

# L'observation des publics à la Bibliothèque nationale de France

## Quels enjeux ? quelles méthodes ?

La création de la Bibliothèque nationale de France s'est accompagnée d'une forte volonté de connaître ses publics qui s'est traduite par de nombreuses enquêtes depuis l'ouverture du site François Mitterrand, en décembre 1996. Quelques enquêtes avaient été menées auprès des lecteurs de la Bibliothèque nationale, sur le site Richelieu, dont une de grande envergure, dirigée par le sociologue Christian Baudelot<sup>1</sup>, dans la période critique qui a précédé le transfert des collections patrimoniales imprimées et audiovisuelles vers la rive gauche.

**Romuald Ripon**

Bibliothèque nationale de France  
romuald.ripon@bnf.fr

Bien que très variées dans leurs sujets et leurs méthodes, les enquêtes réalisées depuis 1997 n'en répondent pas moins à des choix concertés qui donnent lieu à une programmation annuelle validée par la direction générale. La Délégation à la stratégie, depuis sa création en mars 1999, assure la coordination de cette programmation, ainsi que le pilotage des enquêtes et études, en relation étroite avec les autres directions et délégations de la BnF qui y sont associées à travers un comité de pilotage spécifique à chaque enquête.

Le budget annuel pour les études avoisine les 100 000 euros, mais ces crédits peuvent également servir à financer des études portant sur d'autres sujets, comme les conditions de travail des agents de la BnF qui font, elles aussi, l'objet d'enquêtes de

satisfaction régulière. Comme il se doit, le choix des prestataires suit une procédure de mise en concurrence respectant le code des marchés publics. Deux à trois études sur les publics sont commandées en moyenne par an, ce qui n'exclut pas non plus, loin de là, d'autres travaux réalisés en interne. Cet article vise à donner un aperçu, forcément très synthétique, des divers sujets traités et des diverses méthodologies employées, en essayant de restituer l'apport de ces études à la politique et à la stratégie de l'établissement.

### Les enquêtes périodiques

Dès 1997, première année d'ouverture complète du site François Mitterrand, la BnF s'est dotée d'un outil d'observation de ses publics pour connaître leur composition, leurs pratiques, ainsi que - préoccupation relativement nouvelle dans le champ culturel pour l'époque -, leur satis-

1. Cf. Christian Baudelot, Claire Verry, « Profession : lecteur ? Résultats d'une enquête sur les lecteurs de la Bibliothèque nationale », *BBF*, 1994, n° 4.

*Titulaire d'un DEA de sociologie, Romuald Ripon est chargé de mission à la délégation à la stratégie de la Bibliothèque nationale de France et responsable des études sur les publics. Il était auparavant chargé d'études pour le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture. Dans ce cadre, il est l'auteur de plusieurs publications, dont Le poids économique des activités artistiques amateur (1996) et Les activités artistiques amateur dans le cadre associatif (1997). Il a collaboré à plusieurs ouvrages parmi lesquels Le(s) public(s) de la culture (Presses de Sciences Po, 2003) et Les étudiants face à la lecture (Artois université presse, 2005).*

faction à l'égard de l'offre et des services de la bibliothèque.

Cette enquête a ainsi été menée à cinq reprises: en 1997 (deux vagues d'enquête en juin et novembre), 1999 (en janvier, suite à l'ouverture perturbée du rez-de-jardin à l'automne 1998), en 2000, 2002 et 2005, dans la quinzaine précédant les vacances de Pâques de la zone parisienne pour ces trois dernières éditions. En complément, une enquête consacrée aux lecteurs des sites Richelieu, Arsenal, Opéra et Avignon a également été menée en 2001.

Ces enquêtes se déroulent au moyen d'un questionnaire administré par des enquêteurs, selon la technique de l'interview en « face à face ». Environ 1 500 questionnaires sont ainsi recueillis sur deux semaines pour le seul site François Mitterrand, le sondage couvrant naturellement tous les jours et heures d'ouverture du site, avec une répartition du nombre de questionnaires par jour tenant compte des flux enregistrés.

Le nombre de thèmes abordés dans le questionnaire est conséquent, à la mesure de l'offre documentaire et de services de la BnF, mais certains d'entre eux ne concernent qu'une partie des publics interrogés selon leur fréquentation des espaces de la bibliothèque. La durée de passation peut ainsi varier de 15 à 30 minutes, voire au-delà pour les valeureux lecteurs qui fréquentent les deux niveaux de la bibliothèque en plus de ses expositions et de son site Internet... Malgré cette durée paroxysmique, à ne pas

forcément recommander dans les manuels de méthodologie, les refus et abandons sont relativement rares, signe manifeste de l'envie qu'ont les lecteurs de donner leur opinion sur cette bibliothèque pas tout à fait comme les autres.

La dernière édition de cette enquête, au printemps 2005, a été l'occasion d'étendre le dispositif d'observation à tous les sites de la BnF, à l'aide d'un questionnaire et d'une méthodologie similaires. Parallèlement, les personnes qui consultent le site Internet de la BnF ont, elles aussi, été invitées à répondre à une enquête en ligne. Ainsi, l'ensemble des publics de la BnF

**La BnF s'est dotée  
d'un outil d'observation  
de ses publics pour  
connaître leur composition,  
leurs pratiques, ainsi que  
– préoccupation  
relativement nouvelle dans  
le champ culturel pour  
l'époque –, leur satisfaction  
à l'égard de l'offre  
et des services  
de la bibliothèque**

se trouve dorénavant intégré dans ce dispositif d'observation qu'il est prévu de renouveler tous les trois ans. La dernière enquête en date a montré, entre autres, une hausse significative du niveau de satisfaction global pour toutes les grandes catégories de public, même si certaines de leurs attentes restent à satisfaire, notamment en matière de service de restauration...

En 2006, une autre enquête ayant vocation à être renouvelée régulièrement a été lancée, cette fois sur le thème de la notoriété et de l'image

de la BnF. Il s'agit ici d'interroger un échantillon représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus, selon la méthode dite des quotas, pour évaluer leur degré de connaissance et leur perception de l'institution et de ses différentes composantes.

L'échantillon de 1 000 personnes a été interrogé par téléphone pendant environ une semaine, ce mode d'interrogation à distance étant relativement courant pour ce type d'enquête. Le questionnaire, de 15 minutes environ, préparé grâce à une vingtaine d'entretiens individuels approfondis, comprend une série de questions ouvertes destinées à recueillir l'opinion spontanée des personnes interrogées, puis à la préciser de manière assistée avec l'enquêteur. Les résultats sont en cours d'analyse et feront l'objet, comme pour l'enquête d'observation des publics, d'une synthèse qui sera diffusée par divers canaux, dont le site Internet de la BnF<sup>2</sup>.

Cette enquête doit être renouvelée tous les cinq ans environ, les évolutions en termes d'image étant généralement plus lentes que celles relatives aux usages.

### Les études de cas

Les questions qui se posent au sujet des publics de la BnF ne peuvent bien évidemment pas être toutes traitées dans le cadre d'un dispositif d'observation périodique qui reste relativement contraint pour permettre des comparaisons entre les vagues d'enquête. Le dispositif d'observation périodique s'accompagne d'ailleurs de manière récurrente d'une investigation plus approfondie, au moyen de techniques qualitatives, comme celles des entretiens ou de l'observation de type ethnographique, afin d'enrichir le sondage sur certains points particuliers.

2. Cf. synthèse des enquêtes de satisfaction: <http://www.bnf.fr/pages/zNavigat/frame/infopro.htm?ancre=publics/enquetes.htm>

Par exemple, suite à la création d'un portail d'accès aux ressources électroniques (multimédias, périodiques et bases de données en ligne, Internet...) dans les salles de lecture, l'utilisation de celui-ci a été étudiée au moyen d'observations et d'entretiens individuels qui ont mis au jour le manque d'information et aussi d'appétit des lecteurs vis-à-vis de ces ressources, à l'exception d'une minorité de lecteurs de la bibliothèque de Recherche qui en ont un usage plus fréquent et expérimenté.

Autre exemple, parallèlement à l'enquête du printemps 2005, la question épineuse de la tarification de l'entrée dans les salles de lecture et d'exposition et de sa révision à la hausse a été abordée dans le cadre d'entretiens collectifs, selon la technique dite des *focus groups*, en complément des questions posées lors du sondage par questionnaire. Les résultats issus de ces deux approches, qui ont permis d'éclairer la réflexion présentée au conseil d'administration, se sont révélés plutôt convergents et les éléments qualitatifs très révélateurs des points de vue des différents types de public, les lecteurs étudiants se démarquant sensiblement des autres catégories sur cette question par leur relativement bonne acceptation des tarifs existants et de leur évolution à la hausse.

La diversification des publics de la bibliothèque d'étude du haut-jardin, dont les enquêtes montrent qu'elle est fréquentée à près de 80 % par des étudiants, a conduit la BnF à mener toute une série d'actions, dont la plus visible consiste à instaurer une période de gratuité pendant certains week-ends de l'été. Celle-ci a fait l'objet, depuis sa mise en place en 2003, d'une évaluation systématique au moyen d'une enquête venant compléter l'analyse de statistiques de fréquentation. La méthodologie est ici sensiblement différente puisqu'elle repose sur un questionnaire distribué par les agents d'accueil et rempli par les lecteurs, ce mode de passation dit « autoadministré » im-

pliant un questionnaire relativement court. Le taux de réponse se situe aux alentours de 12 %, ce qui permet de recueillir au total entre 600 et 900 questionnaires selon la

La diversification des publics de la bibliothèque d'étude du haut-jardin, dont les enquêtes montrent qu'elle est fréquentée à près de 80 % par des étudiants, a conduit la BnF à mener toute une série d'actions, dont la plus visible consiste à instaurer une période de gratuité pendant certains week-ends de l'été

fréquentation. Le principal objectif de l'enquête est de mesurer l'impact de cette initiative sur la composition des publics, la part des lecteurs non étudiants atteignant la barre des 50 % durant cette période.

L'observation des comportements, selon des techniques empruntant à l'ethnographie, est également intéressante pour certaines problématiques. Une étude récente a ainsi été réalisée sur les publics fréquentant l'espace de présentation de la BnF situé dans le hall Est du site François Mitterrand, ce qui a permis d'estimer le nombre de ses visiteurs à partir d'un comptage systématique couvrant tous les jours et heures d'ouverture du site. Une seconde série d'observations s'est attachée à suivre le parcours des visiteurs au sein de cet espace, afin notamment de mesurer le temps

passé dans ses différentes parties. Ces résultats, complétés par des entretiens individuels, ont permis de faire des propositions d'aménagement tenant compte des pratiques et des opinions observées.

Sur un tout autre thème, une étude portant sur l'utilisation des nombreux supports d'information disponibles à la BnF, quelle que soit leur nature (dépliants, panneaux, bornes électroniques, etc.), a fait elle aussi appel à des techniques d'observation pour analyser les usages des lecteurs et visiteurs. L'observation peut même prendre une allure assez sophistiquée et être pratiquée à distance de manière électronique, comme dans le cas de l'étude sur les usages de la bibliothèque numérique Gallica, en 2002, qui incluait une phase d'observation des consultations d'Internet à partir d'un logiciel sonde placé sur les ordinateurs d'un panel de volontaires.

### Des indicateurs pour la démarche stratégique

Ces quelques exemples n'épuisent pas les divers techniques ou sujets d'étude sur les publics, chaque problématique conduisant à élaborer une méthodologie qui tienne compte de la nature et des contraintes propres à chaque terrain d'enquête, ainsi que du budget disponible.

Il va sans dire également que les statistiques disponibles sur la fréquentation des espaces et les usages de l'offre documentaire, données émanant des systèmes informatiques de la BnF, sont précieuses pour l'analyse des publics, de même que les sondages sur l'utilisation des collections en libre accès<sup>3</sup>. L'exploitation des données recueillies au moment de la création d'une carte de lecteurs permet aussi d'enrichir la connaissance des publics et de leurs usages.

Toutes ces enquêtes et analyses s'inscrivent dans le cadre de la dé-

3. Cf. l'article de Caroline Rives dans ce même numéro, p. 43.

marche stratégique de la BnF, cette dernière ayant été formulée dans le *Projet d'établissement 2001-2003* de la BnF et dans son *Programme d'actions 2004-2007*<sup>4</sup>. Cette démarche s'appuie en effet sur un grand nombre d'indicateurs liés à des actions, dont certains sont alimentés par les résultats d'enquêtes sur les publics. Le niveau de la satisfaction, mesuré globalement et aussi à partir de certaines questions relatives à l'accueil, figure ainsi parmi les indicateurs du programme visant à améliorer les services aux publics, de même que la part des publics étudiants en haut-de-jardin.

Des études peuvent également être diligentées pour répondre à des interrogations sur des aspects particuliers du fonctionnement de la BnF. Le temps d'acheminement des documents patrimoniaux conservés dans les magasins pour les lecteurs de la bibliothèque de recherche en rez-de-jardin, autre indicateur clef de la qualité de service dont l'évolution s'était sensiblement dégradée entre 2001 et 2002, a fait l'objet d'une analyse statistique approfondie ne permettant pas de déceler de réelle corrélation entre ce temps et le nombre de documents demandés. Ceci met en évidence l'importance d'autres facteurs, d'ordre technique ou organisationnel.

4. [http://www.bnf.fr/pages/connaître/pdf/prog\\_actions.pdf](http://www.bnf.fr/pages/connaître/pdf/prog_actions.pdf)

L'élaboration d'un autre indicateur permettant de mesurer ce qu'on appelle communément la fraîcheur des collections, c'est-à-dire le délai entre la parution d'un ouvrage et sa mise à disposition, a elle aussi reposé sur un

Ce type d'étude,  
qui s'intéresse également  
de très près aux services  
rendus aux publics,  
témoigne de la volonté  
de la BnF de voir  
se développer en son sein  
une véritable culture  
de l'évaluation, rejoignant  
en cela les orientations  
de la Lolf

important travail d'analyse statistique précédé par une étude très fine de toute la chaîne d'opérations allant de la commande au stockage du document, en passant par son catalogage et son conditionnement.

Ce type d'étude, qui s'intéresse également de très près aux services rendus aux publics, témoigne de la volonté de la BnF de voir se dévelop-

per en son sein une véritable culture de l'évaluation, rejoignant en cela les orientations de la Lolf (Loi organique relative aux lois de finances)...

### Réflexions prospectives

La combinaison entre les approches quantitatives et qualitatives, en puisant dans la riche palette méthodologique à la disposition des sciences sociales, permet d'identifier des points d'amélioration dans les services rendus aux publics, sur place et à distance.

En plus de leur intérêt opérationnel, elles permettent d'éclairer des réflexions plus prospectives, comme celle des publics potentiels qui reste, indéniablement, une des plus difficiles à traiter. Sur ce point, trois domaines devront être abordés dans un avenir, souhaitons-le, assez proche: celui des futurs publics du site Richelieu après sa rénovation, celui relatif aux publics de la future bibliothèque numérique européenne, et, enfin, celui relatif au développement des publics de la bibliothèque du haut-de-jardin au-delà du monde étudiant, sujet qui reste d'actualité étant donné sa complexité<sup>5</sup>.

Septembre 2006

5. Cf. Romuald Ripon, « Les publics étudiants à la Bibliothèque nationale de France », *BBF*, 2006, n° 2.