pour but de préparer les moniteurs-étudiants à la conduite d'un questionnaire en face-à-face. Elle doit, dans un premier temps, leur donner une bonne compréhension des fondements et des enjeux de l'enquête menée au sein du SCD.

La passation des questionnaires sera facilitée si les enquêteurs maîtrisent le contenu et l'enchaînement des différentes questions, notamment les successions de questions-filtres. La formation sera l'occasion d'une première présentation du questionnaire mais c'est le travail de terrain qui permettra une réelle familiarisation.

Lors de la passation du questionnaire, et donc de l'interaction enquêteur-enquêté, les effets d'imposition jouent un rôle important dans le

choix de la réponse. Une partie de ces effets peut être maîtrisée lors de la rédaction des questions et des modalités de réponses (voir le chapitre Rédaction du questionnaire, p. 28). Il est toutefois difficile de contrôler et de corriger, lors de l'administration, la manière dont l'enquête est présentée, les questions posées, les modalités proposées. Il est donc nécessaire de sensibiliser les enquêteurs à ces problématiques durant la formation.

Dans la mesure du possible, lors du recrutement des enquêteurs, une certaine mixité ethnique et sexuelle sera respectée.

La formation aura lieu durant la semaine précédant le début de l'enquête afin d'éviter un temps d'attente trop long entre la formation et le travail de terrain, et ainsi espérer une application rigoureuse des consignes données.

Elle pourra se dérouler sur une demi-journée dans une des salles de réunion de la bibliothèque Belle-Beille et durera environ trois heures.

Organisation de la formation des enquêteurs :

- ⇒ La formation débutera par une présentation rapide du contexte de l'enquête (connaître le public et sa satisfaction sur les services proposés par la bibliothèque).
- ⇒ Exercice pour une première prise de contact avec le questionnaire : un enquêteur administre le questionnaire à un autre enquêteur.
- ⇒ Recueil des impressions, des commentaires sur les questions, sur leur pertinence, les possibles incompréhensions, les contresens, les modalités manquantes, etc. Au-delà de la prise de contact, cette phase servira de test. Nous pourrons ainsi recueillir des avis sur les questions et procéder à des aménagements si nécessaire.
- ⇒ Retour sur le questionnaire :
 - Explications plus précises des objectifs de l'enquête, ses liens avec le futur guide du lecteur, ce qu'elle doit apporter comme informations (fréquentation, connaissance, utilisation, satisfaction).
 - Examen question par question (sens de la question, modalités proposées, biais possible).

- Présentation des difficultés du questionnaire, notamment l'enchaînement parfois complexe des questions.
- ⇒ Sensibilisation aux problèmes d'imposition, insister sur leur neutralité vis-à-vis des enquêtés malgré leur proximité, mise en place de la règle des pas (pas de 2 ou 3).
- ⇒ Visite rapide de la bibliothèque, rappel des différents espaces et des services proposés. Les enquêteurs seront sans doute des étudiants ayant déjà fréquenté les bibliothèques du SCD mais un rappel en lien avec ce qui aura été abordé dans l'examen du questionnaire s'impose.
- ⇒ Présentation du dispositif de passation : à l'extérieur des bibliothèques, à des personnes sortantes. Communication du plan de sondage : nombre de questionnaires à administrer par jour. Sensibilisation à la filière d'études des enquêtés afin d'éviter un redressement par la suite.
- ⇒ Indiquer les quelques points essentiels à mentionner dans le speech introductif : durée de passation entre 15 et 20 minutes ; questionnaire totalement anonyme ; résultats publiés sur le site internet du SCD dans quelques mois.

La formation ne pouvant pas résoudre tous les problèmes ou questions soulevés par cette enquête, la première journée de passation fera l'objet d'une attention particulière avec une présence régulière auprès des enquêteurs et, selon les possibilités, une réunion collective au terme de la journée. Ce débriefing sera aussi l'occasion de revenir sur le questionnaire pour apporter des précisions et des modifications. Des contrôles seront organisés à intervalles réguliers durant les deux semaines d'enquête.

4. Plan et outil d'analyses

Il est d'ores et déjà possible de déterminer les pistes d'analyse que nous souhaiterons développer à partir de l'exploitation des données ainsi que les écueils à éviter lors de cette phase.

4.1. Axes d'analyse

Le premier objectif des analyses sera d'apporter des réponses aux hypothèses de recherche. Pour cela, il nous suffira de produire la totalité des tris à plat. Pour chaque question, un tableau résumera la répartition des individus selon chaque modalité. Cela constitue une bonne entrée en matière car les tris à plat constituent les résultats les plus solides d'une enquête et représentent un bon moyen de se familiariser avec les données brutes.

Dans un deuxième temps, les tris croisés nous serviront à valider les hypothèses directement liées à la réalisation du guide du lecteur mais aussi à vérifier certaines pistes de recherches qui ne manqueront pas d'apparaître en cours d'analyse. Par exemple, afin d'identifier les catégories d'utilisateurs ayant le plus besoin d'informations, nous croiserons des variables indépendantes (filiale d'étude, diplôme préparé, bibliothèque la plus fréquentée, âge, etc.) avec des variables dépendantes (niveau de connaissance des services de la bibliothèque, niveau d'utilisation, niveau de satisfaction sur les conditions de travail, etc.). Nous pourrions ainsi établir le ou les profils de l'utilisateur du futur guide. Le croisement des variables indépendantes avec la question ordonnée sur les usages pourra être riche d'enseignements.

L'analyse sera aussi une période de retour sur la structure de notre échantillon. En cas d'écart considérable entre les sous-catégories de la population visée, nous pourrions procéder à des corrections afin de rééquilibrer l'échantillon. Il faudra, pour cela, administrer des questionnaires à des sous-populations particulières sélectionnées à l'aide de questions-filtres. La structure du sous-échantillon nécessaire au rééquilibrage aura été préalablement déterminée (de qui avons nous besoin pour le rééquilibrage ?).

L'analyse des niveaux de satisfaction pourra faire l'objet d'un travail spécifique de recodage en variables scores. Une valeur est attribuée à chacune des modalités selon une échelle de notation, par exemple : très satisfait = +2 ; plutôt satisfait = +1 ; peu satisfait = -1 ; pas du tout satisfait = -2. La variable numérique ainsi créée permet différents types de calculs et de comparaisons. Néanmoins, les moyennes calculées n'ont que peu de signification en soi, elle prennent leur sens dans une comparaison entre plusieurs moyennes.

4.2. Ecueils à éviter

Lors de la phase d'analyse, un certain nombre de pièges sont à éviter. Les non réponses seront à manier avec le plus grand soin. Une partie plus ou moins grande de l'échantillon n'aura pas d'opinion particulière sur la question posée par l'enquête. Au lieu de minimiser la place des non-réponses, il faudra appréhender leur rôle dans la composition des résultats. Comme le souligne P. Champagne : « *il faut, en fait, donner une valeur positive aux « non-réponses » parce qu'elles constituent un bon indicateur de l'existence ou non, chez les enquêtés, d'opinions déjà constituées et, plus précisément encore, un indice de la capacité variable selon les groupes sociaux, à produire une opinion ou, pour le moins une réponse à une question d'opinion. (...) [L'analyse sociologique des non-réponses] permet de juger de la consistance et du degré de conviction qu'il est possible de donner aux opinions recueillies par ce type d'enquêtes.* » (CHAMPAGNE, LENOIR, MERLLIE, PINTO, 1996, p. 185-186).

Comme pour les non-réponses, il faut être attentif aux faibles écarts entre deux indicateurs, par exemple dans le cadre d'une comparaison. Il ne faut pas perdre de vue que notre échantillon n'a pas la taille suffisante pour donner les résultats sans se soucier de l'intervalle de confiance. Cet intervalle diminuera lorsque nous nous focaliserons sur des sous-populations de l'échantillon. Les données sur les usagers de la bibliothèque Montclair, par exemple, seront à manier avec beaucoup de précautions.

Le regroupement de modalités est une pratique courante de l'analyse statistique. Il permet de faciliter l'étude de certaines variables numériques comme l'âge ou le salaire, en constituant des classes homogènes. Dans le cadre de questions de satisfaction, il est possible de procéder à ces regroupements en utilisant des accolades sur les modalités *Très satisfait* et *Satisfait*, ou *Peu satisfait* et *Pas du tout satisfait*. Toutefois, la signification des données reconstruites peut différer de celle des données initiales. La manipulation des modalités peut engendrer de mauvaises analyses ou des contresens.

Enfin, il ne faut pas oublier que la corrélation entre deux indicateurs ne signifie pas systématiquement une causalité ou un déterminisme. Dans certains cas, il peut exister un lien statistique mais pas de relation de cause à effet. Une troisième variable, pas forcément visible entre en jeu.

4.3. Outil d'analyse sélectionné

Aucun budget particulier n'a été prévu par le SCD pour l'acquisition d'un logiciel de saisie et de dépouillement d'enquête (Modalisa ou Sphinx par exemple). Notre choix d'outil d'analyse statistique se limitait donc aux logiciels libres de droits ou à ceux déjà installés sur les ordinateurs du SCD.

Le Tableur Excel offre un grand nombre de possibilités si l'on sait utiliser les fonctions adéquates, principalement les fonctions statistiques et la création de tableaux croisés dynamiques. Néanmoins, Excel n'offre pas le confort d'utilisation des logiciels spécialisés notamment au niveau de la saisie des questionnaires. Dans notre cas, avant d'entrer les données en machine, il faudra créer un masque de saisie regroupant l'ensemble des questions et des modalités prévues.

Toutefois, si l'analyse le nécessite, nous envisageons d'utiliser Tri-Deux, un logiciel libre et gratuit développé par Philippe Cibois, professeur de sociologie à l'Université de Versailles – Saint-Quentin en Yvelines. Malgré une interface peu intuitive et une prise en main difficile, ce programme permet la saisie, le dépouillement et l'analyse d'enquêtes quantitatives par questionnaires. Par ailleurs, ce logiciel permet d'importer des données préexistantes au format Excel (dBase).

5. Communication des résultats

La communication des résultats pourrait être définie comme la conclusion de la période opératoire de l'enquête. Les répercussions de ce projet seront nombreuses, ne serait-ce que sur les outils de communication du SCD vis-à-vis de ses publics (et particulièrement sur le guide du lecteur). Néanmoins, après l'administration et l'analyse, le rendu des résultats est une étape obligatoire d'une enquête de terrain. D'une part, parce que la sollicitation aussi bien des usagers que du personnel sur un tel projet crée une attente à laquelle il faut répondre. D'autre part, comme nous l'avons dit précédemment, l'enquête sert à renvoyer une image aux usagers, c'est par les résultats publiés qu'ils pourront la forger.

La communication sera adaptée dans le temps. Elle pourra comporter plusieurs rendez-vous. Nous n'attendrons pas d'avoir bouclé l'enquête pour commencer à diffuser des informations. Nous tâcherons de donner des

tendances dès la fin de la saisie. Ces pré-publications seront diffusées uniquement à l'équipe de direction et au personnel du SCD.

La forme mais aussi le fond des informations délivrées seront adaptés en fonction des publics visés. Nous ne diffuserons pas les informations de la même manière au personnel, aux usagers ou à la direction de l'université. Sachant que plus le rapport est long, moins il est lu, nous prévoyons la synthèse des indicateurs quantitatifs les plus marquants sur un document dépouillé et simple (une feuille A4). Elle pourra être diffusée pour information aux services concernés de l'université.

Nous enverrons la synthèse à l'ensemble du personnel puis nous organiserons des réunions, des débriefings en quelque sorte, dans chacune des bibliothèques. Ce sera notamment l'occasion de préciser les informations données dans la synthèse et de répondre aux possibles questions, sur le même mode que les réunions de pré-enquête.

Un document de synthèse sera proposé aux usagers de la bibliothèque quelques mois après la passation. L'enquête se déroulant entre novembre et décembre, la communication aura lieu au mois de janvier. En direction de ce public aussi, nous envisageons un document court réunissant les principales données. En plus de sa mise en ligne sur le site web du SCD, il pourra être retiré auprès des banques de prêt/retour et de renseignements.

La direction du SCD disposera, en plus de la synthèse, de l'ensemble des indicateurs disposés sous la forme de tableaux de bord.

6. Calendrier prévisionnel de l'enquête auprès des publics

	Novembre		Décembre		Janvier	
1			Passation 2 ^{ème} semaine	Saisie des résultats	Communication au public	
2						
3						
4						
5						
6						
7	Réunions d'information au personnel – Belle-Beille + Saint-Serge + Montéclair		Analyse des résultats communication des 1 ^{ers} indicateurs à la direction et au personnel			
8						
9						
10			Analyse des résultats			
11						
12						
13	Formation des enquêteurs (1/2 journée)		Réunions de restitution auprès du personnel			
14						
15						
16	Passation 1 ^{ère} semaine		Saisie des résultats			
17						
18						
19	Passation 2 ^{ème} semaine		Saisie des résultats			
20						
21						
22	CONGES					
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						

Partie 4 – Concevoir le guide du lecteur

Une fois l'enquête réalisée, les questionnaires dépouillés et les données analysées, il conviendra de concevoir le guide du lecteur. Un guide peut être le fait d'une seule personne ayant assez de temps disponible pour recueillir les informations, les mettre en forme, analyser des supports existants et en retenir le meilleur, rédiger un cahier des charges et le soumettre à un graphiste. En tant qu'outil de base de la communication d'un établissement, nous ne concevons pas la réalisation du guide de cette manière. Sa conception ne pourra provenir que du travail croisé d'un groupe-projet et d'un comité de pilotage.

1. Le comité de pilotage

Le comité de pilotage sera composé des membres de l'équipe de direction. Son activité sur la conception du guide du lecteur se limitera aux aspects décisionnels. Ses interventions jalonnent l'ensemble du projet et viendront validées les propositions du groupe-projet.

Dans un premier temps, l'équipe de direction devra, à partir de l'analyse des résultats de l'enquête définir les grandes orientations du guide. Elle déterminera le ton général du document, l'image du SCD qu'elle souhaite y voir véhiculer, les services à valoriser et les publics à cibler. En d'autres termes, le comité de pilotage doit donner l'impulsion et la direction initiale. Il doit également donner au groupe des indications budgétaires qui lui permettront d'envisager certaines pistes de conception. Le groupe-projet aura la charge de matérialiser ces consignes générales.

Le comité pourra statuer sur des questions plus précises. En tant que lien avec la tutelle, elle déterminera l'intérêt d'intégrer un avant-propos du président de l'université promouvant les bibliothèques universitaires comme cela peut se faire régulièrement avec les maires pour les bibliothèques municipales (Tours, Saint-Quentin-en-Yvelines, Lille, Bordeaux).

Les éléments proposés par le groupe-projet (les textes rédigés, l'organisation générale des rubriques, les illustrations ou photographies, les différentes maquettes du guide, les lieux et périodes de diffusion, le nombre de

guides conçus) seront soumis à l'approbation du comité. Il désignera également l'agence de graphisme retenu pour le projet.

Le budget global est difficile à évaluer sans plus de précisions. En se basant sur deux guides qui nous semblent intéressants tant par la forme que par le fond, il est néanmoins possible de donner une estimation. La fabrication du guide de la bibliothèque universitaire d'Arras a coûté 2480 euros pour 4000 exemplaires (7597 inscrits à la bibliothèque). La conception du guide du SCD de l'Université de Bretagne occidentale a coûté 1750 euros pour un tirage de 2000 exemplaires (14740 inscrit à la bibliothèque). Le comité pourrait débiter par un volume de 4500 à 5000 exemplaires pour un budget de fabrication approchant 2500 euros. Ces chiffres dépendent évidemment de différents éléments : coût unitaire du guide, diffusion envisagée, etc.

2. Le groupe-projet

2.1. Composition

Pour être efficace, un groupe-projet doit être composé d'un nombre raisonnable de personnes. Il ne peut donc pas être représentatif de l'ensemble des services d'une bibliothèque. Il doit pourtant prendre en compte les différentes catégories de personnels en contact direct avec le public, ainsi que les établissements constitutifs du SCD.

Le groupe chargé de la conception du guide sera composé de cinq personnes, un cadre (le chargé de projet), deux bibliothécaires adjoints et deux magasiniers ; Belle-Beille fournira deux agents (dont le chargé de projet), Saint-Serge deux autres et Montéclair un seul. Le groupe sera constitué de personnes dont le profil est en lien avec les aspects communicationnels de la bibliothèque et/ou motivés pour travailler sur une telle problématique. Le chargé de projet soumettra une liste de noms au comité de pilotage.

2.2. Fréquences des réunions de travail

Nous souhaitons mettre en place un fonctionnement efficient pour le groupe-projet. Réduire le nombre des participants est un premier élément, il convient maintenant de prévoir la manière de travailler. La période d'activité sera condensée dans le temps et les réunions devront être précédées d'un important travail de la part de chacun des membres. Une réunion hebdomadaire sera organisée sur une période de deux mois.

Le meilleur moment pour la sortie d'un document de communication au public est la rentrée universitaire. C'est à cette période que les étudiants sont le plus nombreux, disponibles et réceptifs. Les réunions auront donc lieu avant la rentrée, durant les mois d'avril et de mai. L'été étant généralement une période de faible activité, le personnel devra être laissé libre pour prendre part aux chantiers internes planifiés à ce moment.

2.3. Contenu des réunions

2.3.1. Sélection des informations diffusées

Les réunions devront aborder et apporter des réponses à des thèmes spécifiques qu'il est possible de définir dès à présent.

Les orientations définies par le comité de pilotage et les analyses des résultats de l'enquête constitueront la base de travail du groupe-projet. Les informations sur les publics et leur connaissance des services devront influencer sur leurs réflexions.

Il conviendra dans un premier temps de défricher le terrain étudié en analysant des guides du lecteur d'autres bibliothèques. Le groupe pourra ainsi se rendre compte de la diversité et de la qualité variable des supports. Les guides recueillis proviendront de bibliothèques universitaires mais aussi de bibliothèques municipales. Ces dernières, confrontées à d'autres types de publics, sont généralement en avance sur l'accueil des usagers. Des idées pourront en être retirées, aussi bien sur la forme que sur le fond.

Ensuite, les supports d'information actuellement communiqués au public devront être recueillis. Afin de ne pas se limiter à l'existant et de laisser ouvert

le champ des possibles, le groupe devra aussi rassembler l'ensemble des informations de base communicables. Un premier tri sera opéré parmi celles-ci.

D'après les résultats de l'enquête, le groupe devra réfléchir au meilleur moyen de communiquer avec les publics définis comme cibles par l'équipe de direction. Un ton adapté au niveau de la cible (on ne s'adresse pas de la même manière à un étudiant de 1^{ère} année et à un doctorant) et des informations orientées vers ces groupes seront recherchés.

Il conviendra enfin d'effectuer un important travail de rédaction sur les informations sélectionnées. Les textes proposés par le groupe devront être percutants et accrocheurs tout en tenant compte de la réalité du réseau. Ils devront viser l'essentiel et la concision et privilégier les formes synthétiques (tableaux, énoncés de points). Aborder les détails pour l'ensemble du public n'a pas de sens ; il faut aussi miser sur la visite des usagers qui représente un moment pour préciser et personnaliser les explications. Les textes devront être rédigés en se mettant à la place de l'utilisateur, ils éviteront tout jargon professionnel.

Le personnel régulièrement en contact avec le public est aussi celui qui est le plus souvent amené à gérer les conflits avec les usagers. Dans cette optique, le guide peut leur sembler être le meilleur moyen d'éviter ces problèmes en y intégrant des points du règlement. Pourtant, consulter un document d'accueil insistant sur les restrictions et les sanctions est pour le moins rédhibitoire. Il faudra prendre garde à ne pas calquer la rédaction du guide sur celle d'un règlement intérieur. Ce sont deux documents pensés et conçus de manière totalement différente. Nous ne souhaitons pas entretenir la « confusion des genres ».

Dans de nombreux guides, les informations sur l'inscription se situent en premier ; cet acte, symbolique pour le bibliothécaire, est mis en avant. Dans notre cas, une majorité des usagers est déjà dans la base de la bibliothèque grâce au transfert quotidien de l'annuaire LDAP de l'université. L'inscription n'est donc qu'une formalité prenant peu de temps. De plus, le guide sera généralement distribué à l'issue de l'inscription. Il paraît donc inutile d'intégrer des informations qui ne seront pas utiles au lecteur.

Le groupe devra avoir à l'esprit que les usagers utiliseront la plupart du temps la partie de la bibliothèque et les services qui leur seront directement utiles. Une pratique régulière leur permettra de se familiariser plus facilement

avec leur environnement. Il est donc vain de viser la conception d'un guide complet, il faut miser sur la personnalisation du guide et les moyens de communication complémentaires (affichage, signalétique, etc.).

Cette première phase du travail du groupe-projet sera validée par l'équipe de direction.

2.3.2. Aspect visuel et illustrations

La seconde phase concerne plus particulièrement le visuel du guide ainsi que sa forme. Dans de nombreux cas, les guides ne présentent qu'un assemblage de textes, l'aspect visuel est mis de côté par désintérêt ou manque de maîtrise. Il nous paraît pourtant indispensable de délivrer un produit agréable et facile à consulter. La dimension visuelle est donc primordiale car, par rapport au texte, elle peut transmettre de nombreuses informations de manières très différentes.

Le groupe aura à sélectionner les images ou photographies permettant d'illustrer les informations diffusées. Il serait intéressant d'éviter les traditionnelles photos des façades ou des rayonnages de bibliothèques. La contribution d'un photographe professionnel sera envisagée par le groupe. Néanmoins, si les coûts de conception doivent être maîtrisés, le groupe-projet pourra utiliser la méthode de la bibliothèque de l'Université Paris VIII. Lors de la construction de la bibliothèque, des étudiants apprentis-photographes avaient été invités à immortaliser l'établissement en train de se construire. Leurs travaux avaient servi d'illustrations dans différents supports de communication.

La localisation des établissements et la présentation des espaces feront l'objet d'une transcription visuelle. Les bibliothèques du SCD étant éclatées sur l'ensemble de la commune d'Angers, un plan stylisé permettra de les repérer rapidement et indiquera les principaux moyens de transport en commun disponibles entre et sur chaque site. Grâce à la partie de l'enquête sur la multifréquentation, l'enquête nous dira dans quelle mesure le plan de localisation peut être utile et amélioré.

Les espaces des trois bibliothèques seront aussi présentés grâce à un plan. Cela nécessitera cinq plans si l'on compte les deux niveaux de Belle-Beille et de Saint-Serge. Pour l'instant, des plans de sections existent même

s'ils ne sont pas tous à jour et ne sont pas tous conçus de la même manière, avec les mêmes codes. Le meilleur moyen d'obtenir un travail cohérent et de qualité est de faire appel à un graphiste. Le groupe sera chargé de la rédaction du cahier des charges pour la conception de ces plans. Nécessitant un budget, le cahier des charges sera soumis à l'approbation de l'équipe de direction.

2.3.3. Format du guide

Exception faite des feuilles A4 pliées en deux ou en accordéon, les guides du lecteur se présentent généralement sous deux formats possédant chacun leurs avantages et leurs inconvénients :

→ livret : du format A5 (bibliothèque municipale de Lille) au format A6 (bibliothèque municipale de Lyon), le livret présente l'avantage de l'unicité et de la complétude (toutes les informations sur un support). Le format broché est aisément lisible et paginable ; de plus, on peut y ajouter un index ou un sommaire facilitant la consultation. Néanmoins, les forces du livret sont aussi ses faiblesses. C'est un document rapidement périssable : un service ou une information change et tout le guide est obsolète. De plus, les petits services sont noyés dans la masse, des guides plus précis sont souvent nécessaires (la bibliothèque municipale de Lyon diffuse des A6 « volants » sur certains services ou ressources).

→ fiches : Les guides du lecteur en fiches disposent des avantages que n'ont pas les livrets. La mise à jour des fiches est peu coûteuse sauf si l'on opte pour l'utilisation de bristol cartonné de qualité. Les usagers peuvent sélectionner les fiches qui les intéressent et ne sont pas noyés sous les informations qu'ils jugent inutiles. De nouvelles fiches peuvent être ajoutées sans problème de place. Le guide devient un objet personnalisable selon les besoins, les habitudes, la discipline de chacun. Toutefois, cette disposition souffre d'un manque de hiérarchisation évident, les services proposés sont tous placés au même niveau. Le SCD de l'Université de Bretagne Occidentale propose une solution à ce désavantage. Elle a classé les fiches de son guide selon un système d'onglets, les fiches ont donc un ordre précis qui n'est pas forcément celui de l'utilisateur.

Difficile de trancher entre ces deux solutions. Il est probablement possible de tirer le meilleur parti des deux en créant un mélange comme l'a réalisé la bibliothèque universitaire d'Arras. Son guide est constitué d'un livret illustré en couleurs, au format A5, de 16 pages, la troisième de couverture

dispose de rabats permettant de placer des fiches (conditions d'inscription, ressources disponibles).

En tenant compte des contraintes budgétaires et rédactionnelles, le groupe-projet devra proposer différents formats de guides. L'équipe de direction sera chargée d'effectuer le choix final.

Le SCD aura tout intérêt à faire appel à un professionnel pour les aspects graphiques et la mise en page du document. Le cahier des charges sera rédigé par le groupe-projet. Le graphiste travaillera ensuite sur la qualité visuelle du document. Le graphisme et la mise en page ne devront pas nuire à la lisibilité des informations. Afin de comparer les styles et de choisir celui qui correspond le plus aux bibliothèques universitaires d'Angers, le groupe sollicitera plusieurs agences.

2.3.4. Lieux et période de diffusion

En dehors d'événements marquants comme l'inauguration d'un nouveau bâtiment, la rentrée universitaire constitue le temps fort de la vie des services de l'université en général et du SCD en particulier. Cette période relativement courte (septembre et octobre) doit donc être mise à profit de manière optimale afin de toucher le plus large éventail d'étudiants ; les nouveaux arrivants constituant le cœur de la cible.

Bien avant la rentrée, il est possible de profiter de la période d'inscription à l'université pour toucher un maximum de personnes. Le développement de l'inscription en ligne n'a pas empêché le déplacement des premières années sur le site de l'université, mais elle a profondément changé les pratiques. De plus, les étudiants sont largement sollicités lors de ce moment quelque peu éloigné de la première utilisation de la bibliothèque. Le guide du lecteur ne sera pas le support le plus adapté, une campagne d'affichage pourrait être plus adéquate.

La présentation des services communs (dont ceux du SCD) lors des réunions de rentrée est un autre moment possible de distribution. Dans ce cas, le guide vient appuyer et illustrer le discours tenu, il ne peut en avoir que plus de poids.

L'instant le plus évident pour la distribution des guides reste l'inscription à la bibliothèque universitaire car comme le souligne Marielle de Miribel, cela

« *lie le document à l'usage d'un lieu* » (MIRIBEL, 2001 p. 237.). Le guide doit donc accompagner systématiquement la remise de la carte de bibliothèque.

La diffusion dépend principalement :

- de l'objectif assigné au guide : outil de présentation approfondie, support publicitaire devant provoquer un comportement positif, plaquette prestige servant à justifier son existence auprès des tutelles ou des mécènes.
- du coût unitaire du guide : ce critère dépend lui-même de l'objectif, la qualité du support sera bien plus soignée dans une plaquette que dans un outil de présentation. Ces derniers étant voués à être le plus largement diffusés, leur coût unitaire devra rester raisonnable.

Le principal lieu de diffusion envisagé reste la bibliothèque. Les espaces-clés doivent être fournis en guide : banque de prêt, bureau de renseignement. Une distribution systématique doit être prévue lors des sessions de formations des usagers.

En complément, une campagne d'affichage doit être prévue dans les autres espaces de la vie étudiante : restaurants universitaires, cités universitaires, bureaux des composantes, cafétéria, maison des étudiants, etc.

3. Calendrier prévisionnel du projet

	Novembre	Décembre	Janvier	Février -Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept
1^{er} semaine		Enquête : Passation saisie analyse	Enquête : Communication au public		Guide : <i>GP</i> : Analyse des guides. Recueil des supports existants	Guide : <i>GP – CP</i> ; Choix du graphiste	Guide : fabrication			
2^{ème} semaine		Enquête : analyse			GP : Sélection des catégories d'information et ébauche des textes	Guide : <i>GP</i> : en collab. avec le graphiste, choix du format. <i>CP</i> : validation				
3^{ème} semaine	Enquête : Information du personnel et du public Formation des enquêteurs	Enquête : Communication au personnel			GP : Rédaction du cahier des charges pour le graphiste.	GP : choix des illustrations. Rédaction des textes définitifs <i>CP</i> : Validation				diffusion au public
4^{ème} semaine	Enquête : Passation saisie analyse				CP : validation	Guide : <i>GP – CP</i> ; Choix de l'imprimeur				Guide : diffusion au public

Conclusion

Le guide représente un élément de l'amélioration de la communication du SCD mais ce n'est pas le seul. Ces outils ne prennent sens que s'ils sont conçus dans une stratégie globale de communication. Comme nous l'avons précisé, le guide est une première étape d'un processus qu'il convient de poursuivre afin de doter les bibliothèques universitaires d'Angers d'une visibilité et d'une cohérence vis-à-vis des publics qu'elles accueillent. Cette amélioration passe aussi par la réorganisation des collections, l'aménagement des espaces, la refonte de la signalétique, etc.

L'enquête réalisée pour le SCD pourrait intégrer une réflexion plus globale sur l'évaluation des services. Nous pourrions prévoir d'autres enquêtes auprès des individus qui n'ont pas été visés par le premier questionnaire : les utilisateurs à distance des services du SCD ou les non-usagers. Dans le cadre d'une réelle politique d'évaluation des services, le type d'enquête que nous proposons pourra être complété par des enquêtes plus régulières et plus légères sous la forme de semaines-tests.

Ce projet nous a permis d'acquérir l'expérience nécessaire au développement et au renouvellement de ce type de chantiers sur nos futurs postes. Il a enfin et surtout permis de donner, certes de manière encadrée, la parole aux usagers.

Bibliographie

BERTHIER Nicolas. *Les techniques d'enquête : méthodes et exercices corrigés.* Paris : A. Colin, 1998, 254 p. (Coll. « Coursus »)

CALENGE Bertrand. « Les BM à la recherche de leurs usagers » in *Bulletin des bibliothèques de France*, 2003, tome 48, n°1, p. 88-90 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr>> (Consulté le 29 septembre 2005)

CHAMPAGNE Patrick. La rupture avec les préconstructions spontanées ou savantes in **CHAMPAGNE Patrick, MERLLIE Dominique, LENOIR Rémi, [et al.]**, *Initiation à la pratique sociologique*, Paris, Dunod, 1996, 233 p.

DE SINGLY François. *L'enquête et ses méthodes : le questionnaire.* Paris : Nathan, 1992, 128 p. (coll. « 128 »).

DIAMENT Nic (dir.), *Organiser l'accueil d'une bibliothèque.* Villeurbanne, Institut de formation des bibliothécaires, 1997, 198 p. (coll. « La boîte à outil »).

DIERCKENS Laurent, GUECHGACHE Sarah, PERALES Christophe, [et al.]. *Les outils de communication à la BDIC : affirmer l'identité d'une bibliothèque par son guide du lecteur.* Villeurbanne : ENSSIB, 2001, 89 p.

EVANS Christophe. *La BPI à l'usage : 1978-1995 : analyse comparée des profils et des pratiques des usagers de la Bibliothèque publique d'information du Centre Georges Pompidou.* Paris : Bibliothèque publique d'information, 1998. 184 p. (Etudes et recherche).

KOENIG Marie-Hélène. *Connaître les publics : savoir pour agir.* Villeurbanne : Institut de formation des bibliothécaires, 1998, 152 p (coll. « La boîte à outils).

MIRIBEL Marielle de (dir.). *Concevoir des documents de communication à l'intention du public*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2001, 287 p. (coll. « La boîte à outils »).

MIRIBEL Marielle de. « Le guide du lecteur ou la confusion des genres » in *Bulletin des bibliothèques de France*, t.43, n°6, 1998, Paris, p. 64-66 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr>> (Consulté le 29 septembre 2005)

MIRIBEL Marielle de. « Information et communication en bibliothèques », in *Communication & Langages*, n°120, 1999 p. 55-80.

MIRIBEL Marielle de. *Contribution à la reconnaissance de la fonction communication en bibliothèque : approche théorique et historique : la communication écrite en direction des lecteurs.* Sciences de l'information et de la communication. Nanterre : Université de Nanterre – Paris X, 1999, 816 p.

POISSENOT Claude, RANJARD Sophie. *Usages des bibliothèques, approches sociologiques et méthodologiques d'enquête,* Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB (Les Cahiers de l'ENSSIB, n°2), 2005, 350 p.

RANJARD Sophie, « Pratiques et attentes des publics des médiathèques, méthodes et techniques d'enquête » in *Bulletin des bibliothèques de France*, 2000, tome 45, n°5, p. 102-107 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr>> (Consulté le 29 septembre 2005).

Table des annexes

LE QUESTIONNAIRE	62
EXEMPLE DE DOCUMENT COMMUNIQUÉ AU PUBLIC	71

Le questionnaire

L'inscription et la fréquentation

- 1-a** En début d'année universitaire, vous êtes-vous inscrit ou avez-vous renouvelé votre inscription à la bibliothèque ? Oui....*aller en Q. 2*
 Non....*aller en Q. 1-b*
- 1-b** Si non, comptez-vous, durant l'année, emprunter des documents ? Oui
 Non

- 2-** Quelle(s) bibliothèque(s) de l'université fréquentez-vous ?
- | | |
|---|---|
| <p><input type="checkbox"/> Belle-beille (Lettres – Sciences) :</p> <p><input type="checkbox"/> Jamais
 <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque
 <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois
 <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois</p> <p><input type="checkbox"/> St Serge (Droit – Economie) :</p> <p><input type="checkbox"/> Jamais
 <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque
 <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois
 <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois</p> | <p><input type="checkbox"/> Montéclair (Médecine – Pharmacie) :</p> <p><input type="checkbox"/> Jamais
 <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque
 <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois
 <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois</p> <p><input type="checkbox"/> Autres bibliothèques de l'université :</p> <p><input type="checkbox"/> Jamais
 <input type="checkbox"/> Tous les jours ou presque
 <input type="checkbox"/> 3 à 4 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par semaine
 <input type="checkbox"/> 1 à 2 fois par mois
 <input type="checkbox"/> Moins d'1 fois par mois</p> <p>- Si oui laquelle ?</p> |
|---|---|

- 3-** Si vous n'êtes pas en 1^{ère} année, depuis combien d'années, fréquentez-vous la BU où vous vous rendez le plus souvent ?

- 4-a** A part les bibliothèques universitaires, fréquentez-vous, actuellement, d'autres bibliothèques ?
- Jamais...*aller en Q. 5*
 Tous les jours ou presque...*aller en Q. 4-b*
 3 à 4 fois par semaine ...*aller en Q. 4-b*
 1 à 2 fois par semaine ...*aller en Q. 4-b*
 1 à 2 fois par mois ...*aller en Q. 4-b*
 Moins d'1 fois par mois ...*aller en Q. 4-b*
- 4-b** Si vous fréquentez d'autres bibliothèques, la ou lesquelles ?
- Bibliothèques municipales
 Bibliothèque anglophone d'Angers
 Bibliothèque de l'université Catholique de l'Ouest
 Autres ;Précisez.....

5-a	Avant le début de vos études universitaires, fréquentez-vous d'autres bibliothèques ou centres de documentation ?	<input type="checkbox"/> Jamais <input type="checkbox"/> Parfois... <i>aller en Q. 5-b</i> <input type="checkbox"/> Fréquemment... <i>aller en Q. 5-b</i>
5-b	Si vous fréquentez d'autres bibliothèques, la ou lesquelles ?	<input type="checkbox"/> Bibliothèque municipale <input type="checkbox"/> CDI (école, collège, lycée,...) <input type="checkbox"/> Autres ; Précisez :

Les horaires

6-	Que pensez-vous des horaires d'ouverture de la bibliothèque que vous fréquentez le plus souvent ?	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant <input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant <input type="checkbox"/> Peu satisfaisant <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant <input type="checkbox"/> Sans opinion
-----------	---	---

7-	Si cette bibliothèque étendait ses horaires, vous préféreriez qu'elle ouvre (1 réponse parmi les propositions suivantes) :	<input type="checkbox"/> Plus tôt le matin <input type="checkbox"/> Plus tard le soir <input type="checkbox"/> Le dimanche <input type="checkbox"/> Le samedi (bibliothèque Montéclair) <input type="checkbox"/> Sans opinion
-----------	--	---

8-a	Actuellement, les bibliothèques universitaires ferment 1 semaine à Noël (du 23/12/04 au 3/01/05) et 3 semaines en été (du 23/07/05 au 16/08/05). Que pensez-vous de la durée de ces périodes de fermeture ?	<input type="checkbox"/> Très satisfaisante <i>aller en Q. 9</i> <input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisante... <i>aller en Q. 9</i> <input type="checkbox"/> Peu satisfaisante... <i>aller en Q. 8-b</i> <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisante... <i>aller en Q. 8-b</i> <input type="checkbox"/> Sans opinion..... <i>aller en Q. 9</i>
8-b	Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ?.....	

La signalisation

9-	Les premières fois que vous êtes venu(e), avez-vous eu du mal à repérer la bibliothèque parmi les autres bâtiments de l'université / CHU ?	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
-----------	--	--

10- Y a-t-il des services (bureau de renseignements, espace de travail en groupe, photocopieur, salle internet, distributeurs de cartes d'impressions, etc.) que vous ayez cherchés et difficilement trouvés ou pas trouvés du tout ?	<input type="checkbox"/> Oui, souvent
	<input type="checkbox"/> Oui, parfois
	<input type="checkbox"/> Non, jamais

11- Comment trouvez-vous le repérage des différentes disciplines dans la bibliothèque ?	<input type="checkbox"/> Très facile
	<input type="checkbox"/> Plutôt facile
	<input type="checkbox"/> Plutôt difficile
	<input type="checkbox"/> Très difficile
	<input type="checkbox"/> Sans opinion

12- Que pensez-vous du signalement des informations ponctuelles (changement d'horaires, fermeture, etc.) ?	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant
	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant
	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant
	<input type="checkbox"/> Sans opinion

13- D'une manière générale, lorsque vous recherchez un document dans les rayons, trouvez-vous cela :	<input type="checkbox"/> Très facile
	<input type="checkbox"/> Plutôt facile
	<input type="checkbox"/> Plutôt difficile
	<input type="checkbox"/> Très difficile
	<input type="checkbox"/> Sans opinion

Les usages de la bibliothèque et des services

14- Dans une bibliothèque, on ne travaille pas forcément ; parmi ces activités, classez de 1 à 4 celles que vous pratiquez le plus souvent (1 = activité que vous pratiquez le plus souvent) :		
___ Lire la presse, les magazines	___ Travailler à partir de la documentation de la bibliothèque	___ Travailler en groupe
___ Travailler sur ses propres documents (notes de cours, etc.)	___ Se détendre / passer du temps libre	___ Consulter la documentation électronique (bases en ligne, périodiques électroniques)
___ Consulter internet	___ Utiliser les postes dédiés à la bureautique	___ Emprunter des documents
___ Rencontrer des amis	___ Visionner des films sur place	

15-a	Avez-vous déjà emprunté des documents dans la bibliothèque où vous vous trouvez actuellement ?	<input type="checkbox"/> Oui..... <i>aller en Q. 15-b</i>
		<input type="checkbox"/> Non.... <i>aller en Q. 16</i>
15-b	En ce qui concerne les services du prêt et du retour, êtes-vous :	<input type="checkbox"/> Très satisfait(e) ... <i>Aller en Q. 16</i> <input type="checkbox"/> Plutôt satisfait(e)... <i>Aller en Q. 16</i> <input type="checkbox"/> Peu satisfait(e)... <i>Aller en Q. 15-c</i> <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfait(e)... <i>Aller en Q. 15-c</i> <input type="checkbox"/> Sans opinion... <i>Aller en Q. 16</i>
15-c	Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ?	<input type="checkbox"/> Disponibilité du personnel (Ecoute, dialogue) <input type="checkbox"/> Durée d'attente pour rendre / emprunter <input type="checkbox"/> Accueil peu aimable <input type="checkbox"/> Modalités de prêt insatisfaisantes (résa, prêt trop court) <input type="checkbox"/> Disposition physique du bureau <input type="checkbox"/> Autre :

16-	Que pensez-vous du délai d'attente pour obtenir les documents du magasin et de la réserve ?	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant <input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant <input type="checkbox"/> Peu satisfaisant <input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant <input type="checkbox"/> Sans opinion / Pas concernée
------------	---	---

17-a	Connaissez-vous le nombre de documents que vous pouvez emprunter ?	<input type="checkbox"/> Oui..... <i>aller en Q. 17-b</i> <input type="checkbox"/> Non.... <i>aller en Q. 18</i>
17-b	Trouvez-vous ce nombre ?	<input type="checkbox"/> Trop important <input type="checkbox"/> Adéquat <input type="checkbox"/> Pas assez important

18-a	Connaissez-vous la durée du prêt des documents que vous empruntez ?	<input type="checkbox"/> Oui..... <i>aller en Q. 18-b</i> <input type="checkbox"/> Non.... <i>aller en Q. 19</i>
18-b	Trouvez vous cette durée ?	<input type="checkbox"/> Trop longue <input type="checkbox"/> Adéquate <input type="checkbox"/> Pas assez longue

19-a	Connaissez-vous l'existence d'un bureau de renseignements (où les bibliothécaires peuvent vous aider à obtenir des références, localiser un document, etc.) ?	<input type="checkbox"/> Oui..... <i>aller en Q. 19-b</i> <input type="checkbox"/> Non.... <i>aller en Q. 20</i>
19-b	Si oui, posez-vous des questions aux bibliothécaires ?	<input type="checkbox"/> Jamais . <i>aller en Q. 20</i> <input type="checkbox"/> Rarement.... <i>aller en Q. 19-c</i> <input type="checkbox"/> Régulièrement... <i>aller en Q. 19-c</i>

- Souvent...aller en Q. 19-c
- 19-c** Si vous avez déjà posé une question, avez-vous été satisfait(e) par les réponses données et la qualité de l'accueil ? Très satisfait(e) aller en Q. 20
 Plutôt satisfait(e).....aller en Q. 20
 Peu satisfait(e)... aller en Q. 19-d
 Pas du tout satisfait(e)... aller en Q. 19-d
 Sans opinion
- 19-d** Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ? Renseignement inadéquat / pas de renseignement
 Pas / trop peu de documents sur le sujet
 Attente trop longue
 Qualité de l'accueil / Peu aimable
 Manque de disponibilité (ne se déplace pas, n'accompagne pas)
 Pas de supports pour le renseignement
 Confort du renseignement
 Problèmes techniques (impressions, clés USB, bureautique)
 Autre :

- 20-a** Connaissez-vous l'existence du service du Prêt entre bibliothèques (faire venir des documents que nous ne possédons pas mais qui se trouvent dans d'autres bibliothèques en France ou à l'étranger) ? Oui.....aller en Q. 20-b
 Non.....aller en Q. 21
- 20-b** Si oui, avez-vous déjà utilisé ce service dans les bibliothèques universitaires d'Angers ? Oui.....aller en Q. 20-c
 Non.....aller en Q. 21
- 20-c** Si oui, avez-vous été satisfait(e) par ce service ? Très satisfait(e) aller en Q. 21
 Plutôt satisfait(e).....aller en Q. 21
 Peu satisfait(e)... aller en Q. 20-d
 Pas du tout satisfait(e) ... aller en Q. 20-d
 Sans opinion
- 20-d** Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ? Trop cher aller en Q. 21
 Trop long.....aller en Q. 21
 Trop compliqué... aller en Q. 21
 Manque d'informations... aller en Q. 21
 Autre :.....

- 21-a** Les bibliothécaires proposent aux étudiants des formations aux ressources de la bibliothèque (utilisation avancée du catalogue informatisé, de catalogues extérieurs, des bases en ligne, etc.). Connaissez-vous ce service ? Oui.....aller en Q. 21-b
 Non.....aller en Q. 21-f
- 21-b** Si oui, avez-vous déjà utilisé ce service ? Oui.....aller en Q. 21-d
 Non.....aller en Q. 21-c
- 21-c** Y a-t-il une ou plusieurs raisons pour lesquelles vous Manque d'information sur les formations

n'avez pas fait appel à ce service ?

- Horaires inadaptés
- Pas besoin / outils proposés déjà maîtrisés
- Contenu inadapté / peu intéressant
- Désagrément de la formation en groupe
- Mauvaises conditions matérielles de la formation
- Autre :

21-d Si oui, avez-vous été satisfait(e) par ce service ?

- Très satisfait(e) *aller en Q. 22*
- Plutôt satisfait(e).....*aller en Q. 22*
- Peu satisfait(e)... *aller en Q. 21-e*
- Pas du tout satisfait(e)... *aller en Q. 21-e*
- Sans opinion

21-e Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ?

- Conditions matérielles de la formation
- Horaires inadaptés
- Contenu inadapté / n'a pas répondu aux attentes
- Désagréments de la formation en groupe
- Formation trop rapide / trop longue
- Niveau de la formation trop élevé / pas assez élevé
- Formation trop théorique / trop peu pratique
- Prestation des formateurs
- Pas besoin de formation / outils proposés déjà maîtrisés
- Autre :

21-f Pensez-vous avoir besoin de ce genre de formation ?

- Oui....*aller en Q. 22*
- Non....*aller en Q. 22*

22-a Connaissez-vous l'existence des pièces / salles / box fermés pour travailler en groupe (à Belle-Beille et Saint Serge uniquement) ?

- Oui....*aller en Q. 22-b*
- Non....*aller en Q. 23*

22-b Si oui, avez-vous déjà utilisé ces espaces ?

- Oui....*aller en Q. 22-c*
- Non....*aller en Q. 23*

22-c Si oui, avez-vous été satisfait(e) par ces espaces ?

- Très satisfait(e) *aller en Q. 23*
- Plutôt satisfait(e).....*aller en Q. 23*
- Peu satisfait(e)... *aller en Q. 22-d*
- Pas du tout satisfait(e)... *aller en Q. 22-d*
- Sans opinion

22-d Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ?

- Mal isolés *aller en Q. 24*
- Pas assez de box...*aller en Q. 24*
- Trop exiguës ... *aller en Q. 24*
- Mal équipés ... *aller en Q. 24*
- Mal éclairé... *aller en Q. 24*
- Autre :

23-a Connaissez-vous l'existence des expositions proposées par la bibliothèque universitaire de Belle-Beille ? Oui.....aller en Q. 23-b
 Non.....aller en Q. 24

23-b Si oui, avez-vous déjà pris le temps de visiter une de ces expositions ? Oui.....aller en Q. 23-c
 Non.....aller en Q. 24

23-c Si oui, avez-vous été satisfait(e) par cette (ou ces) exposition(s) ? Très satisfait(e) aller en Q. 24
 Plutôt satisfait(e).....aller en Q. 24
 Peu satisfait(e)... aller en Q. 23-d
 Pas du tout satisfait(e)... aller en Q. 23-d
 Sans opinion

23-d Pouvez-vous donner la ou les raisons de votre insatisfaction ? Œuvres proposées trop abstraites
 Mauvaise qualité (Contestation de la valeur exposée)
 Empiète sur l'espace de la bibliothèque
 Pas le rôle d'une bibliothèque
 Trop courte / trop longue
 Autre :

Les conditions de travail

24- Que pensez-vous des conditions de travail suivantes dans la bibliothèque que vous fréquentez actuellement ?

Le mobilier	Le silence de la bibliothèque	Le branchement des ordinateurs portables
<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant
<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant
<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant
<input type="checkbox"/> Sans opinion	<input type="checkbox"/> Sans opinion	<input type="checkbox"/> Sans opinion/Pas concerné(e)
L'éclairage	La température	Le nombre de places assises
<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant
<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant
<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant
<input type="checkbox"/> Sans opinion	<input type="checkbox"/> Sans opinion	<input type="checkbox"/> Sans opinion
Le nombre de postes informatiques dédiés à la consultation d'internet	Le nombre de postes informatiques dédiés à la bureautique	Le nombre de postes informatiques dédiés aux bases en ligne et aux périodiques électroniques
<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant	<input type="checkbox"/> Très satisfaisant
<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant	<input type="checkbox"/> Plutôt satisfaisant
<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant	<input type="checkbox"/> Peu satisfaisant
<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant	<input type="checkbox"/> Pas du tout satisfaisant
<input type="checkbox"/> Sans opinion/Pas concerné(e)	<input type="checkbox"/> Sans opinion/Pas concerné(e)	<input type="checkbox"/> Sans opinion/Pas concerné(e)
L'impression des documents et la récupération des données sur ordinateurs (enregistrement sur disquette, clé USB)	Les photocopieurs (attente, qualité, tarifs, paiement)	

- Très satisfaisant
 Plutôt satisfaisant
 Peu satisfaisant
 Pas du tout satisfaisant
 Sans opinion / Pas concerné(e)

- Très satisfaisant
 Plutôt satisfaisant
 Peu satisfaisant
 Pas du tout satisfaisant
 Sans opinion/Pas concerné(e)

5- Souhaiteriez-vous aborder
 des points qui ne l'ont pas
 été dans ce questionnaire ou
 suggérer des améliorations
 des services de la
 bibliothèque ?

Qui êtes-vous ?

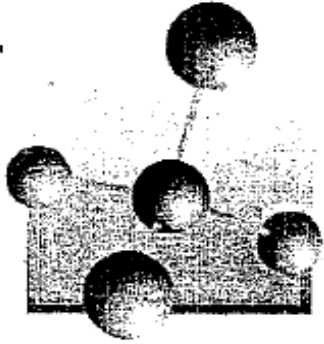
Âge : Sexe Féminin
 Masculin

Filières d'études Droit Sciences du vivant / Géosciences
 Economie / Gestion Physique - Chimie / Mathématiques
 Histoire / Histoire et patrimoine écrit / Géographie Technologies
 Psychologie Médecine
 Lettres Pharmacie
 LEA Autres ; précisez :

Diplôme préparé 1^{er} cycle ; précisez l'année : 3^{ème} cycle
 2^{ème} cycle Autre ; précisez :

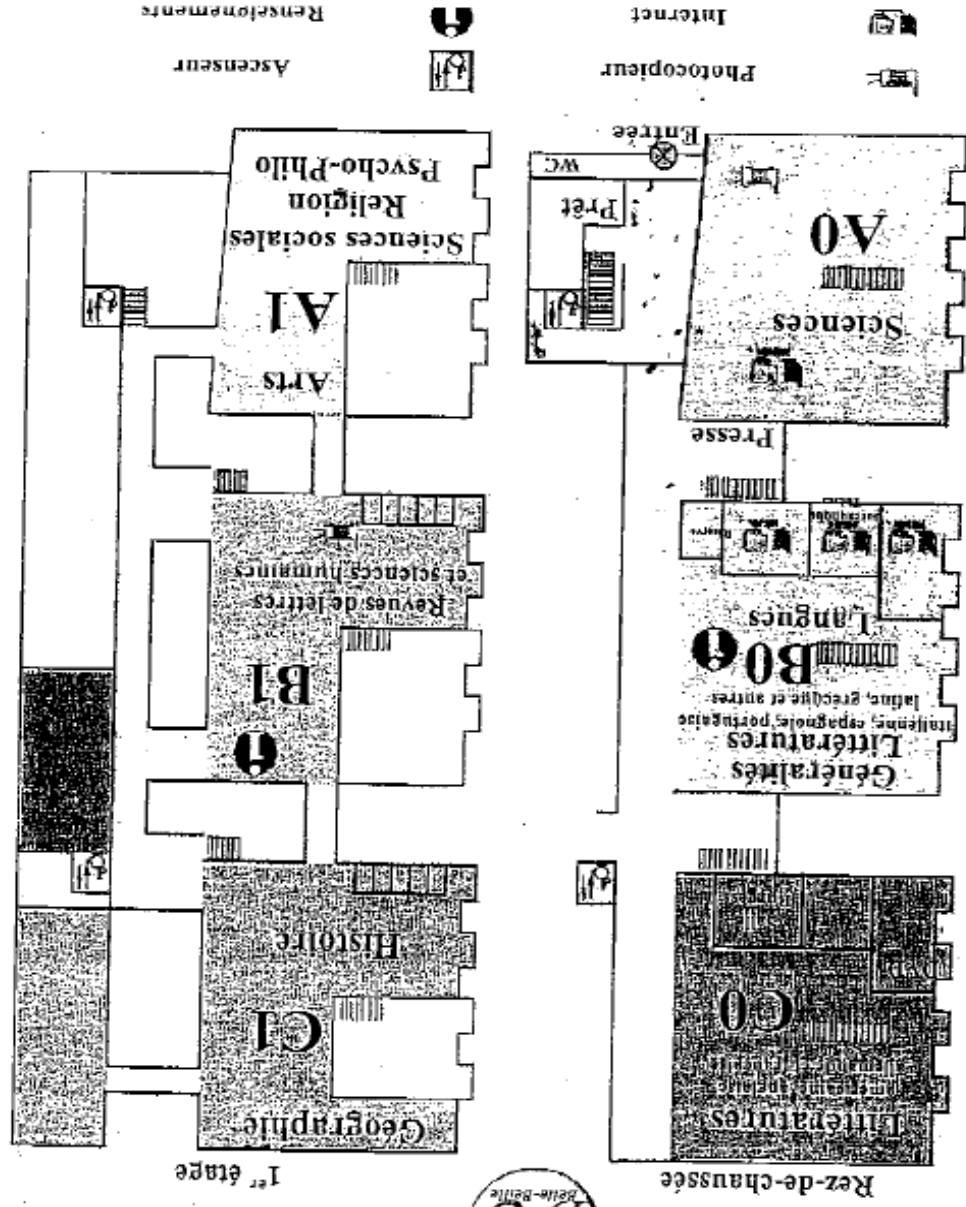
Exemple de document communiqué au public

Bibliothèque universitaire d'Angers
Belle-Beille



Sciences

✉ : Bibliothèque universitaire d'Angers
5, rue Le Nôtre
49 045 Angers cedex
☎ : 02 41 22 64 00
🌐 : <http://bu.univ-angers.fr/>
🕒 Ouverture : du lundi au samedi de 9 h à 19 h 00.
Horaires allégés : du lundi au samedi de 9h à 17h30
(du 24 octobre au 2 novembre, du 24 décembre au 9 janvier,
du 27 février au 6 mars, du 24 avril au 9 mai et à partir du
19 juin)



CLASSEMENT DES OUVRAGES

SCIENCES EXACTES

50 000 *Ouvrages généraux*
51 000 *Mathématiques*
52 000 *Astronomie*
53 000 *Physique*
54 000 *Chimie*
55 000 *Sciences de la terre*
56 000 *Paléontologie*
57 000 *Sciences de la vie*
58 000 *Botanique*
59 000 *Zoologie*

SCIENCES APPLIQUÉES

60 000 *Généralités*
61 000 *Médecine*
62 000 *Ingénierie*
62 200 *Informatique*
63 000 *Sciences agricoles*
66 000 *Technologie chimique*
69 000 *Bâtiment*

EXEMPLE DE COTE

50 000 AVE 011681

Seuls les 5 premiers chiffres et les 3 lettres vous servent à trouver l'ouvrage *L'Avenir de la science*. Le dernier groupe de chiffres n'a d'utilité que pour les bibliothécaires.

LE FONDS

Le fonds Lettres-Sciences est riche de 316 800 ouvrages, empruntables sauf indication contraire. Tous les types de documents figurent au **Catalogue informatisé** de la bibliothèque, avec les renseignements utiles (localisation, disponibilité, état de la collection...). Le catalogue se consulte sur les terminaux ou sur Internet (<http://bu.univ-angers.fr/>, 24h sur 24)

Les **périodiques** sont consultables sur place uniquement en salle A, rez-de-chaussée. Une recherche par titre de périodique dans notre catalogue informatisé vous donnera tous les renseignements complémentaires, notamment une éventuelle localisation différente.

Des **cédéroms multimédias** et des **DVD** peuvent être empruntés à domicile ou consultés sur place dans deux salles spécialisées situées en salles B, rez-de-chaussée (salle bureautique) et C, rez-de-chaussée.

LES SERVICES

La **banque de prêt** est située dans le hall d'entrée. Les prêts, les retours ainsi que les communications d'ouvrages en magasin y sont effectués. Les modalités d'emprunt varient. Elles sont par exemple de 5 livres pour 21 jours pour les étudiants de l'université d'Angers.

Le **bureau de renseignement** est situé au rez-de-chaussée en salle B.

Le **Prêt entre bibliothèques** (service payant) vous permet de vous procurer des documents absents du fonds de la bibliothèque (livres, thèses, photocopies d'articles de revues). Pour utiliser ce service, adressez-vous au bureau de renseignement.

LES OUTILS

Des **ordinateurs multimédias** sont en accès libre dans deux des salles informatiques de la salle B, rez-de-chaussée, ainsi que dans la salle A, rez-de-chaussée. Vous pourrez les utiliser pour accéder à Internet, pour effectuer vos recherches documentaires informatisées ou vos travaux personnels. Sur les postes de la salle B reliés à une **imprimante**, l'accès est limité au site de la BU. Les impressions sont gratuites mais le papier doit être fourni par l'étudiant.

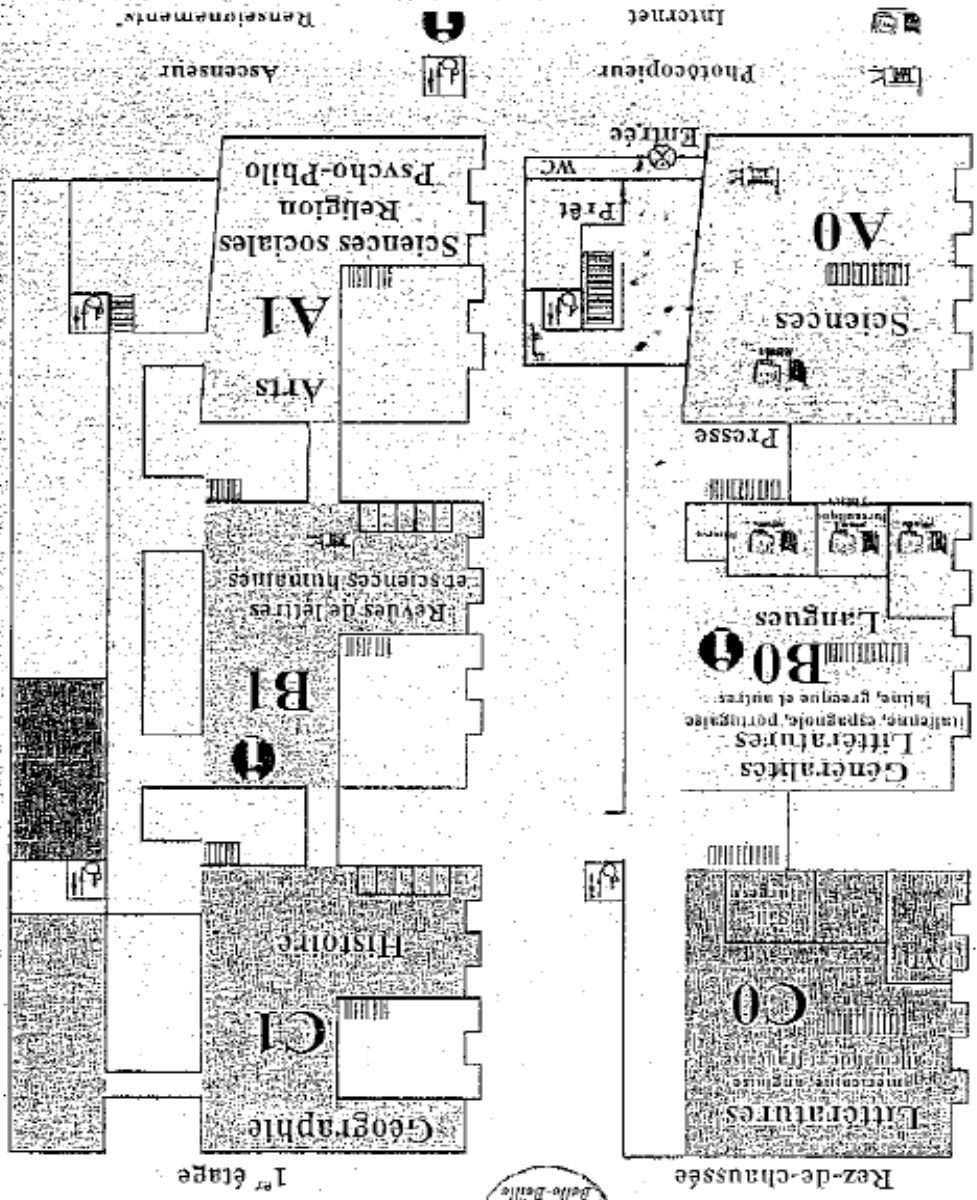
Une **salle bureautique** est à votre disposition en salle B, rez-de-chaussée.

Des **photocopieuses** sont à votre disposition dans les salles A et B, rez-de-chaussée ainsi qu'en salle B, premier étage. Des **lecteurs reproducteurs de microfiches et microfilms** sont en accès libre en salle bureautique. Le **distributeur de cartes** est situé dans le hall. (4€50 la carte de 60 copies).



Lettres Sciences humaines

☒ Bibliothèque universitaire d'Angers
5, rue Le Notre
49 045 Angers cedex
☎ 02 41 22 64 00
☐ <http://bu.univ-angers.fr>
Ouverture : du lundi au samedi de 9 h à 19 h 00
Horaires allégés : du lundi au samedi de 9 h à 17h30
(Du 24 octobre au 2 novembre, du 24 décembre au 9
janvier, du 27 février au 6 mars, du 29 avril au 9 mai, et
partir du 19 juin)



CLASSEMENT DES OUVRAGES

- GÉNÉRALITÉS** → 00 000 à 07 050 → salle A1
*Sauf **ENCYCLOPÉDIES-BIBLIOGRAPHIES** → 00 300 à 01 692 → salle B0*
- PSYCHOLOGIE, PHILOSOPHIE** → 10 000 à 19 900 → salle A1
- RELIGION** → 20 000 à 29 900 → salle A1
- SCIENCES SOCIALES** → 30 000 à 30 800 → salle A1
- SCIENCES POLITIQUES** → 32 000 à 32 700 → salle A1
- ECONOMIE, DROIT** → 33 000 à 35 500 → salle A1
- EDUCATION** → 37 000 à 37 800 → salle A1
- LINGUISTIQUE** → 40 000 à 49 900 → salle B0
- ARTS** → 70 000 à 79 900 → salle A1
- LITTÉRATURES**
 → américaine, anglaise, allemande et française de 80 000 à 84 900 → salle C0
 → italienne, espagnole, portugaise, latine, grecque et autres de 85 000 à 89 900 → salle B0
- GÉOGRAPHIE** → 90 000 à 91 950 → salle C1
- HISTOIRE** → 92 000 à 99 000 → salle C1

EXEMPLE DE COTE

80 000 AFF 047190

Seuls les 5 premiers chiffres et les 3 lettres vous servent à trouver l'ouvrage *Affrontements de classes et création littéraire*. Le dernier groupe de chiffres n'a d'utilité que pour les bibliothécaires.

LE FONDS

Le fonds sciences-lettres est riche de 316 800 ouvrages, empruntables sauf indication contraire. Tous les types de documents figurent au **Catalogue informatisé** de la bibliothèque, avec les renseignements utiles (localisation, disponibilité, état de la collection...). Le catalogue se consulte sur les terminaux ou sur Internet (<http://bu.univ-angers.fr/>, 24 h sur 24).

Les périodiques sont consultables sur place uniquement en salle B, 1^{er} étage. Une recherche par titre de périodique dans notre catalogue informatisé vous donnera tous les renseignements complémentaires, notamment une éventuelle localisation différente.

Des cédéroms multimédias et des DVD peuvent être empruntés à domicile ou consultés sur place dans deux salles spécialisées situées en salles B, rez-de-chaussée (salle bureautique) et C, rez-de-chaussée.

LES SERVICES

La **banque de prêt** est située dans le hall d'entrée. Les prêts, les retours ainsi que les communications d'ouvrages en magasin y sont effectués. Les modalités d'emprunt varient. Elles sont par exemple de 5 livres pour 21 jours pour les étudiants de l'université d'Angers.

Le **bureau de renseignement** est situé au rez-de-chaussée en salle B.

Le **Prêt entre bibliothèques** (service payant) vous permet de vous procurer des documents absents du fonds de la bibliothèque (livres, thèses, photocopies d'articles de revues). Pour utiliser ce service, adressez-vous au bureau de renseignement.

LES OUTILS

Des ordinateurs multimédias sont en accès libre dans deux des salles informatiques de la salle B, rez-de-chaussée, ainsi que dans la salle A, rez-de-chaussée. Vous pourrez les utiliser pour accéder à Internet, pour effectuer vos recherches documentaires informatisées ou vos travaux personnels. Sur les postes de la salle B reliés à une imprimante, l'accès est limité au site de la BU. Les impressions sont gratuites mais le papier doit être fourni par l'étudiant.

Une **salle bureautique** est à votre disposition en salle B, rez-de-chaussée.

Des **photocopieuses** sont à votre disposition dans les salles A et B, rez-de-chaussée ainsi qu'en salle B, premier étage. Des **lecteurs reproducteurs de microfiches et microfilms** sont en accès libre en salle bureautique. Le **distributeur de cartes** est situé dans le hall. (4€50 la carte de 60 copies).

bibliothèques

Lettres & Sciences
5, rue Le Nôtre - 49045 ANGERS Cedex
tél : 02.41.22.64.00

Droit & Sc. économiques
57, quai Félix Faure - 49100 ANGERS Cedex
tél : 02.41.96.21.00

Médecine & Pharmacie
CHR, 3 allée du pont - 49033 ANGERS
tél : 02.41.73.59.00



<http://bu.univ-angers.fr>

Université d'Angers
Bibliothèques



Horaires d'ouverture
en période universitaire

9 h - 19 h
tous les jours*
sauf le dimanche

* Bibliothèque Montclair fermée le samedi

calendrier

	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M							
SEP.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
OCT.							1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
NOV.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
DEC.				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
JAN.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
FEV.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
MAR.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
AVR.								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
MAI			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
JUN.																																					
JUIL.																																					
AOUT			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				