

Baromètre satisfaction Mode d'emploi

Bibliothèque municipale de Lyon
Béatrice Pallud Burbaud
Séminaire évaluation Auvergne Rhône-Alpes Livre et Lecture - novembre 2018

I - Présentation de l'enquête

Le « baromètre satisfaction » vise avant tout à mesurer la **satisfaction des publics vis-à-vis des services proposés par une bibliothèque municipale**.

Au-delà d'une vision statique, qui permet d'identifier les principaux points d'attente, il doit permettre également, au fur et à mesure des vagues d'administration, de **mesurer l'impact et la pertinence des actions menées**.

A la mesure de la satisfaction des usagers se rajoutent deux objectifs annexes :

⇒ **connaissance des visiteurs/usagers** : une « cartographie » générale des personnes touchées par la bibliothèque (inscrits, non inscrits, public non emprunteur ...) et leurs habitudes de fréquentation

⇒ identification de visiteurs désireux d'être associés à la réflexion autour des services = **constitution d'un panel** de visiteurs joignables par mail pour des enquêtes ciblées

Les objectifs de l'enquête

- 1) Mesurer la satisfaction des usagers par rapport à ces derniers, et son évolution par rapport à la précédente enquête
- 2) Identifier les publics actuels des différents services
- 3) Constituer une base de données d'usagers acceptant de participer à des groupes de travail ou autres études

II – La méthodologie

S'agissant d'une enquête destinée à vérifier les impacts des actions menées pour placer les publics au centre de l'offre, la méthodologie est choisie de manière à pouvoir être reproduite facilement à l'identique, sans appel à un cabinet externe, de manière à ce que les résultats soient comparables.

A / déterminer deux semaines de période d'enquête

Il s'agit de déterminer une période de deux semaines, susceptible d'être reconduite à l'identique d'année en année : période non perturbée par des vacances, ponts et possibles aléas climatiques ou autres événements (par ex : les JEP, la rentrée universitaire, les périodes d'exams ...).

Deux périodes correspondent bien à cette description :

- la 2^e quinzaine de mars (après fin des vacances scolaires, avant WE pascal)
- fin septembre / début octobre (après JEP / rentrées scolaires, avant Fête de la Science / vacances d'automne)

Les deux semaines d'enquête peuvent être divisées en une semaine d'enquête proprement dite (ou plutôt 4 jours d'enquête – le jeudi, journée la plus faible en fréquentation, peut ne pas être enquêté et le profil des usagers est considéré comme équivalent à celui du

vendredi) et une semaine de rattrapage, suivant immédiatement la première et destinée à augmenter le nombre de questionnaires pour les bibliothèques n'ayant pas atteint leur objectif.

B / arrêter le questionnaire

Les éléments nécessaires à l'exploitation qui sont répétitifs (date d'administration du questionnaire / bibliothèque concernée) sont imprimés directement sur le questionnaire (ce qui signifie que les formulaires sont distincts pour chaque bibliothèque et jour d'administration).

Le questionnaire proposé peut être adapté :

PARTIE 1 – la bibliothèque dans laquelle vous vous trouvez aujourd'hui

Les différents items peuvent être adaptés à la réalité de la bibliothèque enquêtée (par ex : si la bibliothèque ne propose pas de WiFi, suppression de la question « WIFI » ; si la bibliothèque propose des jeux, ajout d'une question « JEU » : « Il y a un large choix de jeux », etc ...).

PARTIE 3 – vous et la bibliothèque : mieux vous connaître

- bibliothèques fréquentées

A adapter au contexte : le cas échéant, les différentes bibliothèques du réseau, autres bibliothèques municipales, bibliothèques associatives, universitaires ...

- sexe

Possibilité d'ajout d'une case « neutre »

- lieux d'habitation et d'activité

Possibilité de précodifier (ex : Lyon / Métropole / Rhône / autre)

C / recueillir les questionnaires

principe du sondage aléatoire

C'est un processus de sondage aléatoire qui est retenu, en proposant (sans biais lié à un interrogateur) à tous les visiteurs d'un site et d'un jour donné de renseigner un questionnaire de satisfaction, et en limitant le redressement statistique à la fréquentation (pondération, pour une bibliothèque, respectant le poids des journées – pondération globale par bibliothèque) mesurée sur le jour donné.

Représentativité statistique :

- la taille de l'échantillon ne se définit pas en fonction de la population qu'elle représente (si l'on interroge 1000 personnes, le taux d'erreur des réponses – ou « intervalle de confiance » est le même, que la population globale soit de 10 000 personnes ou de 100 millions !)
- un échantillon (=nombre de réponses) ne peut pas être exploité statistiquement en dessous de 100, et la marge d'erreur est correcte à compter de 200

- sur des populations très restreintes, on peut néanmoins considérer qu'un taux de réponse de 75% permet l'exploitation statistique

Représentativité / significativité

La table de Gauss définit l'intervalle de confiance, ie pour une réponse donnée, l'intervalle dans lequel la « vraie réponse » (sondage exhaustif de la population) se trouve à 95%. Il est défini par la taille de l'échantillon, pour des échantillons aléatoires.

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE

Et si l'effectif est...	Si le pourcentage trouvé est...					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
50	6,2	8,5	11,3	13,0	13,9	14,1
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
250	2,8	3,8	5,1	5,8	6,2	6,3
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
350	2,3	3,2	4,3	4,9	5,2	5,3
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
450	2,1	2,8	3,8	4,3	4,6	4,7
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
4000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
10000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 20 %, la marge d'erreur est égale à 2,5. Le vrai pourcentage est donc compris entre 17,5 % et 22,5 %.

D'autres tests (corrélation / variance / Khi-Deux) permettent d'estimer le degré de corrélation entre une variable et d'autres ou l'évolution, sur deux vagues d'administration, d'une donnée. Par exemple : la progression de l'appréciation portée sur la disponibilité des postes informatique est-elle significative ? L'activité, l'âge influent-ils sur l'appréciation portée sur les tarifs ?

Il faut fixer au préalable des objectifs de recueil de nombre de questionnaires par bibliothèque. De l'expérience de la Bm, il est facile de récupérer un nombre de questionnaires égal à un dixième des entrées constatées sur une période de 4 jours. Il semble préférable de porter les efforts sur une période concentrée de 4 jours (qui évite également le risque de remplissage de plusieurs questionnaires pour une même personne et une bibliothèque donnée).

Qui remplit ?

Type d'usagers

Tout visiteur, qu'il soit inscrit ou non, qu'il consulte ou non les ouvrages, ou vienne juste profiter d'un siège et d'une prise électrique ... !

Age

Le questionnaire est accessible aux enfants à partir de 9/10 ans, néanmoins certaines formulations peuvent apparaître comme trop absconses => on affiche que tous les visiteurs de plus de 11 ans remplissent seuls. Les visiteurs sont invités à remplir le questionnaire qu'une seule fois (par bibliothèque).

Enfants

Pour les moins de 11 ans, l'accompagnant est invité à répondre et à bien indiquer qu'il accompagne des enfants de 11 ans ou moins (et leur nombre) : dans les réponses, c'est ainsi que nous estimerons le nombre d'enfants. Les résultats « enfants » seront de facto ceux des avis donnés par les accompagnants.

L'administration du questionnaire est déconseillée :

- le temps est doublé (compter le double du temps pour lire les questions à quelqu'un et recueillir ses réponses) entre le remplissage d'un questionnaire auto-administré et un questionnaire administré
- cela mobilise énormément les agents (il faut moins d'une minute pour présenter le questionnaire ... 20 pour l'administrer !)
- enfin, l'administration induit un biais statistique : les personnes interrogées vont discuter, demander des explications, et peut-être aussi répondre différemment au final pour ne pas vexer, ou au contraire pour mobiliser la personne qui les interrogera

Comment remettre les questionnaires ?

Le questionnaire peut être mis en « libre service », dans l'entrée des bibliothèques ou à différents endroits. Il convient d'informer par affichage sur cette enquête et mettre à disposition le matériel nécessaire (crayons, questionnaires vierges, écritaires éventuellement).

Néanmoins, rien ne vaut le contact humain ... les visiteurs ne se saisissent pas spontanément des questionnaires à la seule vue des affiches ! Par contre, une invitation à la faire, par une personne, est généralement suivie d'effet, surtout quand ce contact s'accompagne de la remise du questionnaire avec tout le nécessaire pour le remplir, que celui-ci est court ... et peut être rempli pendant le séjour dans la bibliothèque).

Inviter les visiteurs à remplir le questionnaire doit être réalisé de manière à respecter le principe du sondage aléatoire et ne pas « introduire de biais ».

La technique la plus simple à envisager est une invitation et une remise systématique du questionnaire à l'entrée de la bibliothèque :

- pour des petites bibliothèques, cela peut être fait par la personne accueillant à l'entrée ; pour les flux plus importants, on peut déterminer des périodes de « remise » du questionnaire en veillant à ce qu'elles soient diversifiées et réparties dans la journée (ie on décide par avance de distribuer systématiquement à tous les entrants dans des périodes données).

Cette technique paraît préférable à une méthode de « distribution générale » (à une heure donnée, toutes les personnes présentes dans la bibliothèque reçoivent un questionnaire) parce qu'elle permet aux visiteurs de mieux gérer le remplissage de leur questionnaire pendant leur temps de visite (si c'est un bref passage, il y a plus de chances qu'ils remplissent quand même le questionnaire si cela leur est signalé dès l'entrée), évite aussi de déranger les usagers pendant qu'ils travaillent, ou regardent un film ...

Points de vigilance :

Il faut surtout veiller à ne pas provoquer de distorsion importante dans les publics répondants, qui conduiraient à une sur représentation de certains usages ou types d'usagers.

Exemple de modalités pouvant fausser les résultats :

- mettre les questionnaires sur la seule banque « prêt/retour » (risque : écarter tous les « simples visiteurs »)
- distribuer seulement à tous les participants d'une animation (et pas aux personnes présentes en salle => sur-représentation) / ne mettre les questionnaires à disposition (ou les distribuer) que sur une seule plage horaire (ex fin de journée => distorsion possible de la représentation des différents visiteurs)
- une distribution faite sur un seul créneau horaire ou une seule journée

Ainsi, si l'on opte pour la distribution, il vaut mieux distribuer sur 4 créneaux différents au cours de la journée, pendant un quart d'heure, plutôt qu'une heure entière.

Si l'on opte uniquement pour des questionnaires à disposition, il faut veiller à les mettre à un endroit où tous les usages vont se sentir concernés (on peut parfaitement en mettre « un peu partout » dans la bibliothèque : sur les tables de travail, les fauteuils, les banques de prêt et retour, sur une table vers une exposition ...).

⇒ redressements statistiques

Les fréquentations étant connues pour chaque jour, il est conseillé de redresser (pondération) les questionnaires récupérés afin qu'ils correspondent à la répartition des entrées entre les différentes journées, et pour respecter le poids relatif de chaque bibliothèque.

II – La mise en oeuvre

A – phase de préparation

- définir période et plan de communication : minimum 2 mois en amont

Le plan de communication doit couvrir

- ⇒ l'annonce de l'enquête : annonce dans le journal de la bibliothèque, le site web, par affichage dans les bibliothèques (une à deux semaines en amont)
- ⇒ la période de l'enquête : qui répond, pourquoi et comment
- ⇒ la communication des résultats (éventuellement en deux temps : remerciements / nombre de réponses obtenues,

- commander le matériel nécessaire :

- stylos / pots à crayons
- écriitoires
- bannettes
- présentoirs plexi A4 / A3

- arrêter le questionnaire et demander la reprographie des différents questionnaires à remplir

- prévoir la méthode de recueil des questionnaires et se fixer des objectifs de recueil

B – Phase de recueil des questionnaires

- selon la méthode de recueil arrêtée, penser à aménager l'espace : les personnes remplissant le questionnaire le font souvent immédiatement, et du coup vont chercher à s'asseoir
- mettre en place les bannettes de retour des questionnaires, les affichages
- récupérer régulièrement les questionnaires dans les bannettes, à la fois pour éviter d'en perdre mais surtout pour respecter la confidentialité des réponses
- penser à bien relever le nombre d'entrées sur les jours d'enquête (et sur le jeudi également) pour chaque bibliothèque concernée

C – Codification

- les questionnaires récupérés et exploitables (les deux côtés doivent être remplis, correctement) sont numérotés dans l'ordre. Les questionnaires non exploitables sont numérotés également en indiquant « NE ». La numérotation est importante (permet de s'assurer que tous les questionnaires ont été saisis, de corriger les erreurs des saisis)
- les questionnaires sont saisis directement dans SPHINX, sans codification préalable, cette dernière étant simple et les personnes chargées de la saisie pouvant le faire directement.

D – Redressement

- SPHINX permet de pondérer les questionnaires de manière à ce que le poids relatif des jours et des bibliothèques soient respectés dans les totaux.

III - Exploitation

SPHINX permet d'extraire les données sur EXCEL ... et d'en importer également. Cela peut permettre facilement la création de nouvelles variables.

Note sur l'interprétation des résultats : échelle de satisfaction

Afin d'exprimer leur satisfaction quant aux différents services offerts par la bibliothèque, les usagers étaient invités à exprimer leur adhésion à une affirmation via une note allant de 0 (pas du tout d'accord) à 10 (complètement d'accord).

Pour faciliter la lecture et améliorer l'impact des résultats, ceux-ci ont été traduits par une note sur 20, arrondie à une décimale.

Dans ce style d'évaluation, voilà ce qui est généralement admis :

NOTE

16 et au-delà très satisfait – sans parler de « sur-qualité », c'est une note montrant la pleine satisfaction des usagers, qui en parleront positivement et sont convaincus de la qualité du service

12 -16 bon service mais qui peut être amélioré

10-12 zone critique de service : à améliorer en priorité

inférieure à 10 dans un baromètre de satisfaction, on ne devrait trouver aucune note inférieure à 10 car à ce niveau d'évaluation, les usagers auraient déjà dû abandonner le service ; une telle note implique que les usagers partiront dès qu'ils

auront trouvé une alternative satisfaisante pour eux. C'est donc une note que l'on ne trouve dans que des services où l'utilisateur peut se sentir captif.

avertissements quant à la lecture et l'interprétation des résultats

Le choix de l'évaluation graduée, conduisant à une note « parlante » sur une échelle de 20, peut conduire à des comparaisons de type « palmarès scolaire » qu'il est important d'éviter, notamment en ayant bien en tête les points suivants.

L'appréciation des usagers est une vision subjective

L'évaluation portée par les visiteurs n'a rien d'une mesure de conformité des services réalisés par rapport aux services voulus. Il s'agit d'une expression de la satisfaction des usagers.

Cela semble évident à la lecture des résultats : comment, sinon, expliquer que des critères communs à l'ensemble des bibliothèques (comme les tarifs d'inscription) soient appréciés différemment par les mêmes catégories de publics selon la bibliothèque où ils se trouvent, ou encore que le nombre de postes informatiques proposés par la Part-Dieu soit moins bien évalué que celui mis à disposition par le Bibliobus. Si l'appréciation émise par les usagers traduit bien un constat réaliste de leur part, elle est éminemment confrontée non pas à une référence absolue mais aux attentes que ceux-ci peuvent avoir. Et celles-ci changent bien sûr en fonction de leurs usages et de leurs caractéristiques (ainsi les étudiants sont très exigeants, les seniors beaucoup plus positifs), ainsi que de la bibliothèque qu'ils fréquentent (les attentes diffèrent vis-à-vis d'une bibliothèque de proximité, d'une médiathèque, du bibliobus) et de leur possibilité ou non de se reporter sur une autre (les visiteurs ne fréquentant qu'une bibliothèque sont souvent plus exigeants vis-à-vis des services).

On est plus exigeant quand on n'a pas d'alternative pour le service rendu, moins exigeant quand on a des solutions de report ou que l'on attache finalement peu d'importance à l'item évalué...

Les objectifs de la mesure de la qualité : être vigilant pour fidéliser

L'intérêt des mesures qualité vient de la détection des points qui sont susceptibles de transformer les usagers en « anciens usagers ». Il est toujours plus facile de conserver un usager que d'en convaincre un nouveau ... de plus les points apparaissant comme fragiles sont aussi ceux qui sont susceptibles de décourager les nouveaux visiteurs, c'est pour cela qu'il convient de surveiller les points améliorables (évaluation entre 12 et 16) et les points critiques (en dessous de 12).

Seuls les usagers actuels répondent.

Dans la continuité de la remarque précédente, il faut aussi garder en tête que les différentes évaluations sont à analyser en fonction des typologies (caractéristiques socio-démographiques et socio-professionnelles) et qu'une personne très mécontente ou qui ne trouve pas d'usage lui correspondant n'est pas un répondant car elle ne visite pas (ou plus) les bibliothèques.

L'identification des motifs d'absence de fréquentation des personnes ne visitant pas les bibliothèques (et particulièrement celles qui ne les ont jamais visitées) relève d'un autre type d'enquête : l'enquête qualitative menée à l'été 2015 sur des usagers, anciens usagers et non usagers permettra de les identifier.

Une note de 16 est une note excellente : au-delà peu d'intérêt de comparer !

De même, il faut garder en tête qu'une évaluation moyenne supérieure ou égale à 16/20 est une évaluation qui traduit une grande satisfaction et qu'effectuer un « classement » ou une

comparaison entre services au-delà de 16 n'a pas de sens : un item évalué de la sorte ne nécessite pas d'action mais un maintien de la qualité perçue.

La qualité n'est qu'un moyen ... et non une fin et il convient de garder en tête les objectifs de la bibliothèque ...

- qui sont de proposer des usages pour tous les types de publics et d'accueillir le maximum de visiteurs, de tout âge et CSP.
- L'hétérogénéité des publics, et de leurs usages est l'objectif de la bibliothèque, pas la qualité, qui n'est qu'un des moyens pour y parvenir.
- Ainsi, une évaluation « parfaite » n'a pas de sens s'il se trouve qu'elle provient de publics peu diversifiés. Les publics traditionnellement « acquis » à la bibliothèque et à ses usages « historiques » peuvent ainsi parfois se sentir moins satisfaits de devoir cohabiter avec des usages et usagers moins « traditionnels ».
- L'objectif est donc bien de veiller à ce que toutes les populations trouvent leur place à la BmL et à ce que leurs usages des bibliothèques ne s'excluent pas les uns les autres.

Les différences entre bibliothèques sont avant tout la résultante des caractéristiques de leurs visiteurs.

- Avant de chercher un facteur explicatif « service » pour expliquer les différentes évaluations reçues par les bibliothèques, il faut bien intégrer les spécificités des usagers ayant répondu, ainsi que les caractéristiques des bibliothèques : ainsi les usagers les plus âgés, les usagers des petites bibliothèques, et notamment les plus anciennes, sont plus favorables dans leurs appréciations.