

2019-2020

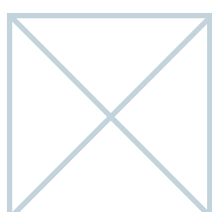
Master 2 Sciences de l'information et des bibliothèques

# Mise en place d'une méthodologie d'enquête des publics

Stage au SCD de l'université de Lille

**Perrier Lisa**

Sous la direction de Mme  
Alibert Florence



**UA**<sup>1</sup>  
FACULTÉ  
DES LETTRES,  
LANGUES  
ET SCIENCES  
HUMAINES  
UNIVERSITÉ D'ANGERS

**L'auteur du présent document  
vous  
autorise à le partager,  
reproduire,  
distribuer et communiquer selon  
les conditions suivantes :**



- Vous devez le citer en l'attribuant de la manière indiquée par l'auteur (mais pas d'une manière qui suggérerait qu'il approuve votre utilisation de l'œuvre).
- Vous n'avez pas le droit d'utiliser ce document à des fins commerciales.
- Vous n'avez pas le droit de le modifier, de le transformer ou de l'adapter.

**Consulter la licence creative commons complète en français :  
<http://creativecommons.org/licences/by-nc-nd/2.0/fr/>**

Ces conditions d'utilisation (attribution, pas d'utilisation commerciale, pas de modification) sont symbolisées par les icônes positionnées en pied de page.



# REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Mme Béatrice Bernard, responsable communication et Mme Natacha Leclercq-Varlan, chargée de mission enquêtes de public et démarches orientées usagers au SCD de l'université de Lille pour leur encadrement, leur aide et leur bienveillance pendant ce stage qui a eu lieu dans une période si particulière.

Je remercie également Mme Florence Alibert pour son accompagnement tout au long de l'année universitaire.

Enfin, je remercie Mme Brigitte Perrier, championne d'orthographe pour ses nombreuses relectures pendant mes études supérieures.

# SIGLES ET ABRÉVIATIONS

**ABES** : Agence Bibliographique de l'Enseignement Supérieur

**ADBU** : Association des Directeurs et personnels de direction des Bibliothèques Universitaires et de la documentation

**BnF** : Bibliothèque nationale de France

**BU** : Bibliothèque Universitaire

**ENSSIB** : École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques

**ENT** : Espace Numérique de travail

**LMD** : Licence Master Doctorat

**ODiF** : Observatoire de la Direction des Formations

**RGPD** : Règlement Général sur la Protection des Données

**SCD** : Service Commun de la Documentation

**SHS** : Sciences Humaines et Sociales

**UX** : User Experience

# Sommaire

## SIGLES ET ABRÉVIATIONS

## INTRODUCTION

### PARTIE I : PRESENTATION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL

#### 1. Un SCD, quatre équipements

- 1.1. Présentation des quatre équipements
- 1.2. Des horaires élargis
- 1.3. Les espaces de travail collaboratif, espaces pédagogiques innovants et espaces de convivialité

#### 2. Les services aux publics

- 2.1. L'offre de formation
- 2.2. Les animations culturelles
- 2.3. Quelques services en ligne développés par le SCD
- 2.4. Les services personnalisés à destination des chercheurs

#### 3. Les stratégies du SCD

- 3.1. Collection et politique documentaire
- 3.2. De nombreux partenariats
- 3.3. La communication
- 3.4. Des démarches orientées usagers

### PARTIE II : PRESENTATION DE LA MISSION ENQUETE DES PUBLICS

#### 1. Débuts de la mission et définition du périmètre de l'enquête

- 1.1. Les limites et contraintes de l'enquête
- 1.2. Des publics cibles particuliers
  - 1.2.1. Les étudiants usagers
  - 1.2.2. Les étudiants non-usagers
  - 1.2.3. Les enseignants-chercheurs

#### 2. Choix des méthodes d'enquête et de la stratégie de recrutement

- 2.1. Méthodologie pour le recrutement des publics cibles
- 2.2. Composition des focus groups et du public interrogé
- 2.3. Des méthodes d'enquêtes différentes pour des publics particuliers
  - 2.3.1. Les entretiens
  - 2.3.2. Les focus groups
  - 2.3.3. Les cafés UX

#### 3. Mise en place de la méthodologie de l'enquête

- 3.1. Mise en place des guides d'entretien et de focus groups
- 3.2. Méthodologie pour la passation de l'enquête
- 3.3. Test d'un entretien et pistes d'améliorations

### PARTIE III : PRESENTATION DE LA MISSION BENCHMARKING DE SITES WEB

#### 1. Périmètres et contexte de la mission benchmarking de sites web

#### 2. Quelques points de repère sur le design web

#### 3. Conclusions du benchmarking

## CONCLUSION

## BIBLIOGRAPHIE

## ANNEXES

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

# Introduction

Ce rapport de stage est le résultat de quatre mois de stage au SCD de l'université de Lille du 17 février au 5 juin 2020 et conclut mes deux années d'études en master Sciences de l'information et des bibliothèques à l'université d'Angers.

Le stage a eu lieu pendant la période de confinement et s'est donc effectué en majeure partie en télétravail. La crise covid-19 et la situation unique que nous traversons ont modifié ma mission de stage. Je devais être en charge d'une mission enquête des publics qui comprenait à la fois la conception de sa méthodologie et sa passation. Toutefois, sans contact possible avec du public, la mission a été réévaluée pour devenir la mise en place d'une méthodologie complète et déployable pour l'enquête, qui aura lieu quand les conditions le permettront.

La mise en place d'une méthodologie pour une enquête des publics est particulièrement enrichissante pour moi car je suis intéressée par les démarches orientées usagers. J'ai par ailleurs écrit mon mémoire de master 1 sur le design UX. De plus, les enquêtes autres qu'un questionnaire de satisfaction, semblent se démocratiser de plus en plus dans le milieu des bibliothèques universitaires. En effet, la mise en œuvre d'une enquête des publics était le sujet du cas pratique de cette année pour le concours externe de recrutement de bibliothécaires assistants spécialisés de classe normale. En outre, une journée d'étude de l'ADBU autour de l'expérience utilisateur, finalement annulée, devait avoir lieu au SCD de l'université de Lille. La prise en compte de l'opinion, des attentes et de l'expérience de l'utilisateur dans la conception et l'amélioration des services intègre donc progressivement le milieu professionnel des BU. Au SCD de l'université de Lille, cela se concrétise notamment par la mise en place d'une mission transversale, spécifique aux enquêtes au public et aux démarches orientées usagers.

Dans ce rapport de stage en trois parties, nous allons dans un premier temps présenter le SCD de l'université de Lille. Puis, nous aborderons dans une deuxième partie la mission méthodologie pour une enquête des publics. Enfin, nous présenterons dans une troisième et dernière partie le travail effectué pour la mission secondaire de benchmarking de sites web.

# Partie I : Présentation de la structure d'accueil

## 1. Un SCD, quatre équipements

### 1.1. Présentation des quatre équipements

Issue de la fusion au 1er janvier 2018<sup>1</sup> des trois universités Lille 1 (Sciences et technologies), Lille 2 (Droit et Santé) et Lille 3 (Sciences Humaines et Sociales), l'université de Lille accueille aujourd'hui 72 000 étudiants (dont 9 502 internationaux), 6 700 personnels et 66 unités de recherche. L'objectif de l'université est de figurer à l'avenir parmi les 50 meilleures universités européennes. Dans ce contexte de fusion, les quatre bibliothèques et learning center des trois anciennes universités se sont réunies en un seul SCD. Le SCD compte dans ses BU et learning center plus de 200 personnels.

Ces équipements ont des situations géographiques et des particularités différentes.



Figure 1 Lilliad Learning center

Tout d'abord, le Lilliad learning center de l'ancienne université Lille 1, ouvert en 2016 et situé sur le campus de Cité Scientifique à Villeneuve-d'Asq, a la particularité d'être composé de trois pôles : le Xperium, le learning center et le pôle événementiel. Le pôle événementiel reçoit

---

<sup>1</sup> L'étudiant, « À Lille, les universités entrent en fusion », consulté le 9 juin 2020, <<https://www.letudiant.fr/educpros/actualite/a-lille-universites-entrent-en-fusion.html>>.

chaque année une centaine d'événements aux formats diversifiés (réunions, séminaires, colloques, congrès...) et peut accueillir jusqu'à 400 personnes. Le Xperium, destiné à un public de lycéens, est un lieu vitrine de la science qui explique les recherches en cours dans les laboratoires de l'université à travers un parcours scénographié. Le pôle bibliothèque de Lilliad est en forte collaboration avec les pôles événementiels et Xperium.

Quelques chiffres sur le Lilliad learning center :

- 12 600 m<sup>2</sup> de superficie totale (1 500 m<sup>2</sup> d'espace événementiel et 300 m<sup>2</sup> pour Xperium) ;
- 1 420 places assises (dont 1000 avec prises électriques) ;
- 49 salles de travail pour des groupes de 4 à 20 personnes ;
- 13 km de linéaires de collections dont 80 000 documents en libre accès ;
- 1 salle d'innovation pédagogique ;
- 1 internet café de 90 places.



Figure 2 Learning center Santé

Le learning center Santé de l'ancienne université Lille 2 est situé sur le campus Eurasanté, à Lille. La BU est née de la fusion de quatre anciennes bibliothèques intégrées ou associées, et a ouvert en 2016. Les nouveaux espaces ont été pensés pour l'utilisateur et les usagers : étudiants, enseignants, chercheurs, praticiens et professionnels ont été associés au processus de conception.

Quelques chiffres sur la BU learning center Santé :

- 4 700 m<sup>2</sup> de superficie totale ;



- 710 places assises ;
- 6 salles de travail en petits groupes (carrels) ;
- 3 salles de formation ;
- 8 km de rayonnages en magasins et 18 000 ouvrages en accès libre.



Figure 3 BU Droit-Gestion

La BU Droit-Gestion, située sur le campus Moulins à Lille, appartenait également à l'ancienne université Lille 2. La BU a emménagé en 1995 dans une ancienne usine et se modernise progressivement. Le hall d'entrée et l'espace culture du site ont notamment été rénovés en 2019.

Quelques chiffres sur la BU Droit-Gestion :

- 5336 m<sup>2</sup> de superficie totale ;
- 702 places assises ;
- 8 carrels ;
- 2 salles informatiques ;
- 1 salle de formation ;
- 134 147 documents dont 88 820 conservés en magasin.



Figure 4 BU Sciences humaines et sociales

Enfin, la BU Sciences humaines et sociales appartenait à l'ancienne université Lille 3 et se situe sur le campus Pont-de-Bois à Villeneuve-d'Ascq. C'est sur son site qu'est conservée la majorité des collections patrimoniales de l'université de Lille. Le bâtiment, bien que fonctionnel, est un vieillissant et un grand projet de rénovation de la BU est programmé pour 2021, avec une réouverture prévue en 2024.

Quelques chiffres sur la BU Sciences humaines et sociales :

- 17 000 m<sup>2</sup> de superficie totale ;
- 1 200 places ;
- Espace vie étudiante de 350 m<sup>2</sup> ;
- Espace pédagogique et de travail collaboratif de 400m<sup>2</sup> ;
- Espace recherche de 300m<sup>2</sup>;
- 800 000 documents dont 170 000 en accès libre.

En plus des quatre équipements, des bibliothèques associées au SCD sont présentes dans les écoles, composantes ou laboratoires de recherche sur chaque campus et mettent à disposition de leur public des collections thématiques spécialisées.

## 1.2. Des horaires élargis

Depuis fin 2018, les quatre équipements sont ouverts 68 heures par semaine en moyenne et 260 jours par an. Les BU bénéficient du label NoctamBU+ dont le seuil est placé à 63 heures d'ouverture hebdomadaire sur au moins 245 jours dans l'année. Toutes les BU ouvrent à 8 heures le matin et les horaires sont élargis en soirée en période de révision. En outre, l'université de Lille s'est associée à Sciences Po Lille, dans le cadre du Plan Bibliothèques Ouvertes, pour proposer aux étudiants lillois deux bibliothèques ouvertes le dimanche et jusqu'à 22 heures. Pour le moment, seule la BU de Sciences Po Lille est ouverte le dimanche, le learning center Santé suivra le mouvement pour la rentrée universitaire 2020.

### **1.3. Les espaces de travail collaboratif, espaces pédagogiques innovants et espaces de convivialité**

Pour s'adapter aux nouvelles pratiques pédagogiques et à la montée du travail en groupe, les équipements offrent des espaces modulables et équipés : surfaces écrites, tablettes inscriptibles, tableaux blancs interactifs, système de partage de contenu multimédia, de vidéo-projection et de captation vidéo... Selon les sites, ils sont réservables sur l'application « Affluence » ou accessible en libre-service. Nous pouvons notamment donner l'exemple de la salle EPE à la BU SHS. Cette dernière est en libre accès, ce qui en termes de gain de temps de travail est plus intéressant que la réservation des carrels, car ne nécessitant pas de système de réservation. Le niveau sonore de cette salle a tendance à facilement monter et les équipes de la BU ont fait le pari de l'autorégulation. Dans cet espace, les formations cohabitent avec le travail en groupe et des panneaux sur roulettes permettent de délimiter les espaces. Toutefois, la salle EPE est en quelque sorte victime de son succès car elle arrive souvent à saturation.

En outre, des espaces sont prévus pour la recherche, comme le Carré + à la BU Santé, destiné aux usagers de niveau recherche, ainsi que l'espace recherche à la BU SHS, affecté aux chercheurs et à l'organisation de petits événements. Il existe également à la BU SHS l'espace jeunes chercheurs qui est à destination des doctorants et post-doctorants. Il a été pensé comme un lieu de travail collaboratif et convivial mais est en pratique plutôt utilisé pour le travail individuel dans le calme. On y trouve aussi une salle avec des caissons pour stocker les documents des chercheurs. La création de cette salle est partie du constat qu'il y avait peu d'espace de travail, surtout pour les chercheurs étrangers. La fréquentation augmente progressivement. Au départ la salle n'était prévue que pour les chercheurs SHS, mais elle a finalement été ouverte pour tous.

Enfin, des espaces conviviaux sont disponibles pour les étudiants. Nous pouvons citer au Lilliad learning center, la cafétéria « 3.14 », ouverte aux mêmes horaires que la BU. A la BU SHS se trouve l'espace Vie étudiante, où l'on retrouve des collections non académiques comme des DVD, des mangas, des BD.... Des événements universitaires et culturels y sont accueillis comme des

projections, des rencontres auteurs, des présentations de métiers... Surnommée la « salle des poufs » par les étudiants, elle n'a pas été pensée pour être silencieuse mais est utilisée comme telle par les étudiants. Citons également l'espace culture de la BU Droit-Gestion rénové en 2019, qui accueille désormais un corner café et offre de nombreuses places assises confortables, ainsi qu'une salle de travail en groupe aménagée dans un esprit coworking. Enfin, un autre espace convivial du même type que les précédents et appelé « Le Salon », est accessible à la BU Santé.

## **2. Les services aux publics**

### **2.1. L'offre de formation**

Les offres de formations du SCD sont plus ou moins intégrées dans les cursus universitaires. Selon les cursus, elles peuvent être assurées en présentiel, intégrées dans les maquettes de formation ou au sein de dispositifs de certification. Parmi les formations proposées, nous pouvons citer l'exemple original du serious game "Panique à Roswell d'Ascq", jeu de découverte de la BU SHS à destination des étudiants de Licence 1.

### **2.2. Les animations culturelles**

Les BU et learning center proposent à leurs publics de nombreuses animations culturelles, en lien avec leurs disciplines. Nous en avons déjà évoqué quelques-unes, notamment les animations du pôle événementiel de Lilliad. A la BU SHS, le grand hall à l'entrée, équipé de mobilier sur roulettes est le lieu d'accueil d'expositions régulières. Par ailleurs, la BU Droit-Gestion accueille deux fois par an « La nuit des séries ». Pendant une nuit entière, le public visionne une saison complète d'une série. La séance est accompagnée d'une conférence d'introduction, d'un cocktail dinatoire et d'un petit déjeuner.

### **2.3. Quelques services en ligne développés par le SCD**

Le SCD de l'université de Lille produit plusieurs plateformes pour ses usagers.

Ioké est une plateforme de sujets d'examen et de ressources pédagogiques numériques. On y trouve un peu plus de 16 000 sujets d'examen (licences et masters confondus) et 300 ressources pédagogiques environ (cours, exercices, autoévaluation...).

PEPITE (Panorama des productions universitaires) est une archive institutionnelle dans le périmètre Droit-Santé. Créée en 2014, elle donne accès aux thèses de doctorat, d'exercice en médecine, pharmacie et chirurgie dentaire et aux mémoires de master dans certaines disciplines. On y compte plus de 4 000 thèses d'exercice et plus de 500 mémoires déposés.

Iris est une bibliothèque numérique consacrée au passé des sciences modernes. On peut y trouver plus de 3 000 documents numérisés datant du XIXe siècle et du début du XXe siècle. Elle est le fruit de la collaboration entre Lilliad et les historiens des sciences de l'université de Lille sciences et technologies. Son interface permet la création d'expositions virtuelles qui s'articulent avec les expositions physiques ou événements actuels sur le campus. En outre, cette base est moissonnée par Gallica, bibliothèque numérique de la BnF.

NordNum est une bibliothèque numérique donnant un libre accès à plus de 1 000 documents sur l'histoire régionale du XIXe et du XXe siècles, portant entre autres sur l'art religieux, le patrimoine industriel et textile, la première guerre mondiale et l'université de Lille.

## **2.4. Les services personnalisés à destination des chercheurs**

Entre 2015 et 2018, plusieurs services d'appui à la recherche ont été mis en place sur l'ensemble des sites du SCD et travaillent de manière concertée sur les problématiques communes aux chercheurs de l'université de Lille. Ces dernières concernent notamment la recherche bibliographique, la veille documentaire, la gestion des références bibliographiques, les droits d'auteur, les droits de réutilisation de contenus scientifiques, l'auto-archivage des publications et le choix des licences à attribuer aux productions. Le SCD répond à ces problématiques au travers d'offres de formation ou d'accompagnement tels que les ateliers PAUSE-DOC à la BU SHS, qui ont pour but de faciliter la recherche documentaire et d'accompagner les chercheurs dans la valorisation de leurs publications. Ces ateliers sont à destination des étudiants de master, doctorants et chercheurs. De plus, le SCD offre également un accompagnement des doctorants au moment du dépôt de leurs thèses au travers de dispositifs de formations.

En outre des espaces physiques et des services d'accompagnement et de formation, des outils en ligne sont mis au point par le SCD pour les chercheurs.

WillO est un outil d'aide à la décision à destination des chercheurs et développé par Lilliad. C'est un questionnaire en ligne qui fournit, en fonction des réponses données par les chercheurs, des scénarios personnalisés qui exposent les modalités possibles de diffusion de publications en libre accès.



Enfin, LilloA est une archive ouverte institutionnelle d'établissement qui est à la fois connectée à des applications internes de l'université de Lille ainsi qu'à des réservoirs tels que HAL, Pubmed ou encore Crossref.

## 3. Les stratégies du SCD

### 3.1. Collection et politique documentaire

Les lignes de force de la politique documentaire sont résumées en trois points par le SCD :

- « Une politique d'exemplaires multiples pour les manuels sur support papier qui prend en compte des usages constatés.
- Une approche multisupport articulant offre imprimée et offre numérique afin de mieux répondre aux attentes des étudiants.
- Une attention vigilante aux besoins exprimés par les enseignants, la prescription enseignante jouant un rôle décisif auprès des étudiants.<sup>2</sup> »

Les bibliothécaires des différents équipements se concertent entre eux pour collecter les besoins d'achats des enseignants et des chercheurs ainsi que pour répartir les collections entre les différentes bibliothèques.

Pour le SCD, le défi majeur est d'avoir une approche multisupport dans sa politique d'acquisition. En effet, pour les manuels universitaires dont la demande est particulièrement accrue en période de révisions, l'achat en multiples exemplaires ne suffit pas et doit se coupler à une offre électronique parallèle pour satisfaire le plus possible la demande des étudiants. Par ailleurs, dans sa politique d'acquisition de documents électroniques, le SCD s'efforce depuis quelques années à prioriser l'achat des ressources destinées aux étudiants en début de cursus (ScholarVox, Elsevier e-Library...), plutôt que de la traditionnelle documentation de niveau recherche. Par ailleurs, un groupe de travail a été mis en place dans le cadre de la fusion de l'université de Lille. Plusieurs études ont été réalisées et ont montré d'une part, que les offres électroniques des différentes BU se complétaient et d'autre part, que leurs abonnements avaient un faible degré de recoupement. Toutefois, une enquête administrée en 2016 auprès des chercheurs, enseignants-chercheurs et doctorants a révélé la nécessité d'une meilleure communication pour les ressources numériques.

---

<sup>2</sup> « L'utilisateur au cœur de la réflexion - Service Commun de Documentation », consulté le 9 juin 2020, <<https://scd.univ-lille.fr/collections/lusager-au-coeur-de-la-reflexion/>>.

## 3.2. De nombreux partenariats

Le SCD participe à plusieurs plans de conservation partagés des périodiques d'intérêt national (arts du spectacle, germanique, histoire médiévale, antiquité, physique, chimie). Il coordonne également un plan de conservation partagée des périodiques en région des Hauts de France. En outre, sous la houlette de l'ABES, la BU SHS pilote le centre régional des publications en série du système universitaire de documentation. Son objectif est de recenser et de signaler les collections de périodiques conservées dans l'ensemble des structures documentaires régionales.

Le SCD coopère à la partie juridique du groupe de travail « Accès ouvert » du consortium unifié des établissements universitaires et de recherche pour l'accès aux publications numériques (Couperin). Le SCD est membre du réseau de questions-réponses en ligne Ubib, qui est piloté au niveau national par l'université de Lille.

Le SCD de l'université de Lille a contribué également au projet national du Système de Gestion de Bibliothèque mutualisé (SGBm) piloté par l'ABES. Au SCD, le projet a abouti au déploiement du SIGB Alma et de l'outil de découverte Primo de la société Ex-Libris, renommé Lillocat.

Au sein de l'université de Lille, les acquéreurs du SCD sont en collaboration avec le monde enseignant. En effet, ils prennent part à différents conseils et commissions : conseils de perfectionnement, conseils pédagogiques, commissions d'acquisitions...

Dans le périmètre de leurs collections, Lilliad et la BU SHS ont été désignées bibliothèques associées de CollEx-Persée, respectivement pour les Sciences numériques et de l'ingénieur (en partenariat avec l'Institut national de recherche en sciences du numérique) et les langues, littératures et civilisations anglophones (en partenariat avec le SCD de l'université Sorbonne Nouvelle-Paris 3). De plus, sept collections ont fait l'objet d'une labellisation CollEx. CollEx-Persée est une infrastructure de recherche en information scientifique et technique, mise en place en 2017, qui a pour objectif de « faciliter l'accès et de favoriser l'usage des collections de bibliothèques par les chercheurs »<sup>3</sup>.

## 3.3. La communication

Une direction de la communication avec une équipe dédiée travaille au SCD. Elle publie notamment une newsletter intitulée « Libellul' » à destination des personnels du SCD. Les BU et

---

<sup>3</sup> « CollEx - Persée », consulté le 9 juin 2020, <<https://www.collexpersee.eu/>>.

learning center de l'université de Lille sont présents sur les réseaux sociaux, notamment au travers de trois comptes twitter ouverts en 2014.

Le SCD est présent en ligne à travers trois sites web qui sont destinés à être remodelés.

### 3.4. Des démarches orientées usagers

Une mission transversale spécifique aux enquêtes au public et aux démarches orientées usagers a été créée au SCD de l'université de Lille. Le SCD de l'université de Lille aborde depuis quelques années une démarche orientée usager qui se concrétise par des enquêtes et par l'application des recommandations du référentiel Marianne.

Existant depuis 2008, le référentiel Marianne définit le standard de la qualité de l'accueil dans les services publics de l'État. Les 12 engagements du référentiel répondent à des enjeux de qualité de service précis : « un meilleur accompagnement des usagers dans l'utilisation des services en ligne, de nouveaux engagements en matière de processus et de délais de réponse, une plus grande association des usagers dans l'évolution des services, un outillage, une formation, une implication plus forte des agents en relation avec les usagers »<sup>4</sup>.

En 2017, la BU Learning center Santé a lancé une enquête de satisfaction et d'usage six mois après son ouverture, dont les objectifs étaient de mesurer le degré de satisfaction des usagers, de connaître leurs attentes et de mesurer leurs usages des équipements et espaces. Le questionnaire a été réalisé par le SCD en partenariat avec les élus représentants des étudiants de la sphère Santé. Le questionnaire a été administré grâce au logiciel Limesurvey sur une période de deux semaines<sup>5</sup>.

En 2018, la BU Gestion-Droit a lancé l'enquête « Ma BU et moi : on se connaît ? ». Les personnels de la BU sont allés à la rencontre de leurs usagers au sein de la bibliothèque pour observer leurs usages et les interroger par le biais de murs d'expression et d'enquêtes flash. Cette enquête a par la suite donné lieu à des applications concrètes pour répondre aux besoins et attentes formulés. L'entrée de la BU Droit-Gestion a ainsi été aménagée dans une démarche orientée usagers pour y accueillir un nouvel espace culture<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> « Le référentiel Marianne évolue pour mieux prendre en compte la transparence des résultats et la relation de confiance usagers | Modernisation », consulté le 9 juin 2020, <<https://www.modernisation.gouv.fr/action-publique-2022/resultats-et-mesure-de-la-qualite-de-service/le-referentiel-marianne-evolue-pour-mieux-prendre-en-compte-la-transparence-des-resultats-et-la-relation-de-confiance-usagers>>.

<sup>5</sup> « Votre avis, nos réponses », Bibliothèques de l'Université de Lille, Droit et Santé, consulté le 9 juin 2020, <<http://bu.univ-lille2.fr/votre-avis-nos-reponses/>>.

<sup>6</sup> *Ibid.*



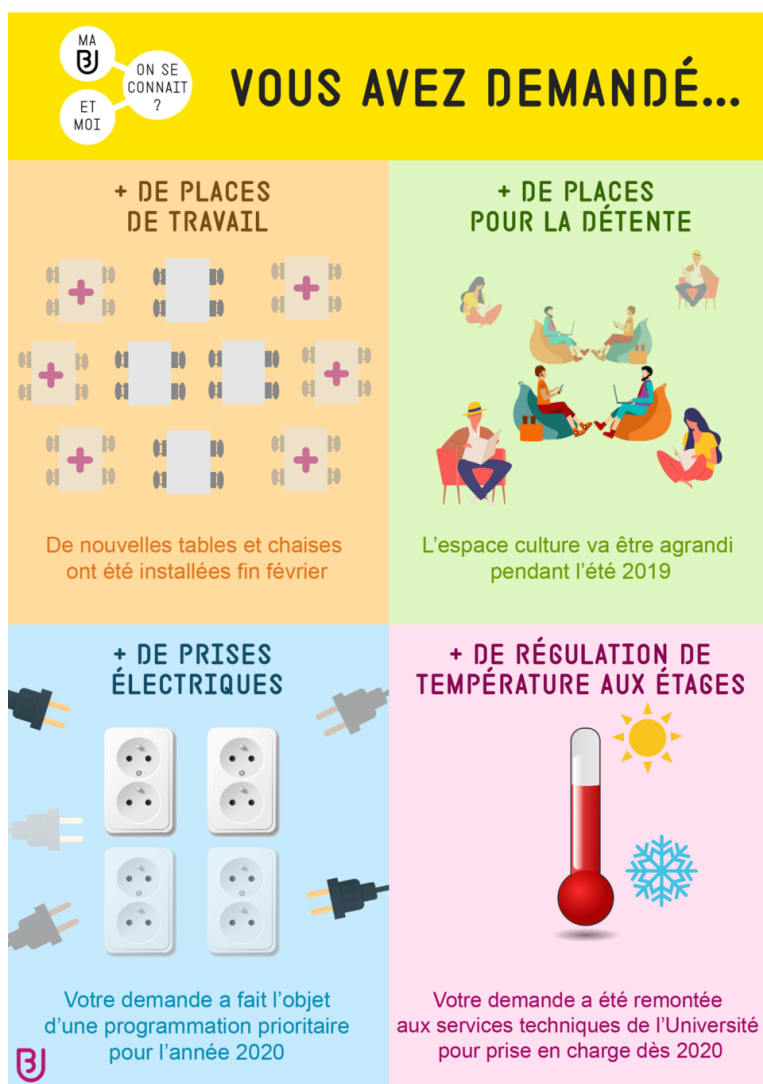


Figure 5 Affiche communiquant au public les changements apportés à la BU Droit-Gestion, suite aux résultats de l'enquête

D'autres enquêtes ont été aussi réalisées par l'OdiF, l'observatoire de la direction des formations, sur demande du SCD, notamment une étude de 2012 intitulée « S'informer, communiquer et se documenter pendant ses études », une autre en 2009 intitulée « Étude des usages et des pratiques des étudiants et leurs attentes vis-à-vis de la bibliothèque universitaire », et enfin une dernière étude réalisée plus récemment en 2014 portant sur les pratiques actuelles des étudiants et leurs attentes vis-à-vis du futur learning center, l'actuel Lilliad learning center.

## Partie II : Présentation de la mission enquête des publics

### 1. Débuts de la mission et définition du périmètre de l'enquête

Initialement, ma mission consistait à mener un travail d'enquête sur chaque campus auprès des étudiants, des enseignants, des chercheurs, usagers (ou pas) des bibliothèques universitaires et learning center pour cerner :

- leur perception globale de la bibliothèque ou du learning center sur leur campus,
- leur perception des sites web actuels ;
- leurs besoins et leurs attentes ;
- la perception du SCD par la communauté université de Lille.

Une démarche UX (observations, entretiens, test d'utilisabilité etc.), à définir en amont, devait être mise en œuvre afin de recueillir les impressions des publics. Ce travail d'enquête devait permettre de formuler, pour chaque cible, des préconisations qui serviraient de base de travail dans le cadre de la refonte future des sites web du SCD.

Après le début du stage, les objectifs de l'enquête ont évolué assez rapidement. En effet, il était au départ question d'une enquête auprès des publics suivants : étudiants usagers et non-usagers, enseignants-chercheurs, bibliothèques associées et personnels de l'université de Lille. Il s'est avéré que l'enquête avait des cibles trop ambitieuses. Au fur et à mesure des comptes rendus avec mes tutrices et des rendez-vous, notamment avec la responsable de l'observatoire de la direction des formations (ODiF) de l'université de Lille, nous avons resserré les publics.

L'enquête concerne donc les cibles suivantes :

- les étudiants usagers des BU et learning centers ;
- les étudiants non-usagers ;
- les enseignants-chercheurs.

Ces cibles étaient plus réalistes pour une enquête prévue sur la durée du stage. En effet, j'ai pu me rendre compte, suite à des recherches, que les non-usagers et les enseignants-chercheurs sont des cibles réputées difficiles à mobiliser pour des enquêtes.

Les objectifs de l'enquête ont également évolué. L'aspect site web a été un peu mis de côté pour privilégier une enquête plus globale sur la perception des publics. Ainsi, l'enquête allait servir de préambule à un questionnaire de satisfaction prévu pour l'automne 2020. Elle permettrait en amont de trouver des thèmes exploratoires. De même, l'enquête allait être utile à la mise en place d'un site web commun ou de plusieurs sites web pour les équipements du SCD, prévus une fois le processus de fusion des trois anciens SCD achevé.

Assez rapidement, mes tutrices m'ont demandé de leur présenter des propositions de méthodologie. J'ai proposé différentes méthodes à la fois quantitatives telles que des questionnaires, et qualitatives telles que des entretiens, des focus groups, des cartes cognitives, etc. Nous avons collectivement choisi de faire des entretiens et des focus groups. Ce sont des méthodes de sociologie et de marketing classiques, toutefois elles me semblaient les plus pertinentes pour recueillir une opinion, et en ce qui nous concerne, la perception des publics.

Après plusieurs discussions avec mes responsables de stage, nous nous sommes arrêtées sur les objectifs suivants pour l'enquête :

- connaître la perception par les publics cibles de la bibliothèque ou du learning center sur leur campus et plus globalement du SCD ;
- connaître la perception par les publics cibles des sites web de chaque équipement et leurs besoins ;
- connaître le taux de fréquentation des différents publics : sont-ils des habitués, des usagers occasionnels ou des non-usagers des équipements et/ou des ressources ? Pourquoi ? Quelles sont leurs attentes ?
- connaître les sources d'informations des publics cibles : comment sont-ils informés sur les actualités du SCD ?
- faire le point sur la perception du SCD et de ses équipements pour gagner en visibilité et se rapprocher de ses publics (et pas seulement de ses usagers) ;
- identifier les points faibles et les points forts et donc les axes d'amélioration en matière de communication. Ajuster les axes de la stratégie de communication, et s'assurer de la pertinence des outils et des actions déployées (par exemple, les futurs sites web des équipements) ;
- renforcer l'image et la notoriété du SCD et de ses équipements.

Nous avons également défini plusieurs mots-clés autour des axes de recherche de l'enquête, à savoir :

- Perception et représentations ;
- Usagers et attentes ;
- Communication.

Suite à l'annonce du confinement, ma mission de stage a été modifiée pour s'adapter au télétravail. L'objectif n'était plus de réaliser une enquête, mais de proposer une méthodologie argumentée et prête à être déployée, pour un travail d'enquête sur chaque campus auprès des étudiants, des enseignants, des chercheurs, usagers (ou non) des bibliothèques et learning center. Pour résumer, il m'a été demandé de réaliser une sorte de kit d'enquête, pour que cette dernière puisse être facilement mise en place quand les conditions seront plus favorables. Un deuxième objectif de stage, orienté site web m'a également été demandé, dont nous parlerons plus en détail dans la dernière partie de ce rapport.

## 1.1. Les limites et contraintes de l'enquête

L'enquête présente plusieurs contraintes et limites. Tout d'abord, elle porte sur l'entité SCD, qui correspond à la structure administrative. Cette entité est probablement peu ou mal connue par les publics. Le terme BU est plus familier pour les publics cibles et sera utilisé pour l'enquête. En outre, le SCD correspond à quatre équipements qui ont des spécificités propres, à la fois géographiques, disciplinaires et bâtementaires. Ces différences représentent une contrainte pour l'enquête. Enfin, cette dernière a pour cibles des publics différents et hétérogènes. Il sera nécessaire d'adapter les méthodes aux cibles.

De plus, de telles enquêtes présentent forcément des limites du fait même de leur processus. Selon Carine Lallemand et Guillaume Gronier, il y aurait notamment un biais d'échantillonnage puisqu'on ne recrute en entretien que des personnes qui sont motivées par la thématique ou par la récompense<sup>7</sup>. En outre, les enquêtes souffrent parfois de l'effet « Hawthorne ». Le répondant, conscient de participer à une enquête « essaiera de faire plaisir à l'enquêteur, ou estimera que finalement, les choses ne vont pas si mal que ça, tout simplement parce qu'on lui demande son avis »<sup>8</sup>.

Un autre biais existe pour les bibliothèques, comme le souligne Christophe Evans qui reprend les propos de Joseph R. Matthews mettant en garde contre les enquêtes de satisfaction :

« Le même Matthews souligne par ailleurs que les enquêtes de satisfaction par questionnaire en bibliothèque rencontrent un biais spécifique, ce qu'il appelle l'effet 'apple pie'. Les bibliothèques publiques, pour ceux qui les fréquentent ou qui les ont fréquentées par le passé, seraient associées au monde de l'enfance et aux activités ludiques (la tarte aux pommes de son enfance), elles bénéficieraient de ce fait

---

<sup>7</sup> Carine Lallemand et Guillaume Gronier, *Méthodes de design UX: 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales*, 2<sup>e</sup> éd. (Eyrolles, 2018), p. 71.

<sup>8</sup> Benjamin Caraco, « Les enquêtes ethnographiques en bibliothèque », *BBF*, n° 2 (s. d.): 7.

d'un capital sympathie assez élevé qui pourrait avoir une influence positive sur les niveaux de satisfaction. On peut noter d'ailleurs que cette bonne image des bibliothèques est présente également chez les personnes qui ne les fréquentent pas ou ne les fréquentent plus, comme l'ont exposé de nombreux travaux, ce qui dépeint bien les difficultés qu'il faut surmonter pour obtenir des informations opérationnelles à partir de ce que pensent les individus. <sup>9</sup>»

## 1.2. Des publics cibles particuliers

Avant de commencer une enquête, il est fortement conseillé de faire un état de l'art des enquêtes similaires déjà réalisées<sup>10</sup>. Le but est de s'appuyer sur ce qui a déjà été fait, afin d'avoir des pistes et de ne pas construire l'enquête ex-nihilo. J'ai ainsi fait de nombreuses recherches, mais je n'ai pas trouvé d'enquête réellement similaire à ce que nous cherchons à interroger, c'est à dire les représentations. Ce qui s'y rapporte le plus sont les enquêtes de notoriété et image de marque, utilisées en marketing. Toutefois, leur approche est beaucoup trop commerciale, centrée notamment autour d'un produit à vendre et de l'image d'une marque, et n'est pas applicable au domaine des bibliothèques universitaires. Je me suis appuyée sur des mémoires de l'ENSSIB, ainsi que sur des entretiens que j'ai eus avec des informateurs-clés. En effet, j'ai pu m'entretenir avec la responsable de l'ODiF, organisme qui s'occupe des enquêtes à l'université de Lille, avec la responsable du département services à la recherche et aux chercheurs du SCD, ainsi qu'avec Elise Leclère, bibliothécaire en BU ayant travaillé sur des focus groups à la bibliothèque Marie Curie de l'INSA de Lyon. Ces rencontres et recherches m'ont apporté des informations précieuses sur les types de publics interrogés et les méthodes utilisées pour notre enquête. Cela m'a notamment permis d'émettre des hypothèses pour chacun de ces publics. Toutefois, les données et les recherches sur les non-usagers et les enseignants-chercheurs sont rares. Les non-usagers ne représentent pas la cible principale des BU et ils sont par ailleurs difficiles à recruter en entretien. Pour ces raisons, les études qualitatives sur les non-usagers et enseignants-chercheurs présentées dans cette partie, sont basées sur de très petits échantillons et n'ont pas une visée représentative, mais simplement illustrative, nous permettant d'avoir quelques bases pour appréhender ces publics dans notre enquête.

### 1.2.1. Les étudiants usagers

---

<sup>9</sup> Christophe Evans, *Petits vices et grandes vertus des études d'impact. Un point de vue sociologique, La valeur sociétale des bibliothèques* (Éditions du Cercle de la Librairie, 2017), <<http://www.cairn.info/la-valeur-societale-des-bibliotheques--9782765415343-page-71.htm>>.

<sup>10</sup> Andrew Asher et Susan Miller, « Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ? », 2016, <[https://adbu.fr/competplug/uploads/2016/10/methodes\\_anthropologie\\_en\\_bibliotheques.pdf](https://adbu.fr/competplug/uploads/2016/10/methodes_anthropologie_en_bibliotheques.pdf)>; Caraco, « Les enquêtes ethnographiques en bibliothèque ».

Des enquêtes, notamment celle de 2007 à Paris 8<sup>11</sup> ont dégagé plusieurs types principaux d'utilisateurs :

- Les utilisateurs axés travail (50% de la population étudiée) qui fréquentent la BU essentiellement pour travailler sur place.
- Les utilisateurs axés emprunt et services (23%) qui viennent à la BU principalement pour emprunter des ouvrages voire visionner un film.
- Les gros utilisateurs de la BU (23%), parfois appelés utilisateurs absolus qui travaillent sur place, empruntent, utilisent les services de la BU...
- Les autres types d'utilisateurs (4%).

Les utilisateurs sont ici classés selon leur utilisation de la bibliothèque universitaire.

Pour le public des utilisateurs, nous avons émis pour l'enquête l'hypothèse que les étudiants ont une réalité très différente selon les sites.

### 1.2.2. Les étudiants non-utilisateurs

Une enquête nationale de l'OVE de 2016 nous apprend qu'environ 20% des étudiants n'utilisent pas leur bibliothèque<sup>12</sup>. Il est difficile de définir la notion de non-utilisateurs. En effet, les travaux de Laurence Jung dans son mémoire *Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants*, montrent que cette notion est floue, car des étudiants utilisant pourtant les ressources en ligne de la BU, peuvent ne pas utiliser les espaces physiques et se considérer eux-mêmes comme des non-utilisateurs. Parfois, le public considère être un non-utilisateur de la bibliothèque, car il l'utilise seulement en tant qu'espace de travail et n'en consulte pas les documents<sup>13</sup>. Dans ses recherches, elle a pris le parti de considérer comme non-utilisateur, tout public qui ne fréquenterait pas les espaces physiques des bibliothèques. De plus, il n'est pas toujours très clair pour les personnes interrogées de comprendre ce qu'aller à la bibliothèque implique et signifie. Cette notion s'est par ailleurs complexifiée avec les ressources électroniques.

En définitive, le non-utilisateur peut se définir de deux manières :

- l'étudiant qui n'utilise ni les espaces, ni les ressources, ni les services de la BU ;

---

<sup>11</sup> MV2 Conseil, « Enquête auprès des utilisateurs de la bibliothèque universitaire de Paris 8 », 2007, <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1163-enquete-aupres-des-utilisateurs-de-la-bibliotheque-universitaire-de-paris-8-pratiques-opinions-et-satisfaction.pdf>>.

<sup>12</sup> OVE, « Enquête nationale conditions de vie des étudiant-e-s 2016 : Services et initiatives des établissements à l'usage des étudiants. », 2016, <[http://www.ove-national.education.fr/wp-content/uploads/2018/11/Service\\_et\\_initiatives\\_CdV\\_2016.pdf](http://www.ove-national.education.fr/wp-content/uploads/2018/11/Service_et_initiatives_CdV_2016.pdf)>.

<sup>13</sup> Laurence Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants » (2010), p. 38, <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49500-je-ne-travaille-jamais-en-bibliotheque-enquete-aupres-d-etudiants-non-frequentants-ou-faibles-frequentants.pdf>>.

- l'étudiant qui n'en maîtrise pas les codes, au sens sociologique du terme, qui renvoient à la théorie de la légitimité culturelle de Pierre Bourdieu<sup>14</sup>.

Dans son mémoire *Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires*, Anaïs Crinière-Boizet, désigne comme non-usager :

- un étudiant déjà "touché" par la BU, qui s'y est rendu ponctuellement (pour une visite ou une formation obligatoire, pour des travaux de groupes, pour utiliser les imprimantes..) : c'est la répétition de cet acte dans le temps qui en fait un usager ;
- un étudiant qui utilise les ressources électroniques, mais qui ignore qu'il s'agit de celles de la BU<sup>15</sup>.

En outre, d'après Anaïs Crinière-Boizet, il n'existerait pas vraiment d'utilisateur ou de non-usager absolu, ce sont des notions qui fluctuent dans le temps. Un étudiant peut être non-usager puis usager au fil de son parcours académique, voire au cours de l'année scolaire. On observe par exemple un pic d'utilisation des BU lors des partiels<sup>16</sup>.

Les causes de la non-fréquentation des bibliothèques universitaires sont multiples et bien souvent externes aux bibliothèques. Il est à noter que la non-utilisation des BU tiendrait moins de la critique envers les BU elles-mêmes, que d'autres paramètres externes aux bibliothèques. Comme le décrit Bernard Lahire dans *Les manières d'étudier*, c'est le type d'études et la place de la lecture dans ces dernières qui a la plus forte influence sur l'utilisation de la bibliothèque :

« Ainsi les étudiants suivant les formations courtes, professionnalisantes, peu prestigieuses et relativement éloignées des modèles de formation littéraires sont-ils les plus étrangers à la bibliothèque. Ils sont talonnés par les étudiants des classes préparatoires scientifiques qui n'ont que rarement besoin de recourir fréquemment à des bases documentaires pour effectuer leur travail personnel. En revanche, plus on se dirige vers les formations les plus « littéraires » dont la culture est fondée sur l'incorporation de références à des auteurs et à des ouvrages qui seront cités explicitement ou implicitement dans les dissertations, fiches de lecture, dossiers, mémoires, exposés oraux, et plus la bibliothèque s'impose comme un lieu-instrument naturel du travail intellectuel. La nécessité scolaire de consulter, tout autant que de lire in

---

<sup>14</sup> Anaïs Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires », p. 33, consulté le 19 mars 2020, <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68904-du-non-usager-a-l-utilisateur-absolu-en-passant-par-l-utilisateur-partiel-une-analyse-critique-du-non-public-des-bibliotheques-universitaires.pdf>>.

<sup>15</sup> *Ibid.*, p. 33.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 46-47.

extenso, un nombre élevé d'ouvrages et de revues rend quasiment impossible l'achat de toute la masse documentaire. <sup>17</sup>»

Toutefois, comme le souligne Anaïs Crinière-Boizet, l'enquête de Bernard Lahire est à prendre avec précaution car il considérerait surtout la BU du point de vue de ses ressources mises à disposition pour les étudiants<sup>18</sup>.

Laurence Jung a quant à elle dressé, à partir de son enquête, un profil type : « les non-fréquentants sont avant tout dans des filières scientifiques ou liées à l'informatique et les faibles fréquentants sont pour la plupart inscrits en lettres, langues ou sciences humaine »<sup>19</sup>.

Parmi les raisons à la non-utilisation ou non-fréquentation de la BU par les étudiants interrogés par Laurence Jung et Anaïs Crinière-Boizet, on retrouve :

- La préférence pour le travail à la maison :
  - Les non-usagers préfèrent d'autres endroits pour travailler, comme leur domicile qui leur offre du confort, l'accès au réfrigérateur, la possibilité de travailler en musique, de discuter, sans les contraintes sociales de la BU telles que s'habiller, bien se tenir en public, etc.<sup>20</sup>
- Le manque de temps :
  - Devoir faire l'effort de sortir de chez soi pour se rendre à la bibliothèque<sup>21</sup>.
- La préférence pour internet ou l'achat de livres :
  - L'origine sociale joue un rôle plus important dans l'achat de livres que pour les autres facteurs, les moyens financiers seraient liés à l'utilisation ou non de la bibliothèque pour certains<sup>22</sup>.
  - La préférence pour internet, et ce, pas toujours de manière légale<sup>23</sup>.
- La charge de travail, l'année ou le type d'études :

---

<sup>17</sup> Bernard Lahire, *Les Manières d'étudier*, 1997.

<sup>18</sup> Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires », p. 40.

<sup>19</sup> Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants », p. 26.

<sup>20</sup> *Ibid.*, p.47;59.

<sup>21</sup> *Ibid.*, p. 64.

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 52.

<sup>23</sup> Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires », p. 55.



- La charge de travail personnel dans les études influerait sur le temps passé à la BU : plus elle est importante, comme en médecine, plus les étudiants passent du temps à la BU<sup>24</sup>.
- L'absence d'utilité de la BU dans le cadre de leurs études <sup>25</sup>.
- Plus le niveau d'étude augmente, plus les lectures pour les cours augmentent<sup>26</sup>.
- Les raisons relatives à la BU et ses codes :
  - Une méconnaissance de la BU : des horaires d'ouverture, des collections, du système de classification jugé compliqué<sup>27</sup>...
  - Les BU peuvent à la fois être considérées comme trop bruyantes ou trop calmes pour travailler dans de bonnes conditions<sup>28</sup>.
  - La bibliothèque instaure une ambiance de travail qui rebute certains étudiants<sup>29</sup>.

Les travaux de Laurence Jung et d'Anaïs Crinière-Boizet ont également sondé les représentations que se font certains usagers des bibliothèques et des bibliothécaires. Ils en ont souvent une image ancienne et désuète<sup>30</sup>. C'est aussi « un lieu de règle et de contraintes » <sup>31</sup>. La bibliothèque est également perçue comme « un lieu sacralisé, un temple du savoir »<sup>32</sup>. Certaines personnes interrogées ne demanderaient pas de l'aide aux bibliothécaires, car elles estiment que cela nécessite des connaissances trop pointues d'un domaine que les bibliothécaires ne maîtriseraient pas<sup>33</sup>. Les enquêtes de Laurence Jung et d'Anaïs Crinière-Boizet montrent que les personnes interrogées, bien qu'elles ne fréquentent pas la bibliothèque, en ont dans la majorité des cas une vision positive et leur trouvent paradoxalement une utilité.

Pour le public cible des étudiants non-usagers, nous avons émis l'hypothèse que le non-usage des BU tiendrait moins de la critique envers les BU elles-mêmes que d'autres paramètres externes aux bibliothèques.

---

<sup>24</sup> Crinière-Boizet, p. 41.

<sup>25</sup> Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants », p. 30.

<sup>26</sup> Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires », p. 46.

<sup>27</sup> Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires » ; Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants ».

<sup>28</sup> Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires », p. 50.

<sup>29</sup> Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants », p. 59.

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 40.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 43.

<sup>32</sup> *Ibid.*, p. 41.

<sup>33</sup> *Ibid.*, p. 45.

### 1.2.3. Les enseignants-chercheurs

Les enseignants-chercheurs sont un public complexe, aux multiples facettes. L'article 3 du décret n°84-431 du 6 juin 1984 les définit de la manière suivante :

« Les enseignants-chercheurs participent à l'élaboration, par leur recherche, et assurent la transmission, par leur enseignement, des connaissances au titre de la formation initiale et continue incluant, le cas échéant, l'utilisation des technologies de l'information et de la communication. Ils assurent la direction, le conseil, le tutorat et l'orientation des étudiants et contribuent à leur insertion professionnelle. Ils organisent leurs enseignements au sein d'équipes pédagogiques dans tous les cursus universitaires et en liaison avec les milieux professionnels.<sup>34</sup>»

Un entretien avec la responsable du département services à la recherche et aux chercheurs du SCD de l'université de Lille, ainsi que des documents qu'elle m'a fournis m'ont permis d'obtenir quelques pistes pouvant être utiles à notre enquête.

Les enseignants-chercheurs ont de nombreuses missions. Ils sont réputés très occupés et par conséquent difficiles à recruter pour une enquête. En outre, il s'agit d'un public complexe avec des fonctionnements disciplinaires différents. Aux extrémités opposées du spectre des pratiques des enseignants-chercheurs, on retrouve la médecine et les sciences humaines et sociales. Un enseignant-chercheur en médecine n'aurait pas la même façon de fonctionner qu'un enseignant-chercheur en sciences humaines et sociales. Par exemple à l'université de Lille, les enseignants-chercheurs en médecine auraient une relation forte avec le CHU de Lille. Ils seraient très attachés à leurs publications et l'impact de publication serait un moteur important pour eux. Les enseignants-chercheurs en sciences humaines et sociales disposeraient de moins de moyens et seraient moins tournés vers l'international que leurs collègues de médecine. Ils auraient également un rapport différent aux éditeurs car ils publient plus de livres que d'articles. Ils seraient moins sensibles aux logiques de bibliométrie. Ils auraient une approche plus individuelle du travail par rapport aux enseignants-chercheurs en médecine et seraient plus attachés au papier. Ainsi, ils se rendent davantage en bibliothèque. Le campus SHS dispose de beaucoup plus de bibliothèques associées.

A Lilliad, les enseignants-chercheurs fréquentent les salles de travail, la cafétéria et l'espace culture. En BU Droit-Gestion, les enseignants-chercheurs continuent de fréquenter la

---

<sup>34</sup> Légifrance, « Décret n°84-431 du 6 juin 1984 fixant les dispositions statutaires communes applicables aux enseignants-chercheurs et portant statut particulier du corps des professeurs particuliers des universités et du corps des maîtres de conférences. | Legifrance », consulté le 9 juin 2020, <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006064492&dateTexte=20170323>>.

bibliothèque physique. Enfin, quand les enseignants-chercheurs consultent une ressource en ligne, ils ne savent pas forcément qu'ils utilisent le SCD.

Les enseignants-chercheurs n'ont pas tous la même répartition du temps d'enseignement et de recherche. Ils bénéficient parfois d'une décharge d'enseignement pour activité particulière comme l'édition d'une revue. Certains personnels sont rémunérés par un organisme de recherche et sont chercheurs à plein-temps. Les chercheurs rattachés à l'université doivent consacrer la moitié de leur temps à l'enseignement. Ainsi, un chercheur s'occupant uniquement de ses recherches n'aura pas la même perception qu'un enseignant-chercheur qui aura le prisme de ses étudiants. Enfin, les doctorants sont un public particulier à la frontière entre l'étudiant et le professeur. Ils ont une obligation de cours. Une partie d'entre eux sont financés uniquement pour leurs recherches et certains sont payés par un enseignant. Il arrive que des doctorants n'aient pas d'activité rémunératrice, notamment en sciences humaines et sociales.

Enfin, les enseignants-chercheurs sont un public occupé. Ils sont très pris mais pas au même moment ni pour les mêmes raisons et ils ne gèreraient pas tous leur temps de la même façon. Les cours et la coordination pédagogique sont très chronophages pour eux. La recherche de financement, via les appels à projet, leur prend également beaucoup de temps à différentes périodes de l'année. Ils répondent aussi à des appels à communication, par exemple pour des conférences. Au deuxième semestre, ils peuvent être moins occupés car leurs élèves sont habituellement en stage.

Le mémoire de Laurence Jung, nous permet aussi d'avoir quelques pistes sur la perception des BU par les enseignants-chercheurs. Premièrement, la bibliothèque physique n'est plus utile aux chercheurs en sciences qui ont un bureau avec leurs affaires et leur bibliothèque personnelle pour travailler. En sciences, les chercheurs travaillent beaucoup en collaboration avec leurs collègues qui sont dans les mêmes bureaux. Ainsi, aller à la bibliothèque les éloignerait de la recherche<sup>35</sup>. De plus, la bibliothèque serait perçue comme appartenant à l'univers des étudiants<sup>36</sup>.

En outre, les chercheurs en sciences consultent principalement des articles publiés récemment et disponibles en ligne<sup>37</sup>. Le numérique est par ailleurs perçu comme une évolution positive par les chercheurs qui gagnent du temps<sup>38</sup>. Toutefois, la connaissance par les chercheurs de

---

<sup>35</sup> Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants », p. 48.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 56.

<sup>37</sup> *Ibid.*, p. 33.

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 34.

l'implication de la BU dans les ressources numériques est variable : les chercheurs peuvent se rendre directement sur le site de la revue qui les intéresse sans passer par le site de l'université et du SCD. Ils sont conscients que les ressources sont payantes mais pensent que c'est l'université qui s'en charge<sup>39</sup>. Pour Laurence Jung, « la bibliothèque numérique est accessible partout et donc localisée nulle part, ce qui rend son identification complexe »<sup>40</sup>.

Enfin, les chercheurs en sciences sembleraient penser que les bibliothécaires ne sont pas suffisamment experts dans leur domaine pour pouvoir s'occuper des acquisitions :

« Les scientifiques, surtout au niveau recherche, s'interrogent souvent sur le métier de bibliothécaire en BU de sciences. Ils se demandent quel intérêt peut représenter pour les bibliothécaires des acquisitions dans un domaine dans lequel ils ne comprennent rien »<sup>41</sup>.

Pour l'enquête, nous avons établi les hypothèses suivantes sur la cible des enseignants-chercheurs :

- Les enseignants-chercheurs pensent que la BU est pour leurs étudiants.
- Les enseignants-chercheurs ne connaissent pas suffisamment l'accompagnement et l'offre de services que leur propose le SCD.
- Le SCD n'est pas suffisamment identifié comme un interlocuteur dans leur travail de recherche.
- Le SCD est identifié comme un acteur pour l'accès à la documentation physique, mais pas dans les autres sphères de son activité (accès à la documentation en ligne, accompagnement à la gestion et à la diffusion des résultats de la recherche).

## 2. Choix des méthodes d'enquête et de la stratégie de recrutement

### 2.1. Méthodologie pour le recrutement des publics cibles

Dans ce type d'enquête, on sectionne les participants en fonction des objectifs de l'étude. On cherche à obtenir un échantillon théorique qui « vise à refléter la réalité et à explorer la plus grande diversité possible de témoignages afin de panacher les opinions pour faire émerger tous les points de vue sur le sujet »<sup>42</sup>. Toutefois, la représentativité semble difficile à atteindre. Comme le soulignent Andrew Asher et Susan Miller, la réalité du processus de

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 39.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 40.

<sup>41</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>42</sup> Pia Touboul, « Recherche qualitative : la méthode des Focus Groupes. Guide méthodologique pour les thèses en Médecine Générale », consulté le 26 mai 2020, <[https://nice.cnge.fr/IMG/pdf/Focus\\_Groupes\\_methodologie\\_PTdef.pdf](https://nice.cnge.fr/IMG/pdf/Focus_Groupes_methodologie_PTdef.pdf)>.

recrutement fait qu'il est peu probable de parvenir à une véritable représentativité statistique<sup>43</sup>. Le recrutement est en effet la partie la plus difficile. Les focus groups sont notamment sujets à absentéisme. Près de la moitié des participants se désistent sans prévenir<sup>44</sup>. Il faut donc anticiper ces désistements en sur-recrutant environ 30% du nombre de participants total<sup>45</sup>. De plus, il est nécessaire de prévoir un recrutement de dernière minute, en allant chercher des volontaires directement dans la BU le jour du focus group, par exemple.

Afin de recruter des participants, nous envisageons d'utiliser la stratégie du mini-questionnaire comme pied dans la porte. Cette stratégie est préconisée par Christophe Evans et Carine Lallemand et Guillaume Gronier<sup>46</sup>. Pour recruter des participants, nous pourrions faire appel aux vacataires<sup>47</sup> de l'OdiF. Le but serait de demander aux vacataires d'administrer un micro-questionnaire sur les quatre sites, notamment dans les files de RU le midi. A la fin du mini-questionnaire, il sera proposé aux personnes interrogées de s'inscrire pour participer à notre enquête. Le micro-questionnaire permettra un recrutement en fonction du profil de fréquentation. J'ai rédigé ce micro-questionnaire qui pose notamment des questions sur la fréquentation des BU ainsi que sur leurs moyens de communication<sup>48</sup>.

Elise Leclère m'a conseillé d'inciter les volontaires pour des focus groups ou entretiens à s'inscrire au moment de l'administration des micro-questionnaires. Cela les pousse à s'engager et permet d'anticiper des désistements. Il faudrait donc avoir déjà prévu à ce stade des plages horaires pour les entretiens et les focus groups.

## 2.2. Composition des focus groups et du public interrogé

Dans cette partie, nous allons présenter certains repères qui pourront être utiles pour la composition des focus groups, mais aussi de manière plus générale pour le recrutement. Toutefois, je suis consciente que la difficulté du recrutement peut être un frein au respect de ces critères, ainsi gardons à l'esprit que la représentativité n'est pas visée. Il serait notamment intéressant de composer les focus groups en mélangeant des profils en fonction de la fréquentation et de leur utilisation des BU.

---

<sup>43</sup> Asher et Miller, « Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ? »

<sup>44</sup> Entretien avec Elise Leclère

<sup>45</sup> Touboul, « Recherche qualitative : la méthode des Focus Groupes. Guide méthodologique pour les thèses en Médecine Générale ».

<sup>46</sup> Christophe Evans, « La méthode des focus groups », s. d., 6; Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*.

<sup>47</sup> L'OdiF emploie des étudiants vacataires pour l'administration de leurs enquêtes.

<sup>48</sup> Voir annexes

J'ai réalisé les graphiques suivants à partir des *Repères statistiques 2019, étudiants et formation* de l'ODiF afin d'obtenir une forme de représentativité selon les formations, les cursus et le genre, pour la cible étudiante.

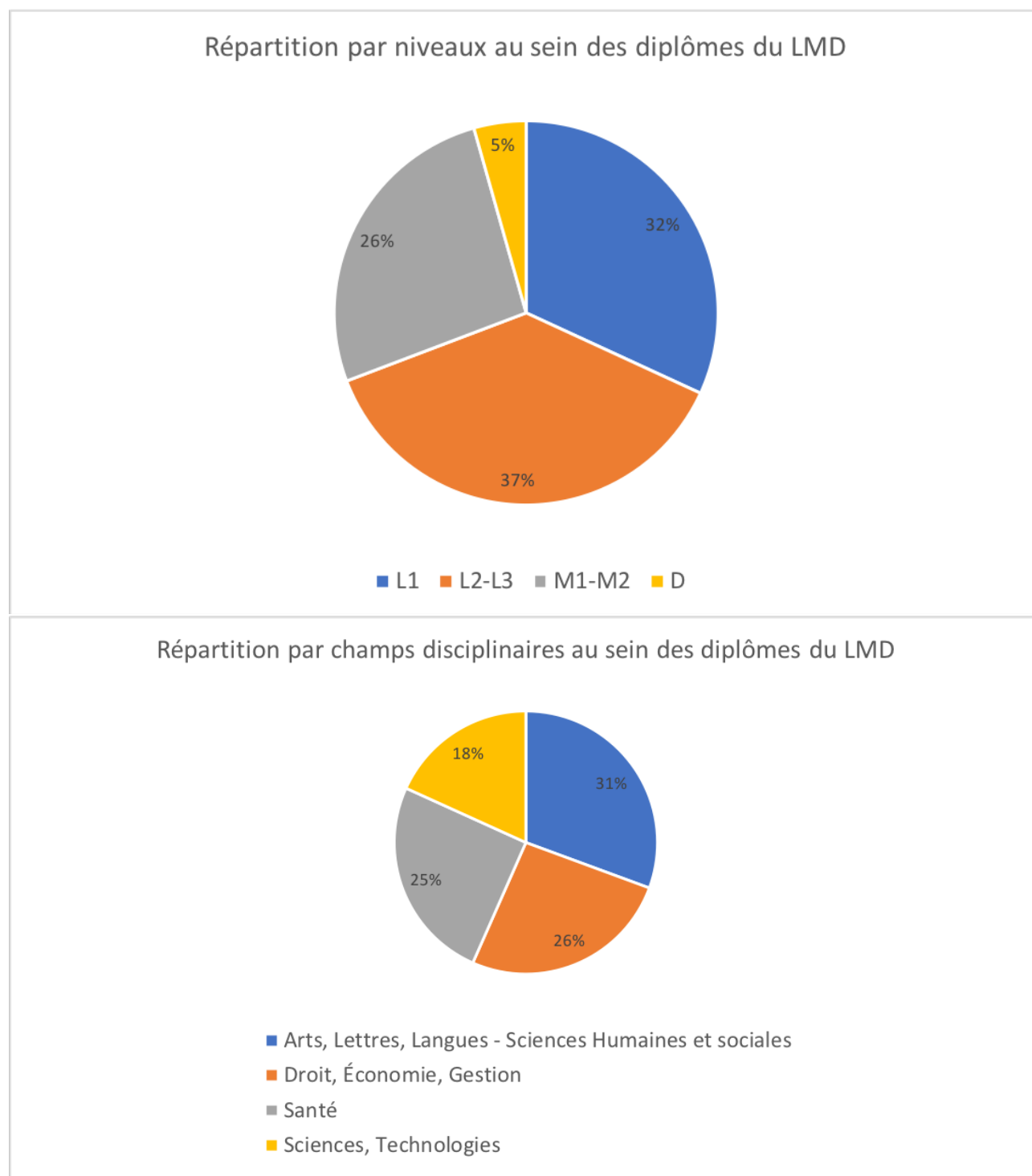


Figure 6 Graphiques de répartition au sein du LMD

Ainsi, nous pourrions essayer de respecter les pourcentages autant que possible, en ayant notamment au minimum un participant pour chaque cycle d'étude et pour chaque grand champ disciplinaire. En ce qui concerne le genre, les femmes représentent un peu plus de la moitié des effectifs étudiants à l'université de Lille.

La cible des enseignants-chercheurs étant beaucoup plus difficile à recruter, nous avons décidé de ne pas fixer d'objectif de représentativité mais d'essayer d'en recruter autant que possible. La stratégie de recrutement prévue pour ce public est la méthode boule de neige, grâce à différents contacts au sein du SCD.

En ce qui concerne le nombre d'entretiens et de focus groups à réaliser, il n'y a pas d'objectif précis. Encore une fois, l'idéal serait, au minimum, de réussir à interroger des représentants de chaque grand champ disciplinaire pour chaque public cible. Pour ce qui est du public des étudiants usagers, nous visons un focus group pour chaque site, soit au moins quatre focus groups. Face à la difficulté que représente la phase de recrutement, la représentativité ne peut être visée. Cependant, comme le précisent Andrew Asher et Susan Miller, les méthodes qualitatives produisent des données riches et fines :

« [...] un échantillon même limité peut être une source d'informations utiles et de changements potentiels pour votre bibliothèque. Chaque entretien et chaque activité vous permettra d'accumuler des informations supplémentaires et de mieux comprendre le mode de vie d'un individu. <sup>49</sup>»

Les méthodes qualitatives et leur échantillon restreint seront toujours moins représentatifs que les méthodes quantitatives, mais elles pourront apporter des informations qui ne sont pas accessibles via un questionnaire.

## **2.3. Des méthodes d'enquêtes différentes pour des publics particuliers**

### **2.3.1. Les entretiens**

Pour l'enquête nous avons choisi d'utiliser les méthodes des entretiens et des focus groups.

L'entretien est une méthode d'enquête très répandue en sciences humaines et sociales. Elle permet à un animateur (ou enquêteur) d'interroger une personne sur des thèmes choisis. L'entretien peut être non-directif, semi-directif ou directif. Le type d'entretien dépend de la structuration du dialogue. Un entretien non-directif commencera par une question consigne d'ouverture, puis la conversation se fera naturellement. Un entretien directif ressemble à un questionnaire car il appelle à des réponses brèves sans relance <sup>50</sup>. Enfin, l'entretien semi-directif, le plus courant, est celui que nous avons choisi. Il donne un cadre structuré dans la conversation,

---

<sup>49</sup> Asher et Miller, « Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ? »

<sup>50</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 113.

tout en laissant une part de liberté à l'animateur pour relancer l'interviewé sur certains sujets. Pour encadrer l'entretien, on produit un guide d'entretien.

L'entretien est plus flexible que les focus groups sur le choix du lieu et de l'heure de rendez-vous. Ils sont d'une durée relativement courte, de 45 à 90 minutes<sup>51</sup>. Le format court permet de recruter plus facilement, le manque de temps pouvant favoriser le refus de participer. En outre, le fait d'être seul à seul permet à l'interviewé d'être plus à l'aise et de se confier plus facilement. Pour toutes ces raisons, nous avons choisi la méthode des entretiens pour les publics des enseignants-chercheurs et des étudiants non-usagers.

### 2.3.2. Les focus groups

Le focus groups, aussi appelé discussion de groupe, est une méthode à l'origine issue du marketing. Elle suit le même principe que l'entretien : un animateur interroge plusieurs participants, en suivant un guide composé de questions et d'activités préparées à l'avance. Par rapport à l'entretien, la différence principale réside dans le public interrogé qui est composé d'un petit groupe, plutôt que d'une seule personne. Si nous avons considéré un temps de privilégier des profils opposés pour nourrir la discussion en constituant des groupes composés d'étudiants des quatre sites, nous avons finalement renoncé à cette idée pour plusieurs raisons. La première, il serait trop compliqué d'un point de vue logistique de réunir des étudiants de quatre sites différents au même endroit. Par ailleurs, obliger un étudiant à se déplacer renforcerait le risque de désistement. La deuxième raison est que nous avons pensé qu'il serait mieux de privilégier des profils ayant des choses en commun pour favoriser la discussion. Ici, leur point commun serait le campus qu'ils fréquentent. Les personnes choisies pour un focus groups doivent en théorie ne pas se connaître. Il faut constituer des groupes « artificiels » et pas « naturels »<sup>52</sup>. Toutefois, l'expérience<sup>53</sup> montre que lors de recrutements, les étudiants ont tendance à vouloir participer ensemble. Il va donc falloir ajuster entre l'idéal souhaité et la réalité de la phase de recrutement.

Par rapport à un entretien, le focus group rend possible la confrontation des points de vue. Le débat est nourri grâce à la dynamique de groupe. Pour le même nombre d'interrogés, il demande moins de temps par rapport aux entretiens. En effet, il permet d'interroger plusieurs personnes à la fois. En revanche, ils sont plus longs que les entretiens et durent en général de deux à trois heures<sup>54</sup>. En outre, la présence d'autres personnes peut causer plusieurs biais. Cela ne permet

---

<sup>51</sup> Lallemand et Gronier, p. 109.

<sup>52</sup> Evans, « La méthode des focus groups ».

<sup>53</sup> Entretien avec Elise Leclère

<sup>54</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 133.



pas d'aborder des questions trop personnelles ou intimes. Les participants peuvent s'autocensurer. De plus, le temps de parole risque d'être mal réparti. On rencontre souvent des participants plus bavards qui monopolisent la parole par rapport à d'autres, plus timides<sup>55</sup>. Enfin, l'organisation est importante car elle nécessite de faire concorder les plannings de tous les participants ainsi que du ou des animateurs, pour qu'ils soient tous réunis au même endroit et au même moment. Pour ces raisons, nous avons choisi de privilégier les entretiens pour les étudiants non-usagers et les enseignants-chercheurs. L'avantage d'une durée plus courte permettrait de diminuer les risques de refus pendant la phase de recrutement.

### 2.3.3. Les cafés UX

En complément des autres méthodes d'enquête telles que les entretiens et les focus groups, nous avons prévu de mener des cafés UX. Pour cela, nous nous sommes inspirés des « UX café » de Zoe Chao, UX librarian à la Penn State University aux Etats-Unis<sup>56</sup>. Cette méthode est une alternative aux autres méthodes de design UX, qui sont souvent longues et coûteuses. Zoe Chao est partie du constat de Jakob Nielsen, expert dans le domaine de l'ergonomie informatique et de l'utilisabilité des sites web et défenseur de l'utilisabilité à bas-coût (aussi appelée méthodes guérilla), selon lequel l'expérience utilisateur serait davantage améliorée par trois enquêtes avec cinq utilisateurs plutôt qu'une seule enquête d'envergure avec quinze utilisateurs. Par ailleurs, Jakob Nielsen cite les coûts perçus comme l'un des freins à la mise en place de méthodes de design UX. Zoe Chao pense donc que trouver une méthode alternative moins coûteuse et moins chronophage serait une solution pour démocratiser les méthodes de design UX dans une organisation ainsi qu'auprès des publics.

Zoe Chao a eu l'idée de mettre en place des cafés « pop up » dans le hall d'accueil de sa bibliothèque universitaire. Le café UX offrait aux étudiants un café et un en-cas en échange de 5 à 10 minutes de leurs temps pour participer à diverses méthodes de design UX tels que des tests d'utilisabilité, des tests A/B ou de courts entretiens (aussi appelés entretiens flashes). L'autre avantage des cafés UX est qu'ils peuvent être répétés dans le temps. Pour maximiser les résultats, les méthodes de design UX doivent être itératives. Par ailleurs, Zoe Chao rappelle qu'une des règles principales du design UX est de tester rapidement et souvent. En effet, se rendre compte rapidement des améliorations qui peuvent être effectuées sur un nouveau service, par exemple, permettrait de limiter les dépenses d'un changement effectué tardivement. Ainsi, à la Penn State University library, les cafés UX ont lieu de façon régulière le même jour à

---

<sup>55</sup> Entretien avec Elise Leclère

<sup>56</sup> Zoe Chao, « Rethinking User Experience Studies in Libraries: The Story of UX Café », *Weave: Journal of Library User Experience* 2, n° 2 (2019), <<http://dx.doi.org/10.3998/weave.12535642.0002.203>>.

la même heure et durent deux heures. Les participants sont recrutés sur place. L'heure et le jour des cafés UX ont été déterminés en amont en analysant les pics de passage dans l'entrée de la bibliothèque, pour optimiser le recrutement. Avec un objectif de recrutement de 5 participants par session, Zoe Chao a finalement recruté environ 3 à 12 participants par session, avec une moyenne de 7,3 participants. Les cafés UX n'avaient pas lieu toutes les semaines, mais plutôt toutes les deux semaines voire une fois par mois pour en permettre le traitement et l'analyse, notamment sous forme de rapport. Pour Zoe Chao, ses cafés UX étaient aussi une façon de sensibiliser les équipes ainsi que les publics de sa bibliothèque universitaire au design UX. La mise en route de cafés UX réguliers lui a permis d'incorporer le design UX à l'organisation de travail de sa bibliothèque. Pour finir, Zoe Chao identifie deux limites à ses cafés UX : leur courte durée (environ 5 à 10 minutes) et la méthode de recrutement sur place qui ne touche que les publics fréquentant la bibliothèque.

Au SCD de l'université de Lille, nous avons pensé à combiner les cafés UX avec les autres méthodes choisies. Les cafés UX nous permettraient dans un premier temps de tester certaines questions ou activités des entretiens ou focus groups. Ils pourraient aussi être un moyen de recruter pour ces derniers. Les objectifs des cafés UX seraient de recueillir des données démographiques et d'évaluer et analyser la communication, la fréquentation ainsi que l'utilisation des BU et learning centers. Nous nous basons sur le modèle cafés UX de Zoe Chao, et prévoyons une durée de 2 heures pour chaque session, avec un objectif de 5 participants touchés.

Le public cible des cafés UX sont les étudiants. Pour cela, nous pensons à mettre en place les stands de cafés UX en dehors des BU et learning centers afin de pouvoir toucher un public de non-usagers. Selon les sites, divers endroits fréquentés par le public cible sont envisagés comme la maison des étudiants sur le campus Cité scientifique ou diverses salles disposant de fauteuils, micro-ondes et machines à café sur le campus de Pont de Bois. Diverses cafétérias sont aussi pressenties comme emplacement pour installer les stands. Toutefois, un autre incitateur, comme des petits objets à l'effigie de l'université, devra être trouvé pour ne pas faire concurrence à l'offre de restauration du Crous qui se trouve sur place, le cas échéant.

La mise en place des cafés UX nécessite la définition d'un budget, notamment pour les boissons chaudes, les en-cas et les objets qui serviront d'incentive. L'incentive est « une prime (cadeau, réduction, tirage au sort, ...) qui a pour but de favoriser les réponses favorables à un message commercial, une enquête ou une sollicitation diverse »<sup>57</sup>. Le matériel nécessaire dépendra des activités ou méthodes choisies. Les cafés UX seront animés en binôme. Les animateurs peuvent prendre des notes ou dans le cas d'entretiens flash, faire un enregistrement vocal. Il sera alors

---

<sup>57</sup> Bertrand Bathelot, « Incentive - Définitions Marketing », consulté le 9 juin 2020, <<https://www.definitions-marketing.com/definition/Incentive/>>.

nécessaire de faire signer un formulaire de consentement. Les données récoltées seront anonymes. Néanmoins les données démographiques et les informations sur les formations suivies pourraient compromettre l'anonymat des réponses. Ainsi, un dossier RGPD concernant uniquement les données personnelles (genre, cycle d'étude, secteur disciplinaire) devra être constitué pour être évalué.

L'aspect du stand est important. Il faut qu'il soit visible. Ainsi, nous pensons à une affiche, de type kakemono, à accrocher sur le stand. Nous pourrions choisir de bien mettre en avant le SCD ou au contraire de ne pas l'identifier pour ne pas influencer les réponses. Le stand pourrait être organisé avec des panneaux sur roulette, pour permettre d'isoler le participant afin qu'il puisse répondre dans le calme, un peu à l'écart.

### 3. Mise en place de la méthodologie de l'enquête

#### 3.1. Mise en place des guides d'entretien et de focus groups

L'intérêt des entretiens et des focus groups est qu'ils peuvent être séquencés en plusieurs activités. C'est notamment ce qu'a fait Elise Leclère avec des focus groups<sup>58</sup> à l'INSA de Lyon, dont j'ai trouvé l'idée très intéressante.

Afin de produire les guides, j'ai constitué un tableau composé de près de cent questions et activités possibles pour les entretiens et focus groups. Pour trouver ces questions, je me suis inspirée de divers travaux trouvés sur internet<sup>59</sup>, et des questions proposées dans le livre *Méthodes de design UX*<sup>60</sup> en les adaptant à notre contexte. J'ai aussi inventé quelques questions. Les questions et activités (complétions de phrases, photo-élicitation, situations hypothétiques) sont regroupées par thèmes, qui sont les axes principaux de recherche de notre enquête : introduction et conclusion, « représentations », « attentes et besoins » et « communication et site web ». J'ai par ailleurs gardé ce squelette pour la constitution des guides<sup>61</sup>. Les questions étaient aussi classées par le type de public auxquels elles pouvaient correspondre. Enfin, un système de notation permettait de sélectionner les meilleures questions. Il y avait également

---

<sup>58</sup> Institut National des Sciences Appliquées de Lyon, « Enquêtes », consulté le 9 juin 2020, <<http://scd.docinsa.insa-lyon.fr/enquetes>>

<sup>59</sup> Crinière-Boizet, « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires » ; Institut National des Sciences Appliquées de Lyon, « Enquêtes » ; Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants » ; Guillaume Gronier, « Complétion de phrases : une méthode qualitative et projective. », consulté le 29 mai 2020, <[http://www.guillaumegronier.com/cv/resources/CompletionPhrases\\_v1.pdf](http://www.guillaumegronier.com/cv/resources/CompletionPhrases_v1.pdf)>.

<sup>60</sup> Lallemant et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 115.

<sup>61</sup> Voir annexes

une colonne pour laisser des commentaires. J'ai transmis le document à mes tutrices qui en ont pris connaissance et qui ont attribué des notes. Puis, nous avons eu un échange en visio-conférence pour trier les questions et sélectionner celles qui allaient constituer les guides. Après avoir mis en page ces derniers, j'ai à nouveau soumis les documents à mes tutrices ainsi qu'à la responsable du département services à la recherche et aux chercheurs du SCD, pour obtenir un avis. J'ai à nouveau modifié les documents en tenant compte des commentaires. Les guides d'entretien et de focus group sont principalement composés de questions ouvertes, invitant à une réponse développée. C'est l'inverse d'une question fermée qui appelle à répondre par oui ou par non. Le tri à partir du tableau des questions et activités a aussi permis de dégager des questions complémentaires qui s'ajoutent aux questions principales, en gras dans le guide<sup>62</sup>. L'animateur est libre de poser ou non les questions complémentaires, en fonction de la conversation et des réponses que lui donne le participant.

Il a été difficile de choisir parmi toutes les questions et activités possibles. On peut être tenté de tout demander aux interviewés mais le but est de rendre l'enquête la moins lourde possible pour eux. J'ai essayé de laisser le plus possible de côté l'aspect satisfaction. Nous nous doutions en effet que nous risquons de tomber sur des préoccupations pratiques des publics, bien connues des bibliothécaires de BU : le manque de places assises et de prises électriques ou encore les horaires d'ouverture.

Enfin, l'ordre des questions est important dans le guide d'entretien et de focus group. En effet, il existe ce que l'on appelle l'effet de halo. Ainsi, « le choix de l'ordre des questions peut également influencer sur le type de réponses obtenues : les enquêtés évitent souvent de se déjuger au cours de l'enquête et se sentent implicitement tenus par les premières réponses fournies »<sup>63</sup>.

Pour le guide d'entretien des non-usagers, je me suis inspirée des travaux de Laurence Jung, qui conseillait de ne pas commencer l'entretien par des questions sur les bibliothèques. L'entretien commençait par des questions plus générales avant de se recentrer sur les bibliothèques. Ainsi, le guide entretien des non-usagers est constitué de manière différente des autres guides. Les questions à destination du non-usager ne portent pas uniquement sur les bibliothèques, mais aussi sur sa manière de travailler, la place et le rôle de la documentation dans ses cours, etc. Pour les autres guides, nous avons choisi de commencer, après quelques questions introductives, par une activité de photo-élicitation. C'est une activité amusante qui servira de brise-glace pour les participants. J'ai aussi choisi de commencer la séance par les activités et questions du thème « représentations » qui sont plus abstraites, pour finalement

---

<sup>62</sup> Voir annexes

<sup>63</sup> Philippe Riutort, « 3 - Les méthodes sociologiques », *Major*, 2014, 97-147.

arriver vers le thème « attentes et besoins » et « communication et site web » qui sont beaucoup plus concrets.

Trois activités m'ont semblé particulièrement intéressantes pour les entretiens et les focus groups : les complétions de phrase, la photo-élicitation et les situations hypothétiques. Ces activités sont présentées dans le livre *Méthodes de design UX*.

La photo-élicitation utilise des supports visuels comme des photographies ou des images. Cette technique est utilisée en sociologie<sup>64</sup>. Les images font appel à une partie du cerveau différente et plus ancienne que celle qui appartient au verbal. De la même façon, les images en noir et blanc évoquent plus de souvenirs que les photos en couleur. En effet, moins on en voit et plus on fait appel à nos souvenirs<sup>65</sup>. Ainsi, la photo-élicitation aiderait les participants à exprimer « des souvenirs, des émotions, des valeurs, ou encore des stéréotypes »<sup>66</sup>. Pour choisir des images pour la photo-élicitation, j'ai recherché des photos de bibliothèques classiques, certaines modernes d'autres plus datées, des photos d'étudiants qui travaillent, des postes informatiques, des cafétérias, des salles de sieste, des étagères de livres, des banques de prêt, des banques d'accueil avec des bibliothécaires... Toutes sortes d'images qui peuvent évoquer la BU et d'autres un peu plus abstraites. Le choix préalable des images entraîne forcément un biais. Toutefois, c'est ce que nous diront les participants sur leurs choix d'images, qui sera intéressant et qui amènera peut-être des informations auxquelles nous n'aurions pas pensé. Les participants devront répondre à la question « Quelles images représentent le plus la BU pour vous ? Choisissez-en deux ». Cette activité est inspirée de celle initiée par Elise Leclère dans ses focus groups *Enquête sur la baisse des emprunts* à la bibliothèque de l'INSA de Lyon<sup>67</sup>.

Les complétions de phrases sont une autre activité, également introduite dans 30 méthodes. C'est une méthode projective issue de la psychologie : on va donner aux participants un début de phrase à compléter spontanément<sup>68</sup>. Dans un questionnaire, le taux de réponses aux complétions de phrases est nettement supérieur à celui des questions ouvertes et donne des réponses plus riches<sup>69</sup>. Toutefois, cette méthode est souvent utilisée en questionnaire. Je n'ai pas réussi à trouver d'exemple l'utilisant en entretien ou en focus group. Je pense cependant que son utilisation est intéressante, c'est pourquoi j'ai inclus cette méthode dans tous les guides d'entretien et de focus groups. Nous pourrions proposer aux participants un papier avec les

---

<sup>64</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 117.

<sup>65</sup> Douglas Harper, « Talking about Pictures: A Case for Photo Elicitation », *Visual Studies* 17, n° 1 (janvier 2002): 13-26, <<https://doi.org/10.1080/14725860220137345>>.

<sup>66</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 117.

<sup>67</sup> Institut National des Sciences Appliquées de Lyon, « Enquêtes ».

<sup>68</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 482.

<sup>69</sup> Carine Lallemand, *Guérilla UX*, « quick » mais pas « dirty » - Carine LALLEMAND, consulté le 29 mai 2020, <<https://www.youtube.com/watch?v=NTIBB9yhC1s&t=1707s>>.

phrases à compléter, puis leur demander de lire ce qu'ils ont écrit et de développer leur propos si besoin, via des relances.

Enfin, nous faisons également appel à des situations hypothétiques, une autre méthode projective. Le but est d'inventer une situation et de demander au participant ce qu'il ferait. L'utilisation de toutes ces méthodes a pour objectif de réduire les biais et de maximiser le taux de réponses. Cependant, seule la passation des entretiens et des focus groups pourra déterminer leur efficacité ou non.

En tout, le kit d'enquête est composé des pièces suivantes :

- Micro-questionnaire de recrutement.
- Formulaire de consentement.
- Note de lecture sur le public non-usager.
- Guide de focus group pour les étudiants usagers.
- Guide d'entretien pour les étudiants non-usagers.
- Guide d'entretien pour les enseignants-chercheurs.
- Document de présentation des cafés UX.
- Sélection d'images (photo-élicitation).

## 3.2. Méthodologie pour la passation de l'enquête

Le choix du calendrier pour le déroulement de l'enquête est important car il peut impacter le recrutement. Certains moments de l'année sont à éviter, notamment la période des partiels pour les étudiants.

Enfin, les entretiens et focus groups pourraient avoir lieu sur le temps de la pause-déjeuner, ce qui permettrait d'offrir aux participants un panier-repas pour les remercier de leur participation. Prévoir une contrepartie pour les participants est nécessaire afin d'augmenter les chances de participation. Christophe Evans précise ainsi :

« Sans contrepartie, on risque une évaporation importante au moment du rendez-vous (8 personnes recrutées, 4 présentes), ou une sélection très orientée (ne viennent que ceux qui ont l'habitude et l'envie de témoigner, c'est-à-dire souvent ceux dont on connaît déjà l'opinion).<sup>70</sup>»

---

<sup>70</sup> Evans, « La méthode des focus groups ».

Lors d'un entretien ou d'un focus group, la posture et l'attitude de l'animateur est importante, car il existe un grand nombre de biais. Son rôle est délicat car il doit relancer son interlocuteur, sans toutefois l'influencer dans ses réponses. L'animateur, de par ses caractéristiques physiques ou personnelles pourrait influencer les réponses. De plus, les préjugés de l'enquêteur par rapport à son sujet d'étude peuvent aussi biaiser les relances et l'interprétation des réponses obtenues<sup>71</sup>. L'animateur doit s'efforcer d'être le plus neutre possible. Il faut suivre le principe de non-directivité du psychologue Carl Rogers. Il s'agit de « faire preuve d'empathie, être à l'écoute et ne pas tenter d'infléchir ou de modifier de quelque façon la pensée, le comportement ou les valeurs du participant »<sup>72</sup>. Dans un entretien comme dans un focus group, le silence peut être important pour laisser au participant le temps de répondre et le pousser à développer ses propos<sup>73</sup>.

Pour les focus group, nous avons prévu deux animateurs dont les rôles sont répartis, c'est à dire un animateur principal et un appui. L'animateur principal pose les questions et mène le focus group. L'animateur appui prend des notes. Il peut lui aussi intervenir pour poser des questions et relancer les participants. Avoir deux animateurs permet de dynamiser la discussion. La prise de notes doit venir compléter l'enregistrement des entretiens et focus groups. Il faut être en mesure d'anticiper et de noter tout ce qui ne pourra s'entendre ou se comprendre lors de la retranscription : qui prend la parole, quelle photo est choisie, etc.<sup>74</sup> L'entretien quant à lui ne nécessite qu'un seul animateur. Le participant pourrait en effet se sentir déstabilisé par la présence de plusieurs enquêteurs.

Nous avons établi une liste de matériel nécessaire pour les entretiens et focus groups :

- 2 enregistreurs vocaux ;
- du papier et des stylos ou un ordinateur portable pour la prise de note pour les animateurs ;
- des stylos et des supports papier à remplir pour les complétions de phrases pour les participants ;
- les images pour l'activité de photo-élicitation (environ 30) ;
- une montre ;
- la compensation pour les participants ;
- les formulaires de consentement à faire remplir par les participants.

---

<sup>71</sup> Marine Lugen, « Petit guide méthodologie de l'enquête », consulté le 29 mai 2020, <[https://igeat.ulb.ac.be/fileadmin/media/publications/Enseignement/Petit\\_guide\\_de\\_me%CC%81thodologie\\_de\\_l\\_enque%CC%82te.pdf?fbclid=IwAR1sSoZJBtxhfjRclw\\_Y1L5sRXxmfuOX3f4KLK6PnpU-L2TZ0f6WDOWsYdA](https://igeat.ulb.ac.be/fileadmin/media/publications/Enseignement/Petit_guide_de_me%CC%81thodologie_de_l_enque%CC%82te.pdf?fbclid=IwAR1sSoZJBtxhfjRclw_Y1L5sRXxmfuOX3f4KLK6PnpU-L2TZ0f6WDOWsYdA)>.

<sup>72</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*, p. 120.

<sup>73</sup> *Ibid.*, p. 119.

<sup>74</sup> Entretien avec Elise Leclère

Enfin, les enquêtes, qui recueillent des informations personnelles sur des individus, se doivent d'adopter une certaine éthique. Les entretiens et les focus groups seront enregistrés pour être retranscrits. Il est donc nécessaire de faire signer aux participants un formulaire de consentement pour obtenir leur accord explicite. Il faut aussi les rassurer sur l'utilisation qui sera faite de l'enregistrement, uniquement exploité en interne pour la retranscription. Le micro-questionnaire, ainsi que les cafés UX, biens que prévus pour être anonymes devront également s'assurer d'être en règle avec le RGPD. Pour cela, il faut constituer un dossier sur l'enquête, qui sera transmis aux personnes responsables du RGPD au sein du SCD. L'anonymisation des participants pourrait être assurée en attribuant à chacun un identifiant unique. Un fichier reliant l'identifiant unique du participant à ses données personnelles sera conservé dans un dossier protégé et séparé des autres fichiers et sera détruit à la fin de l'enquête<sup>75</sup>.

### 3.3. Test d'un entretien et pistes d'améliorations

Les guides d'entretien et de focus groups sont mis en page et prêts à être utilisés. Toutefois la meilleure façon de savoir s'ils sont efficaces ou non est de les tester. Malheureusement, la crise covid-19 est survenue avant le début de la phase de recrutement. Il n'y a pas eu de passation d'entretien ou de focus group possible. Les pré-tests sont pourtant indispensables avant d'administrer une enquête. Tout ne peut pas fonctionner parfaitement dès le début et les guides sont destinés à être améliorés. L'animateur gagne lui aussi en expérience, ce qui lui permet d'éviter le plus possible les biais. J'ai pu tester le guide d'entretien non-usager avec R., une de mes connaissances qui est un ancien étudiant de l'université de Lille. L'entretien s'est fait par téléphone. Pour les activités de photo-élicitation et de complétion de phrases, j'ai utilisé une messagerie instantanée pour lui envoyer les documents nécessaires. L'entretien test a révélé plusieurs choses. Tout d'abord, qu'un étudiant utilisant la BU peut quand même se définir lui-même comme un non-usager. En discutant préalablement avec R. de son utilisation de la BU, j'avais estimé qu'il s'agissait d'un non-usager et l'ai interrogé comme tel, en utilisant la grille de questions destiné aux non-usagers. Toutefois, il s'est avéré qu'il était en réalité un usager plutôt fréquent de la BU. Cela confirme les conclusions de Laurence Jung dans son mémoire, selon lesquelles la notion d'utilisateur est très floue. Parfois, le public considère être un non-usager de la bibliothèque car il l'utilise seulement en tant qu'espace de travail et n'en consulte pas les documents<sup>76</sup>. Cela semble être le cas de R. qui estimait ne pas suffisamment exploiter les documents de la BU. R. ne connaissait pas du tout le jargon bibliothéconomique : le catalogue

---

<sup>75</sup> Asher et Miller, « Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ? »

<sup>76</sup> Jung, « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants », p. 38.



en ligne est devenu « l'application de la bibliothèque ». En outre, il n'identifie pas la BU. Quand il utilise des ressources en ligne ou même quand il cherche des informations sur la BU, R. pense à l'ENT ou au site internet de l'université. Comme nous nous en doutions, il est très difficile d'interroger les représentations. Ce sont des choses trop abstraites, la personne interrogée fait plutôt référence à des problèmes très concrets et bien connus des bibliothécaires. R. évoque notamment à plusieurs reprises le problème de manque de place en BU.

Le problème majeur rencontré pendant la passation de l'entretien est l'interprétation des questions. Par exemple, pour la question « Comment vous organisez-vous dans votre travail académique ? Quelles sont vos lectures dans le cadre de vos études ? Quelle place pour les documents autres que ceux fournis par les professeurs ? », j'ai utilisé le terme « lectures » que j'aurais dû utiliser autrement, ou privilégier le terme « document », comme me l'avait conseillé ma tutrice. Peut-être que le terme « lecture » renvoie au livre physique et laisse de côté la lecture sur internet. La question « Dans ta vie d'étudiant, quelles sont tes sources d'information ? » a également rencontré des problèmes d'interprétation. Pour cette question, l'expression « sources d'informations » nécessiterait d'être reformulée. Elle évoquerait plus les informations au sens des actualités journalistiques. Il faudrait peut-être développer ce que l'on entend par source d'information : s'agit-il des actualités, des loisirs, des événements... J'ai rencontré le même problème avec la question : « Si tu devais trouver des informations sur la BU, qu'est-ce que tu ferais ? » De quelle information parlons-nous ? S'agit-il d'informations pratiques comme les horaires d'ouverture ou d'autres choses comme les ressources en ligne ? La reformulation de ces questions est encore sujette à réflexion.

Mon rôle d'animatrice pourrait également être amélioré. Il est en effet particulièrement difficile de ne pas influencer son interlocuteur par des relances qui peuvent l'orienter. De plus, je connaissais personnellement l'interviewé, ce qui implique aussi un biais.

Les complétions de phrases ont bien fonctionné, malgré mes appréhensions quant à leur utilisation en dehors d'un questionnaire. Même si elles étaient destinées à des non-usagers, R. qui était en réalité un usager a pourtant répondu à toutes les complétions de phrases. J'ai toutefois encore quelques craintes pour leur utilisation en focus group. Pour conclure, je suis plutôt satisfaite de ce test et l'interviewé a également apprécié le format de l'entretien. Ce dernier a duré une quarantaine de minutes, ce qui est selon moi une durée optimale.

Pour conclure, je pense qu'il faut garder à l'esprit que les entretiens ne fonctionneront pas forcément comme on l'avait prévu, et qu'ils seront toujours matière à amélioration, tant du point de vue des questions que de l'attitude de l'animateur. Enfin, comme le précise Philippe Ruitort, il convient de relativiser les entretiens considérés comme ratés mais qui peuvent tout de même apporter des informations précieuses :

« La frontière qui sépare un entretien « réussi » d'un entretien « raté » s'avère poreuse : un interviewé qui répond « à côté » de la question peut dire des choses sur lui-même qui s'avèrent au bout du compte intéressantes pour le chercheur. Un entretien peut aussi connaître de multiples digressions et variations pour déboucher sur une situation imprévue.<sup>77</sup> »

Quelques pistes d'amélioration pour les autres guides sont possibles. Le guide de focus group pour les étudiants est sûrement un peu trop dense. Un pré-test en équipe ou avec des moniteurs étudiants pourra aider à déterminer si le focus group dépasse les deux heures visées.

Le guide entretien pour les enseignants-chercheurs ne différencie pas un enseignant-chercheur usager d'un non-usager. Si un enseignant-chercheur se révèle être un non-usager, l'animateur pourra emprunter des questions ou des activités du guide d'entretien pour les étudiants non-usagers.

Pour conclure, comme l'enquête n'a pas pu avoir lieu, il n'y a pas eu d'analyse possible des données et notamment pas de retranscription. En effet, après la passation des entretiens et focus groups vient normalement la retranscription des enregistrements. Il s'agit d'une étape très chronophage mais indispensable afin d'exploiter et d'analyser les données récoltées. Il faut compter le double voire le triple de la durée d'un enregistrement pour le retranscrire. La retranscription peut être partielle. On peut choisir de ne garder que les informations qui nous intéressent. On peut aussi laisser de côté des données trop sensibles ou qui compromettent l'anonymat du participant. La passation des entretiens et focus groups et la retranscription suivis de l'analyse des données constituent la phase d'exploration qui est ensuite suivie des phases d'idéation et de génération où l'on trouve des idées que l'on applique par la suite<sup>78</sup>.

## **Partie III : Présentation de la mission benchmarking de sites web**

### **1. Périmètres et contexte de la mission benchmarking de sites web**

Le deuxième volet de ma mission stage s'inscrit dans le contexte de la création future d'un ou plusieurs site(s) web qui remplaceront les trois sites web actuels, pour les BU Droit-Gestion et Santé, la BU SHS et le Lilliad learning center. L'objectif de la mission est de réaliser un

---

<sup>77</sup> Riutort, « 3 - Les méthodes sociologiques ».

<sup>78</sup> Lallemand et Gronier, *Méthodes de design UX*.

benchmarking des sites web des bibliothèques universitaires de grandes universités en France et en Europe. Il s'agit de proposer une typologie des sites actuellement déployés et de mettre en avant des idées et des solutions pour la refonte des sites web des équipements. Selon Bertrand Bathelot du site *Définition du marketing*, le benchmark ou benchmarking est, « dans un contexte marketing, une démarche d'observation et d'analyse des pratiques marketing utilisées et des performances atteintes par d'autres entreprises »<sup>79</sup>. Il s'agit d'aller observer des sites web d'autres bibliothèques de grandes universités regroupant plusieurs bibliothèques et de repérer les bonnes idées qui pourraient être utilisées dans le ou les futur(s) site(s) web du SCD. Dans un premier temps, j'ai réalisé sur demande de mes tutrices, une sorte de rapport d'étonnement personnel des sites web actuels du SCD de l'université de Lille. Puis, je me suis lancée dans le benchmarking des sites web.

Pour réaliser le benchmarking, mes tutrices m'ont donné plusieurs consignes. Je devais réaliser un benchmarking des sites des bibliothèques d'université française ayant fusionné :

- Université de Strasbourg, université de Bordeaux, université Aix-Marseille, université Grenoble-Alpes, université de Paris, Sorbonne université et université de Franche-Comté.

Je devais également faire un benchmarking des sites des BU des universités européennes suivantes :

- au Royaume-Uni : université de Manchester, université du Kent, université de York, université de Leeds, université de Cambridge, université de Birmingham, université d'Edimbourg, université de Warwick, université de Bristol et université de Glasgow ;
- aux Pays-bas : université de Leiden, université d'Amsterdam, université d'Utrecht et université Erasme de Rotterdam ;
- en Suède : université de Lund, université de Göteborg et université de Malmö ;
- en Belgique : université de Liège, université de Gand, université Catholique de Louvain et K.U Leven.

Ce sont tous des sites web de grandes universités regroupant plusieurs bibliothèques universitaires.

Pour réaliser le benchmarking, une attention particulière est portée aux points suivants :

- le contenu de la page d'accueil ;
- la mise en avant ou non des services (formation, accompagnement à la recherche, offres personnalisées);

---

<sup>79</sup> Bertrand Bathelot, « Benchmark - Définitions Marketing », consulté le 9 juin 2020, <<https://www.definitions-marketing.com/definition/benchmark/>>.

- l'imbrication des réseaux sociaux ;
- la présentation des équipements ;
- la présentation des équipes ;
- la présentation de la transversalité des services ;
- le réseau Ubib ou équivalent étranger tels que « Ask the library » ;
- les bonnes idées que l'on ne retrouve pas ailleurs.

Pour le benchmarking, j'ai produit plusieurs documents présentant tous ces aspects, site par site.

Dans le contexte particulier où a été réalisé le stage, la plupart des sites web n'avaient probablement pas leurs formations habituelles et ont été modifiés pour mettre en avant les services et les informations relatifs à la crise covid-19.

Il est à noter que les sites web des BU sont plus ou moins identifiables par rapport au site web des universités. En effet, dans plusieurs cas, le réseau de BU n'a pas de site web propre et fait partie d'une section du site web de l'université.

## 2. Quelques points de repère sur le design web

Avant de commencer le benchmarking des sites, j'ai cherché à me renseigner sur certaines notions du design web. Ma source d'information principale a été *Utile, utilisable, désirable : Redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs* d'Aaron Schmidt et Amanda Etches.

D'après Amanda Etches et Aaron Schmidt, la raison d'être d'un site web réside dans ce qu'il permet de faire. Les utilisateurs viennent sur les sites web pour y effectuer des opérations essentielles. Il faut dans un premier temps identifier ces dernières à travers des courts entretiens et des tests d'utilisabilité. Les cafés UX pourraient être l'occasion d'effectuer ces tâches, en demandant notamment aux utilisateurs la raison pour laquelle ils se rendent sur le site web de la BU<sup>80</sup>. Pour rappel, « un test d'utilisabilité est une technique d'analyse des usages consistant à observer quelqu'un qui est en train d'utiliser un produit »<sup>81</sup>. Cette méthode est efficace pour évaluer l'ergonomie et l'utilisabilité d'un site web en le testant sur les utilisateurs.

---

<sup>80</sup> Aaron Schmidt, Amanda Etches, et Nathalie Clot, *Utile, utilisable, désirable: redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*, La Numérique (Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2016), p. 162.

<sup>81</sup> Schmidt, Etches, et Clot, p. 163.

Un site web ne doit pas avoir trop de contenu<sup>82</sup>. En effet, l'écriture sur le web est particulière et adaptée au mode de lecture des internautes. En général, ces derniers font une lecture rapide des pages et se contentent de les survoler. C'est pourquoi il est préférable de placer les informations essentielles en haut des pages et d'utiliser des listes à puce et des passages à la ligne pour rythmer la lecture. Une attention particulière doit être portée aux titres, qui doivent se distinguer du reste du texte et être explicites<sup>83</sup>. Les pages doivent être uniformisées et l'arborescence doit être logique et réduite au minimum<sup>84</sup>. L'arborescence d'un site désigne « l'organisation logique de ses différentes pages <sup>85</sup>».

Les auteurs de *Utile, utilisable, désirable* conseillent en outre d'éviter le jargon bibliothéconomique, tels que SIGB, base de données, catalogue...<sup>86</sup>

Le design web est régi par plusieurs conventions que l'on retrouve sur la plupart des sites, parmi lesquelles la présence des éléments suivants :

- un logo en haut à gauche qui doit permettre de revenir à la page d'accueil ;
- des liens cliquables qui doivent être reconnaissables, en utilisant par exemple une couleur de police bleue ;
- un fil d'Ariane en haut de la page, qui précise l'emplacement de la page dans l'arborescence du site ;
- les contacts et informations pratiques qui sont idéalement placés dans le menu avec une répétition dans le pied de page ;
- les fonctionnalités de recherche qui se trouvent toujours au même endroit sur le site et bien mis en évidence au centre de la page<sup>87</sup>.

Plusieurs termes appartenant au vocabulaire du design web m'ont été utiles pour le benchmarking, telle que la ligne de flottaison, qui est « la limite sur un site à partir de laquelle le visiteur est obligé de descendre sur la page avec sa souris pour voir le reste du contenu »<sup>88</sup>. On retrouve aussi systématiquement le header et le footer, qui désignent respectivement l'entête d'un site et le pied de page. La « sidebar » est une barre latérale de navigation. Les boutons

---

<sup>82</sup> Schmidt, Etches, et Clot, *Utile, utilisable, désirable*, p. 174.

<sup>83</sup> *Ibid.*, p. 178-80.

<sup>84</sup> *Ibid.*, et Clot, p. 186.

<sup>85</sup> « Lexique | Mini dictionnaire en ligne du Webdesign - Blog Web et E-commerce PowerBoutique », Power boutique, consulté le 9 juin 2020, <<https://leblog.powerboutique.com/lexique-mini-dictionnaire-en-ligne-du-webdesign/>>.

<sup>86</sup> Schmidt, Etches, et Clot, *Utile, utilisable, désirable*, p. 183.

<sup>87</sup> *Ibid.*, p. 185-93.

<sup>88</sup> « Lexique | Mini dictionnaire en ligne du Webdesign - Blog Web et E-commerce PowerBoutique ».

call-to-action, qui invitent les utilisateurs à réaliser une action sont également récurrents. Sur un site de BU, ces boutons peuvent permettre de réserver un livre ou une salle de travail. Pour finir, le flat design est « un nouveau courant du webdesign qui prône un design graphique minimaliste aux couleurs vives, dans le but d'améliorer la lisibilité. Chaque élément du design a une fonction, les éléments purement décoratifs sont supprimés »<sup>89</sup>. On retrouve ce type de design dans plusieurs sites de BU.

Enfin, la page d'accueil est une vitrine, c'est ce que l'on voit en premier sur un site. Elle doit montrer tout ce qu'il possible de faire sur le site : il faut trouver le bon équilibre entre donner toutes les informations nécessaires et ne pas surcharger la page d'accueil. Elle doit aussi donner une idée de ce que fait la bibliothèque en général. On peut par exemple mettre en avant l'image de marque et les événements organisés par la bibliothèque<sup>90</sup>.

### 3. Conclusions du benchmarking

Sur les sites web étudiés, les services ont le plus souvent deux niveaux de présentation. Ils sont présentés de manière transversale dans un onglet appelé par exemple « Services », où l'on retrouve tous les services disponibles. Éventuellement, des liens renvoient vers d'autres pages plus explicatives sur les services dont les spécificités peuvent changer en fonction des équipements.

Enfin, les services sont également présentés sur ce que j'ai appelé les « pages bibliothèques », c'est à dire une page web de présentation unique disposant d'informations pratiques sur les équipements, et assez régulièrement d'une présentation des services proposés. Sur la « page bibliothèque » d'un équipement, on retrouve fréquemment les coordonnées, modalités d'accès, horaires d'ouverture, jauge de fréquentation, texte de présentation générale sur l'équipement et ses collections, modalités de prêt, services proposés, etc. Quelquefois on trouve sur la page bibliothèque, les nouveautés de l'équipement.

---

<sup>89</sup> « Lexique | Mini dictionnaire en ligne du Webdesign - Blog Web et E-commerce PowerBoutique ».

<sup>90</sup> Schmidt, Etches, et Clot, *Utile, utilisable, désirable*, p. 193.



Figure 7 Université de Strasbourg : mise en avant des nouveautés d'un équipement sur une « page bibliothèque »

On remarque régulièrement une mise en avant des services selon le type de public. Cela peut se faire de plusieurs manières, directement depuis la page d'accueil : soit par un onglet ou un menu déroulant dans le header, soit par un accès direct dans le corps de la page. Plus particulièrement, il y a souvent une mise en avant des services proposés aux chercheurs ou relatifs aux sciences ouvertes et à la publication.

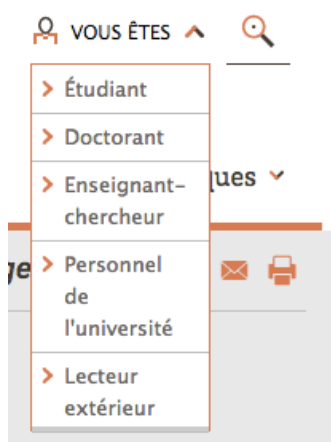


Figure 8 Université de Bordeaux : exemple d'accès différents selon le public via un menu déroulant



Figure 9 Université de Leiden : mise en avant des services selon le public, directement dans le header du site web

Certaines BU ont une pointe d'originalité et mettent en avant les services bien être et détente pour les étudiants, notamment à l'université de Warwick mais aussi à l'université de Grenoble Alpes.



Dans les sites web de BU européennes on retrouve fréquemment une mise en avant des espaces de travail avec notamment des boutons call-to-action pour rechercher un espace de travail, voire réserver une salle. Ce bouton était parfois disponible dès la page d'accueil.

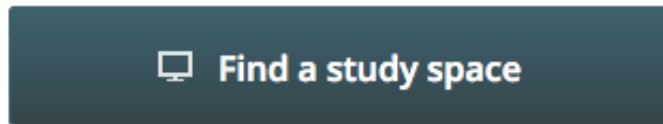


Figure 10 Université de Bristol : bouton call-to-action « Trouver un espace de travail » disponible sur la page d'accueil

Dans mon benchmarking, je me suis également intéressée aux pages d'accueil. Bien souvent, celles-ci présentent une barre de recherche dans le catalogue, placée bien en évidence en haut de la page. Les sites disposent dans la majorité des cas d'un header sous la forme d'une bande d'onglets horizontale. Ces onglets de navigation sont dans des cas plus rares verticaux. Il s'agit alors d'une sidebar. J'ai effectué des copies d'écran de toutes ces bandes d'onglets. Mises côte à côte, elles permettent de voir ce qui est mis en avant sur un site web et comment l'information est triée. En effet, les sites web sont souvent très denses, avec des arborescences parfois labyrinthiques. Il m'était difficile de décrire pour chaque site comment ils étaient organisés. J'ai trouvé que les bandes d'onglets permettaient de comprendre d'un seul coup d'œil les choix de construction du site et de mise en avant des services. En outre, on voit de manière récurrente sur les pages d'accueil, divers accès directs à des services, à des bases de données, ou encore à des listes thématiques. On y trouve quelques fois une liste des équipements sous la forme d'une liste ou d'un carrousel. La présence d'une liste des équipements sur la page d'accueil dépend du nombre de ces derniers. Pour certaines universités, les BU sont bien trop nombreuses pour y figurer. Les différentes bibliothèques sont souvent présentées dans une page web sous forme de liste, qui peut être triée par discipline ou encore sous forme de carte cliquable avec la position de toutes les bibliothèques. Quelquefois les horaires et/ou les jauges de fréquentation en temps réel y figurent.

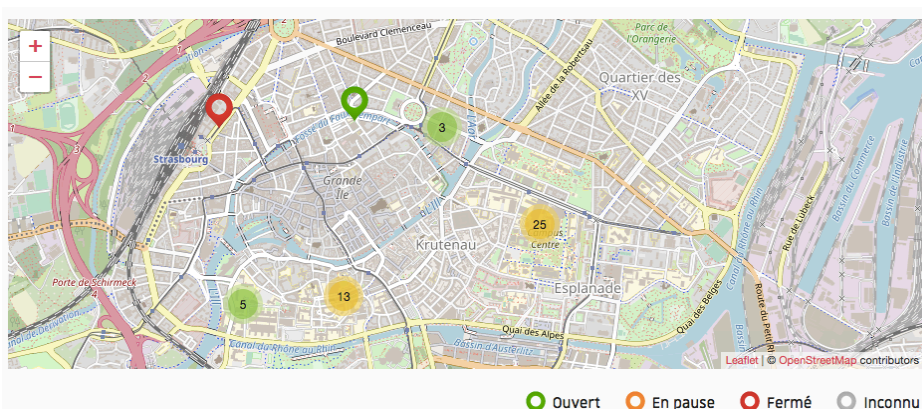


Figure 11 Université de Strasbourg : présentation des équipements sous forme de carte

De plus, les actualités sont régulièrement présentes sur la page d'accueil sous la forme de carrousels ou de simples encarts ou listes. Enfin, de nombreux sites web utilisent en page d'accueil des « liens rapides » ou « raccourcis ». Ces derniers prennent parfois la forme de boutons call-to-action. Cela est intéressant, notamment compte tenu des recommandations de *Utile, utilisable, désirable* qui impliquent que les utilisateurs se rendent sur les sites web de bibliothèque pour y effectuer des actions précises. Ainsi, il serait intéressant d'établir une liste des actions principales effectuées sur le site par les utilisateurs du SCD de l'université de Lille, et de les placer sur la page d'accueil de façon similaire.

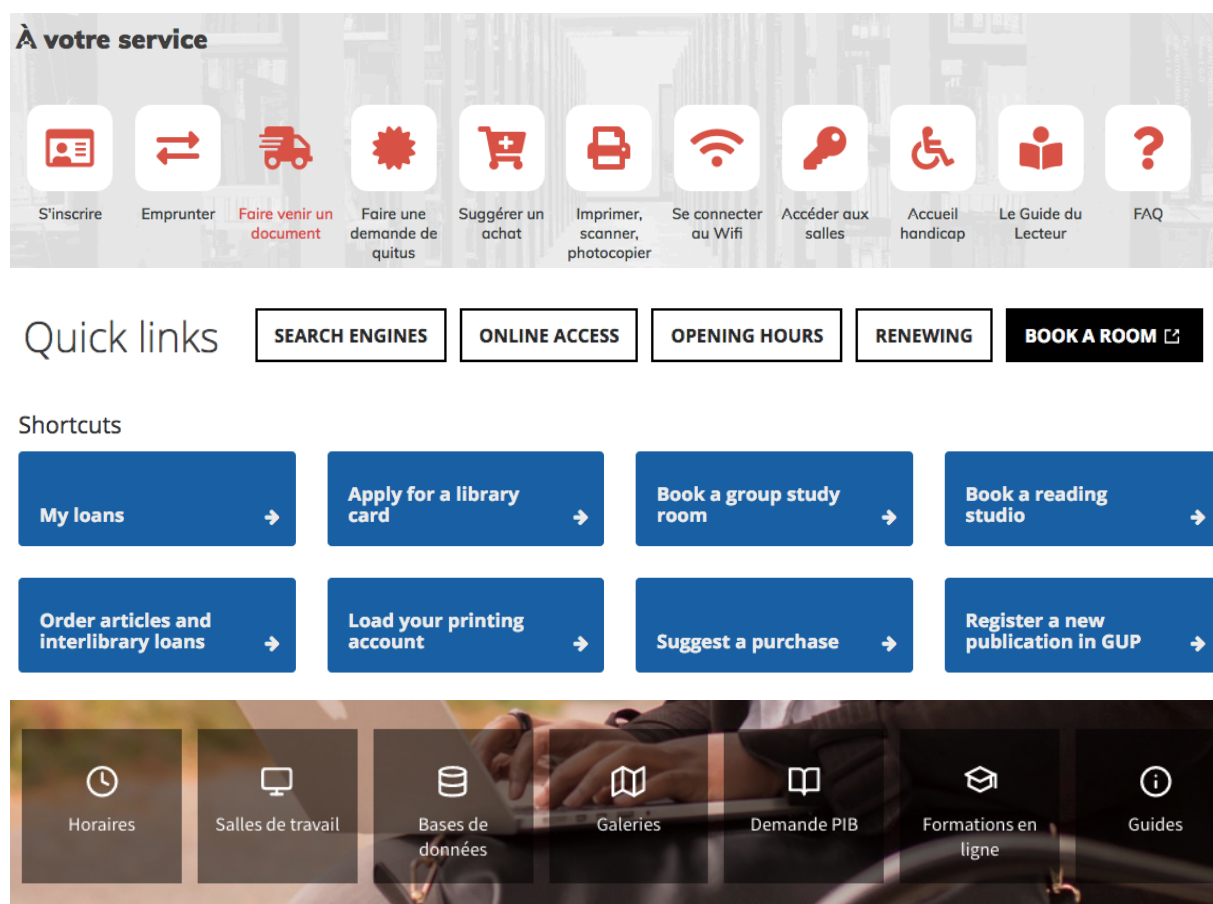


Figure 12 Université de Franche Comté, université d'Utrecht, université de Göteborg et université de Liège : exemples de raccourcis disponibles depuis la page d'accueil

Enfin, un logo est souvent présent en haut à gauche de la page, avec une identité propre.



Figure 13 Logos des BU des université de Strasbourg et Grenoble Alpes

Les réseaux sociaux figurent fréquemment dans le footer ou dans une page « contact », sous formes d'icônes cliquables. Parfois, le site web des BU étant lui-même imbriqué dans le site de l'université, les boutons de réseaux sociaux renvoient à ceux de l'université et non à ceux du réseau de BU. Dans le cas du SCD de l'université de Lille, les équipements ont tous leurs propres réseaux sociaux. Les réseaux sociaux de chaque équipement pourraient être mis en avant sur leur « page bibliothèque » propre, comme cela a été fait au réseau de BU de l'université catholique de Louvain, par exemple.



Figure 14 université catholique de Louvain : bouton call-to-action sur les « pages bibliothèques »

Les icônes cliquables des réseaux sociaux, directement accessibles sur la page d'accueil, pourraient mener à une page avec une liste des réseaux sociaux par équipement sur le nouveau site web commun. Il serait en effet dommage que les réseaux sociaux ne soient pas présents dès la page d'accueil. On note quelques fois la présence d'un plug-in fil d'actualité Twitter du compte de la BU.

Le réseau Ubib ou son équivalent « Ask a librarian » est particulièrement présent sur les sites des universités du Royaume-Uni. Plusieurs sites comportent un pop-up qui apparaît et qui invite à la conversation. Outre le format « conversation instantanée », on retrouve aussi des pages FAQ ou foire aux questions.



Figure 15 Université Aix-Marseille : pop-up de conversation instantanée avec un bibliothécaire.

Enfin, les équipes des réseaux de BU sont rarement présentées sur les sites web. Quand c'est le cas, la présentation est succincte et prend la forme d'un organigramme ou d'une liste de contact, le plus souvent dans une page « contact » ou « à propos », plus rarement dans les « pages bibliothèques ».

Suite à mon benchmarking, j'ai eu l'idée de faire un croquis de la page d'accueil d'un futur site web, en reprenant les idées qui me semblaient les plus intéressantes. Il s'agit bien sûr d'une vision très personnelle et subjective.

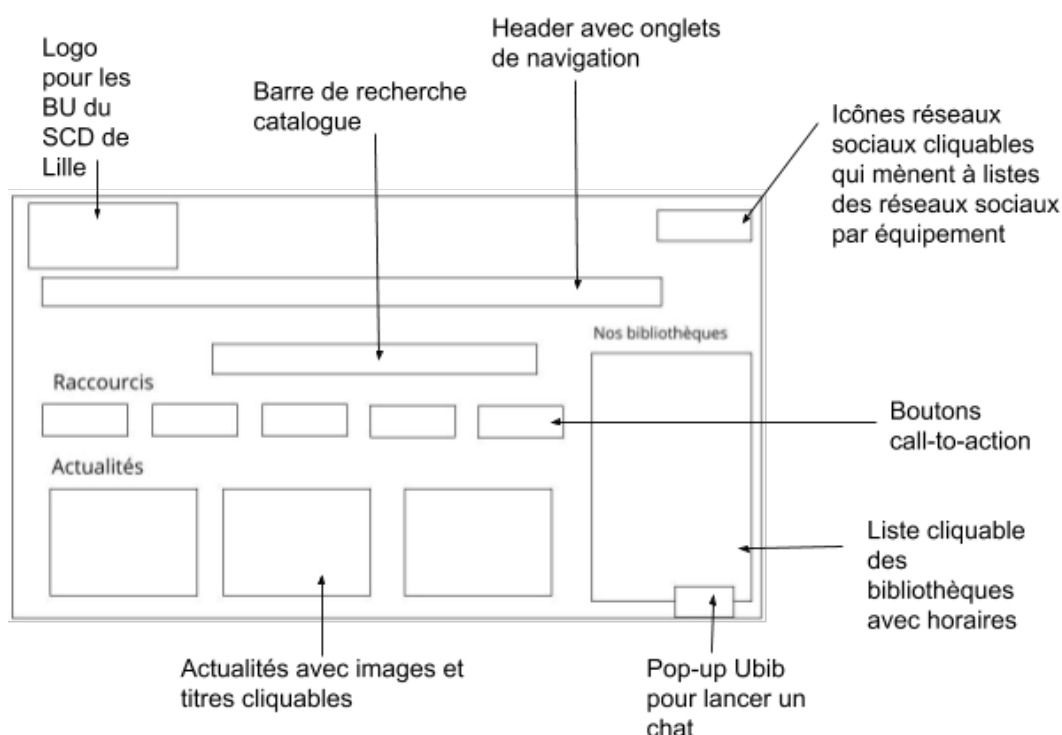


Figure 16 Croquis regroupant des idées pour le futur site web

Nous pourrions également imaginer un accès au site par type de public : étudiant, chercheur ou enseignant, depuis le header ou dans le corps de la page sous forme d'accès directs.

## Conclusion

Les conditions particulières dans lesquelles le stage a été effectué ne m'ont malheureusement pas permis d'avoir une réelle pratique de terrain. La période de stage sur place fut particulièrement courte. Toutefois, je suis reconnaissante envers le SCD de l'université de Lille et mes responsables de stage qui m'ont permis de poursuivre mon stage en télétravail dans les meilleures conditions. Malgré la distance, mes responsables ont été présentes et ont répondu à mes interrogations avec réactivité.

Même si l'expérience de terrain fut limitée, j'ai pu enrichir ma culture professionnelle grâce au stage. En effet, j'ai disposé de bien plus de temps que je n'en aurais normalement eu pour faire des recherches et pour préparer la méthodologie de l'enquête. Cependant, le recrutement des participants et la passation des entretiens et focus groups n'ont pas pu avoir lieu. Si la méthodologie de recrutement et de passation de l'enquête restera stable, les guides seront amenés à être modifiés au fil des entretiens et focus groups.

J'ai également acquis des connaissances sur la construction des sites web de BU à travers le benchmarking. Nul doute que mon travail de préparation d'enquête et de benchmarking me sera utile dans mon futur professionnel ou pour les concours. L'exploration des sites web de bibliothèques universitaires m'a fait découvrir des activités intéressantes que je ne connaissais pas, comme des animations pour le bien être des étudiants ou encore l'utilisation de l'application Whatsapp pour communiquer avec les étudiants dans les BU des Pays-Bas.

J'ai également pu expérimenter le télétravail, qui a des avantages certains. Ce fut un véritable gain de temps car je passe en temps normal environ deux heures par jour dans les transports en commun ou à vélo. Ne plus devoir me rendre au travail tous les jours m'a permis de gagner du temps dans ma journée classique. Cela permet aussi de désengorger les transports en commun et les axes routiers. Toutefois, il faut admettre que le télétravail n'est pas vraiment adapté à un stage qui doit permettre l'apprentissage.

Pour conclure, le stage confirme une nouvelle fois mon intention de travailler en bibliothèque universitaire plutôt qu'en bibliothèque municipale. Mon objectif est désormais de trouver un travail en bibliothèque et de préparer les concours de la fonction publique d'état.

# Bibliographie

## Le SCD et l'université de Lille

« CollEx - Persée ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://www.collexpersee.eu/>>.

« Le référentiel Marianne évolue pour mieux prendre en compte la transparence des résultats et la relation de confiance usagers | Modernisation ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://www.modernisation.gouv.fr/action-publique-2022/resultats-et-mesure-de-la-qualite-de-service/le-referentiel-marianne-evolue-pour-mieux-prendre-en-compte-la-transparence-des-resultats-et-la-relation-de-confiance-usagers>>.

L'étudiant. « À Lille, les universités entrent en fusion ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://www.letudiant.fr/educpros/actualite/a-lille-universites-entrent-en-fusion.html>>.

« L'utilisateur au cœur de la réflexion - Service Commun de Documentation ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://scd.univ-lille.fr/collections/lusager-au-coeur-de-la-reflexion/>>.

Bibliothèques de l'Université de Lille, Droit et Santé. « Votre avis, nos réponses ». Consulté le 9 juin 2020. <<http://bu.univ-lille2.fr/votre-avis-nos-reponses/>>.

## Méthodologie de l'enquête

Asher, Andrew, et Susan Miller. « Comment faire de l'anthropologie en bibliothèque ? », 2016. Consulté le 29 mai 2020. <[https://adbu.fr/competplug/uploads/2016/10/methodes\\_anthropologie\\_en\\_bibliotheques.pdf](https://adbu.fr/competplug/uploads/2016/10/methodes_anthropologie_en_bibliotheques.pdf)>.

Caraco, Benjamin. « Les enquêtes ethnographiques en bibliothèque ». *BBF*, n° 2 (s. d.): 7.

Chao, Zoe. « Rethinking User Experience Studies in Libraries: The Story of UX Café ». *Weave: Journal of Library User Experience* 2, n° 2 (2019). Consulté le 29 mai 2020. <http://dx.doi.org/10.3998/weave.12535642.0002.203>.

Crinière-Boizet, Anaïs. « Du non-usager à l'utilisateur absolu en passant par l'utilisateur partiel : une analyse critique du non-public des bibliothèques universitaires ». Consulté le 19 mars 2020. <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68904-du-non-usager-a-l-utilisateur-absolu-en-passant-par-l-utilisateur-partiel-une-analyse-critique-du-non-public-des-bibliotheques-universitaires.pdf>>.

Evans, Christophe. « La méthode des focus groups », s. d., 6.  
———. *Petits vices et grandes vertus des études d'impact. Un point de vue sociologique. La valeur sociétale des bibliothèques*. Éditions du Cercle de la Librairie, 2017. <<http://www.cairn.info/la-valeur-societale-des-bibliotheques--9782765415343-page-71.htm>>.

Gronier, Guillaume. « Complétion de phrases : une méthode qualitative et projective. » Consulté le 29 mai 2020. <[http://www.guillaumegronier.com/cv/resources/CompletionPhrases\\_v1.pdf](http://www.guillaumegronier.com/cv/resources/CompletionPhrases_v1.pdf)>.

Harper, Douglas. « Talking about Pictures: A Case for Photo Elicitation ». *Visual Studies* 17, n° 1 (janvier 2002): 13-26. Consulté le 29 mai 2020. <<https://doi.org/10.1080/14725860220137345>>.



Institut National des Sciences Appliquées de Lyon. « Enquêtes ». Consulté le 9 juin 2020. <<http://scd.docinsa.insa-lyon.fr/enquetes>>.

Jung, Laurence. « Je ne travaille jamais en bibliothèque : Enquête auprès d'étudiants non-fréquentants ou faibles fréquentants », 2010. Consulté le 29 mai 2020. <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49500-je-ne-travaille-jamais-en-bibliotheque-enquete-aupres-d-etudiants-non-frequentants-ou-faibles-frequentants.pdf>>.

Lahire, Bernard. *Les Manières d'étudier*. La Documentation Française, 1997. <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00971342>>.

Lallemant, Carine. *Guérilla UX, « quick » mais pas « dirty »* - Carine LALLEMAND. Consulté le 29 mai 2020. <<https://www.youtube.com/watch?v=NTIBB9yhC1s&t=1707s>>.

Lallemant, Carine, et Guillaume Gronier. *Méthodes de design UX: 30 méthodes fondamentales pour concevoir des expériences optimales*. 2<sup>e</sup> éd. Eyrolles, 2018.

Légifrance. « Décret n°84-431 du 6 juin 1984 fixant les dispositions statutaires communes applicables aux enseignants-chercheurs et portant statut particulier du corps des professeurs des universités et du corps des maîtres de conférences. | Legifrance ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006064492&dateTexte=20170323>>.

Lugen, Marine. « Petit guide méthodologie de l'enquête ». Consulté le 29 mai 2020. [https://igeat.ulb.ac.be/fileadmin/media/publications/Enseignement/Petit\\_guide\\_de\\_m%C3%A9thodologie\\_de\\_l'enqu%C3%A9te.pdf?fbclid=IwAR1sSoZJBtxhfjRclw\\_Y1L5sRXxmFuOX3f4KLK6PnpU-L2TZ0f6WDOWsYdA](https://igeat.ulb.ac.be/fileadmin/media/publications/Enseignement/Petit_guide_de_m%C3%A9thodologie_de_l'enqu%C3%A9te.pdf?fbclid=IwAR1sSoZJBtxhfjRclw_Y1L5sRXxmFuOX3f4KLK6PnpU-L2TZ0f6WDOWsYdA).

MV2 Conseil. « Enquête auprès des usagers de la bibliothèque universitaire de Paris 8 », 2007. Consulté le 29 mai 2020. <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1163-enquete-aupres-des-usagers-de-la-bibliotheque-universitaire-de-paris-8-pratiques-opinions-et-satisfaction.pdf>>.

OVE. « Enquête nationale conditions de vie des étudiant-e-s 2016 : Services et initiatives des établissements à l'usage des étudiants. », 2016. Consulté le 29 mai 2020. <[http://www.ove-national.education.fr/wp-content/uploads/2018/11/Service\\_et\\_initiatives\\_CdV\\_2016.pdf](http://www.ove-national.education.fr/wp-content/uploads/2018/11/Service_et_initiatives_CdV_2016.pdf)>.

Riutort, Philippe. « 3 - Les méthodes sociologiques ». *Major*, 2014, 97-147.

Touboul, Pia. « Recherche qualitative : la méthode des Focus Groupes. Guide méthodologique pour les thèses en Médecine Générale ». Consulté le 26 mai 2020. <[https://nice.cnge.fr/IMG/pdf/Focus\\_Groupes\\_methodologie\\_PTdef.pdf](https://nice.cnge.fr/IMG/pdf/Focus_Groupes_methodologie_PTdef.pdf)>.

## Le design web

Bathelot, Bertrand. « Benchmark - Définitions Marketing ». Consulté le 9 juin 2020. <https://www.definitions-marketing.com/definition/benchmark/>.

———. « Incentive - Définitions Marketing ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://www.definitions-marketing.com/definition/Incentive/>>.

Power boutique. « Lexique | Mini dictionnaire en ligne du Webdesign - Blog Web et E-commerce PowerBoutique ». Consulté le 9 juin 2020. <<https://leblog.powerboutique.com/lexique-mini-dictionnaire-en-ligne-du-webdesign/>>.

Schmidt, Aaron, Amanda Etches, et Nathalie Clot. *Utile, utilisable, désirable: redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*. La Numérique. Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2016.

# Annexes

## Annexe 1 : Micro-questionnaire de recrutement

Est-ce que vous allez à la BU ? A quelle fréquence ? (Cocher fréquence)

- ☐ Plusieurs fois par semaine
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Une fois par mois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

Quelle(s) BU / bibliothèque(s) associée(s) ? (Liste à cocher des BU et learning center)

Les canaux de communication de la BU (à choisir : exemple de support de communication ou liste à cocher des canaux), lesquels connaissez-vous ? + lequel préférez-vous ?

Si vous cherchez des informations sur la BU, où allez-vous la chercher ? (facultatif)

### Données démographiques

H/F ? niveau d'étude ? discipline ?

Pour mieux cerner vos besoins et répondre à vos attentes, les BU font des focus groups/entretiens, est ce que vous seriez intéressé pour y participer ? + récupérer contact (Veiller à respecter le RGPD)

## Annexe 2 : Guide de focus group pour les étudiants usagers

**Méthode** : Focus Group

**Durée** : 2 heures

**Nombre de participants** : entre 4 et 7 participants. Il est conseillé de faire du sur-recrutement (environ 30% du nombre total de participants). Désistement très fréquent. Prévoir un plan de recrutement de dernière minute.

**Hypothèses** :

- Une réalité très différente selon les équipements.

**Consignes** :

- Faire signer le formulaire de consentement.
- Rappeler l'objectif de l'enquête.
- Rassurer les participants : il n'y pas de bonnes ou de mauvaises réponses.
- Complétion de phrases : rappeler que les participants doivent répondre de manière spontanée, sans trop réfléchir.
- Préciser que le terme BU ne se limite pas aux espaces mais aussi à ses services.

### Introduction

- **Pouvez-vous présenter et me parler de votre parcours d'étudiant ?** (prénom, cycle et année d'étude, discipline)
- **Quelle est votre pratique habituelle de la BU ?** Quelle fréquentation ? Quelle(s) BU ? Bibliothèques associées ? (pour SHS)
- Comment avez-vous connu la BU ?

### Représentations

*Activité de photolangage. Durée : 30-40 minutes. Nombre de photos : 25 env.*

- **Selon vous, quelles images représentent le mieux la BU ?** Choisissez-en 2. Expliquez votre choix.

*Questions ouvertes*

- **Quels sont les services de la BU que vous utilisez ?**
- **Quel rôle joue la BU pour vous ?** Quel rôle jouent les bibliothécaires pour vous ? Quelle a été votre impression la première fois que vous êtes allés à la BU ?
- Quelle a été votre expérience la plus marquante avec la BU ? Pouvez-vous me la raconter ?
- A quoi compareriez-vous la BU ?

*Complétion de phrases*

- Je vais à la BU quand...
- Quand je vais à la BU, je me sens...
- Je recommanderais la BU à mes amis, parce que...

### Attentes et besoins

*Questions ouvertes*

- **Parlez-moi d'un lieu où vous aimez travailler.** Qu'est-ce que vous aimez au sujet de ce lieu ?
- Si vous pouviez faire trois vœux pour améliorer la BU, quels seraient-ils ?

#### *Complétion de phrases*

- Ce que je préfère à la BU, c'est...
- Le principal défaut de la BU, c'est...
- Si je pouvais changer quelque chose à la BU, je...

#### Communication et site web

#### *Questions ouvertes*

- Dans votre vie d'étudiant, quelles sont vos sources d'information ?
- **Est-ce que vous êtes au courant des actualités de la BU ?** Par quels moyens ? Comment ?

#### *Situations hypothétiques*

- Vous souhaitez connaître les actualités de l'université, où iriez-vous chercher ?
- Si vous deviez trouver des informations sur la BU, que feriez-vous ?

#### Conclusion

- Remercier pour la participation.
- **Souhaitez-vous ajouter quelque chose ?** Y-a-t-il d'autres éléments dont vous souhaitez parler ? Avez-vous des questions ?
- **Seriez-vous intéressés pour recevoir les résultats de l'enquête ?**

## Annexe 3 : Guide d'entretien pour les étudiants non-usagers

**Méthode :** Entretien

**Durée :** 45 à 90 minutes

**Nombre de participants :** 1 à 2

### Hypothèses :

- Le non-usage des BU tiendrait moins de la critique envers les BU elles-mêmes que d'autres paramètres externes au bibliothèque.

### Consignes :

- Faire signer le formulaire de consentement.
- Rappeler l'objectif de l'enquête.
- Rassurer les participants : il n'y pas de bonnes ou de mauvaises réponses.
- Complétion de phrases : rappeler que les participants doivent répondre de manière spontanée, sans trop réfléchir.
- Préciser que le terme BU ne se limite pas aux espaces mais aussi à ses services.

Introduction et manières de travailler

### Questions ouvertes

- **Pouvez-vous vous présenter et me parler de votre parcours d'étudiant ?** (prénom, cycle et année d'étude, discipline)
- **Parlez-moi d'un lieu où vous aimez travailler. Qu'est-ce que vous aimez au sujet de ce lieu ?**
- **Comment vous organisez-vous dans votre travail académique ?** Quelles sont vos lectures dans le cadre de vos études ? Quelle place pour les documents autres que ceux fournis par les professeurs ?

Rapport à la bibliothèque et représentations

### Questions ouvertes

- **Est ce que vous êtes déjà allés à la BU ?** Pour quelle raison ? Comment avez-vous connu la BU ? Quelle a été votre impression la première fois que vous êtes allés à la BU ?
- **Quelle est votre pratique habituelle de la BU ?** Quelle(s) BU ? Bibliothèques associées ? (pour SHS) ? **Est ce que vos amis/camarades/collègues vont souvent à la BU ?** Que pensent-ils de la BU ?
- Fréquentez-vous ou avez-vous déjà fréquenté une autre BU (si étude hors ULille) ou bibliothèque ?
- **A quoi compareriez-vous la BU ?**

### Complétion de phrases :

- Selon moi, la BU s'adresse à...
- Les gens qui vont à la BU sont...
- Je n'ai jamais utilisé la BU, parce que...
- Le principal défaut de la BU, c'est...
- Je serai prêt à utiliser la BU si...

*Activité de photolangage. Durée : 30-40 minutes. Nombre de photos : 25 env.*

- **Selon vous, quelles images représentent le mieux la BU ?** Choisissez-en 2. Expliquez votre choix.

### Communication et site web

#### Questions ouvertes

- **Dans votre vie d'étudiant, quelles sont vos sources d'information ?**
- **Est ce que vous êtes au courant des actualités de la BU ? Par quels moyens ?**  
**Comment ?** Dans votre vie d'étudiant, quelles sont vos sources d'informations ?

#### Situations hypothétiques

- Vous souhaitez connaître les actualités de l'université, où iriez-vous chercher ?
- Si vous deviez trouver des informations sur la BU, que feriez-vous ?

### Conclusion

- Remercier pour la participation.
- **Souhaitez-vous ajouter quelque chose ?** Y-a-t-il d'autres éléments dont vous souhaitez parler ? Avez vous des questions ?
- **Seriez vous intéressés pour recevoir les résultats de l'enquête ?**



## Annexe 4 : Guide d'entretien pour les enseignants-chercheurs

**Méthode :** Entretien

**Durée :** 45 à 90 minutes

**Nombre de participants :** 1 à 2

### Hypothèses :

- Les enseignants-chercheurs pensent que la BU est pour leurs étudiants, pas pour eux.
- Les enseignants-chercheurs ne connaissent pas suffisamment l'accompagnement et l'offre de services que leur propose le SCD.
- Le SCD n'est pas suffisamment identifié comme un interlocuteur dans leur travail de recherche.
- Le SCD est identifié comme un acteur pour l'accès à la documentation physique, mais pas dans les autres sphères de son activité (accès à la documentation en ligne, accompagnement à la gestion et à la diffusion des résultats de la recherche).

### Consignes :

- Faire signer le formulaire de consentement.
- Rappeler l'objectif de l'enquête.
- Rassurer les participants : il n'y pas de bonnes ou de mauvaises réponses.
- Complétion de phrases : rappeler que les participants doivent répondre de manière spontanée, sans trop réfléchir.
- Préciser que le terme BU ne se limite pas aux espaces mais aussi à ses services.

#### Introduction

- **Pouvez-vous présenter et me parler de votre parcours ?** (prénom, champs disciplinaire, répartition du temps de travail recherche/enseignement)
- **Quelle est votre pratique habituelle de la BU ?** Quelle(s) BU ? Bibliothèques associées ? (pour SHS)
- Comment avez-vous connu la BU ?

#### Représentations

*Activité de photolangage. Durée : 30-40 minutes. Nombre de photos : 25 env.*

- **Selon vous, quelles images représentent le mieux la BU ?** Choisissez-en 2. Expliquez votre choix.

### Questions ouvertes

- **Quels sont les services de la BU que vous utilisez ?**
- **Quel rôle joue la BU pour vous ?** Quel rôle jouent les bibliothécaires pour vous ? Quelle a été votre impression la première fois que vous êtes allés à la BU ? Quelle a été votre expérience la plus marquante avec la BU ? Pouvez-vous me la raconter ?
- **A quoi compareriez-vous la BU ?**
- Comment a évolué votre rapport à la bibliothèque (en comparaison avec la période des études et au début de la carrière) ?

### Complétion de phrases

- Selon moi, la BU et ses services s'adresse à/aux....
- Je vais à la BU quand...
- Quand je vais à la BU, je me sens...
- J'identifie la BU à.....

## Attentes et besoins

### Questions ouvertes

- **Parlez-moi d'un lieu où vous aimez travailler.** Qu'est-ce que vous aimez au sujet de ce lieu ?
- Si vous pouviez faire trois vœux pour améliorer la BU, quels seraient-ils ?

### Complétion de phrases

- Dans le cadre de mon travail/recherches la BU m'est utile pour....
- Ce que je préfère à la BU, c'est...
- Le principal défaut de la BU, c'est...
- Si je pouvais changer quelque chose à la BU, je...
- Je recommanderais la BU à mes amis, parce que...

## Communication et site web

### Questions ouvertes

- Dans le cadre de votre travail, quelles sont vos sources d'informations ?
- **Est-ce que vous êtes au courant des actualités de la BU ?** Par quels moyens ?  
Comment ?

### Situations hypothétiques

- Vous souhaitez connaître les actualités de l'université, où iriez-vous chercher ?
- Si vous deviez trouver des informations sur la BU, que feriez-vous ?

## Conclusion

- Remercier pour la participation.
- **Souhaitez-vous ajouter quelque chose ?** Il-y-a-t-il d'autres éléments dont vous souhaitez parler ? Avez-vous des questions ?
- **Seriez-vous intéressés pour recevoir les résultats de l'enquête ?**

## Annexe 5 : Retranscription de l'entretien test du guide non-usagers

**Contexte :** R. est un ancien étudiant de l'université de Lille. Les données sont donc un peu anciennes.

*Est-ce que tu peux te présenter et me parler de ton parcours étudiant ?*

Je m'appelle R. J'ai fait une licence langue étrangère appliquée à l'université de Lille 3, UFR Roubaix, en 2011. J'avais des cours à Lille, une fois par semaine à Pont-de-bois. J'ai fait LEA Anglais portugais avec troisième langue chinois. J'ai redoublé, je l'ai fait en 4 ans. En troisième année je suis parti en erasmus en Chine, pendant mon dernier semestre. J'ai fait partie des 2 premiers à partir en chine avec le LEA. (...) J'ai fait une maîtrise Relation culturelle et coopération internationale, master RECI à Lille 3, toujours à Roubaix. Le titre est beau mais je n'aimais pas les cours, je ne voyais pas où ça nous menait. J'ai tout validé mes UE, des 2 semestres, mais je n'ai pas voulu passer en Master 2.

*Est-ce que tu peux me parler d'un lieu où tu aimes travailler ? Est-ce que tu peux me dire ce que tu aimes à propos de ce lieu ?*

Le problème c'est qu'au niveau de Roubaix, ils ont déménagé de locaux l'année où je suis parti. Maintenant ils ont des locaux tout neufs alors qu'avant c'était des locaux pourris. Là où j'allais c'était la BU sauf qu'elle était toute petite donc pour trouver une place parfois c'était la galère. Ou sinon on allait dans des salles qui étaient libres. Je sais que maintenant la BU elle est belle et il y a de la place, mais je n'y suis jamais allé.

Moi je ne travaillais pas (rires).

*Cela devait bien t'arriver de réviser pour des partiels ou...*

C'était quand même assez rare, c'était dans le train en général.

*Pourquoi ?*

Parce que cela mettait une heure, donc j'estimais que une heure c'était largement suffisant pour réviser pour mes partiels et tout ça. Donc je révisais dans le train, après parfois ça arrivait aussi que pendant les examens, on se réunisse dans une salle, soit qui était libre ou soit à la BU quand il y avait de la place, et on révisait en groupe.

*Comment est-ce que tu t'organises dans ton travail académique ? C'est à dire comment est-ce que tu réparties ton travail pour l'université en dehors des cours ?*

Je fais tout à la dernière minute, genre une semaine avant, et encore, ça dépend de la charge de travail, si c'est un dossier de beaucoup de pages, j'essaye quand même d'avoir un petit temps mais si c'est un petit dossier je fais ça un jour ou deux avant.

*Et quand tu fais tes dossiers, tu travailles comment, tu travailles où ? Tu m'as parlé de tes révisions, mais comment faisais-tu quand tu avais des dossiers à rendre ?*

Quand j'ai des dossiers à rendre, en général je le fais chez moi, ou j'aime bien aller à la bibliothèque de ma ville, parce que c'est tranquille et parce que chez moi parfois c'est un peu chiant, comme il y a des distractions, télé, tout ça. Alors qu'à la bibliothèque je suis quand même un peu plus focus. Perso, je vais à la médiathèque.

*Et tu avais un endroit préféré dans la médiathèque ou tu te mettais n'importe où ?*

Oui, en général c'était les premières tables. Quand tu rentrais, tu avais sur le côté d'une fenêtre trois tables, et moi j'allais du côté des fenêtres, parce que les autres tables elles étaient entre les rayons, en quelque sorte, elles étaient un peu plus collées, il y en avait plus, du coup s'il y en avait qui parlaient, j'entendais donc j'étais distrait.

*Donc tu as besoin d'un environnement calme pour travailler ?*

Ah oui ! S'il y a du bruit autour de moi, je pète un câble.

*Tu préfères travailler chez toi ou à la bibliothèque (ici nous parlons toujours de la médiathèque de sa ville) ?*

Alors le problème de la bibliothèque c'est que ça ferme pendant les midis. Donc c'est chiant, je suis obligé de rentrer chez moi, de repartir après donc parfois ça me saoule, ça me décourage. Donc

peut être que je le fais une fois, deux fois et après ça commence à me saouler un peu. Quand j'ai besoin de plus de temps, je reste à la maison. Et genre je travaille du matin et presque jusqu'au soir, du genre vers dix-huit heures, dix-huit heures trente, je fais que ça, j'essaie de ne rien faire d'autre. Et le soir je ne fais rien du tout. Le soir mon PC il est éteint et je recommence le lendemain. Je bosse pas jusqu'à minuit, c'est mort.

*Quelles sont tes lectures dans le cadre de tes études ? C'est à dire quelles lectures tu as pour tes études, autres que celles fournies par les professeurs ? Quels documents tu as ?*

Aucune. Internet. Wikipédia ! (rires) Enfin, non je plaisante, pas Wikipédia mais des trucs sur internet.... Comment on appelle ça ?

*Des articles ?*

Oui des articles, ceux qui sont super longs, je ne lis pas tout mais parfois je lis un petit peu pour m'inspirer. On n'appelle pas cela des articles scientifiques ? Je lis ça pour mes dossiers, pour faire les devoirs.

*Et tu les trouves où ?*

Internet. (il cherche dans son ordinateur) J'allais sur culturethèque, parfois, pour mes études de FLE et sur Cairn.

*Est-ce que tu es déjà allé à la BU ? Et pour quelles raisons ?*

Oui, pour réviser. Parfois pour utiliser l'ordinateur, en général pour imprimer. Si je trouvais un livre intéressant, j'en emprunte un. Sinon, principalement réviser.

*Finalement, tu y allais quand même souvent ?*

Oui, en fait, si j'avais une heure de trou, j'allais une demie heure à la BU, une demie heure soit dehors, à attendre... Mon UFR il était assez petit, si tu avais une heure de trou, t'avais rien d'autre à faire que d'aller à la BU ou trouver une salle en attendant ton prochain cours.

*Comment est-ce que tu as connu la BU ?*

Cela devait être en licence 1, quand ils ont fait la présentation de l'UFR. Est-ce que j'avais pas eu un cours sur la BU aussi ? J'avais eu un cours il me semble en licence 1 sur la recherche d'ouvrage, tout ça.

*C'était à la BU le cours ?*

C'était dans une salle info. C'était comment rechercher un livre, comment rechercher une ressource à la BU, comment rechercher une ressource sur internet, tout ça. Et j'avais visité la BU avec un groupe, je crois.

*Et tu allais dans qu'une seule BU ou plusieurs ?*

Non, plusieurs. J'allais à la BU de Roubaix et à la BU de Pont de Bois. Mais la BU de Pont de bois c'était que le jeudi en général. Jeudi ou vendredi, parce que j'avais des cours là-bas. Je pense que si je n'avais pas eu de cours là-bas, je n'y serais quasiment jamais allé.

*Est-ce que tes amis allaient souvent à la BU ?*

Comme moi. Je ne pense pas qu'ils y allaient plus en dehors de ça.

*Est-ce que tu te rappelles de la première impression que tu as eu quand tu es allé à la BU ?*

Celle de Roubaix, je me suis dit « c'est quoi cette BU ? c'est une blague ? ». Parce qu'elle est tout petite, moi je m'attendais à la grosse BU de fac. Et celle de Pont-de-Bois j'étais quand même « ah ouais, elle est grande ! ». Mais pas très belle.

*A quoi est-ce que tu comparerais la BU ? Enfin, les BU ?*

A une bibliothèque ! (rires) Je ne sais pas, à rien.

*Pas un autre lieu ?*

Je ne sais pas trop. Genre une salle d'expo ? Parce que parfois ils mettaient des petits trucs d'exposition, dans le hall à Pont-de-Bois, ils mettaient soit des petits tableaux, soit des petits trucs d'exposition, quand c'était une semaine ou un mois particulier.

### *Activité de complétion de phrases*

Selon moi, la BU s'adresse à tout le monde.

Par tout le monde, je veux dire les étudiants, comme ceux de l'extérieur, étudiant ou pas. C'est un lieu où tout le monde a le droit de venir pour bosser. Il me semble que celle de Pont de Bois il y avait des lycéens parfois qui venaient travailler.

Les gens qui vont à la BU sont studieux.

Je n'ai jamais utilisé la BU, parce que j'ai toutes les ressources nécessaires sur internet.

*Tu veux dire que n'a pas utilisé les documents de la BU, c'est ça ?*

Oui. Je tapais ce que je cherchais en général sur internet, et en fonction des sites internet que je trouvais, je me disais si lui c'était un plus sérieux, ou si ça ne l'était pas. Comme à la fin il fallait mettre la bibliographie, je cherchais quand même des trucs un peu sérieux, entre guillemets. J'allais pas mettre Wikipédia même si parfois je regardais quand même.

*Est ce que tu sais que c'est la BU qui te permet de consulter Cairn ? Quand tu utilises Cairn, tu utilises la BU.*

Oui, mais il faut se connecter aussi.

Le principal défaut de la BU, ne pas trouver des ressources facilement

Quand tu cherches un livre, il faut que tu utilises leur application pour trouver le livre, en fonction de l'auteur, le titre et tout ça et ensuite ça te donne le rayon, l'étagère... Mais parfois, c'est galère de retrouver le rayon. Je parle pour Pont de Bois. Après, il y avait aussi certaines ressources qui n'y étaient pas, dans cette BU, genre à ni à Pont de Bois ni à Roubaix, mais ils étaient dans la BU de Lille 2 ou Lille 1. Donc si tu la voulais, il fallait y aller. Ou alors il me semble qu'il pouvait te la commander et la recevoir après, mais bon. Ça veut dire attendre. Flemme d'attendre. Ils te disent le rayon et tout ça, mais après il faut chercher, c'est un peu galère parce qu'avec toutes les ressources qu'il y a et tout...

Je serai prêt à utiliser la BU si il y avait plus de place (Roubaix avant)/ table individuelle.

Il y avait très peu de place. C'était les tables ou en général tu mettais 4 personnes et pour travailler tu n'as pas forcément envie qu'il y ait des gens avec toi. Et en plus, comme c'était petit, le peu qu'il y en avait qui parlaient t'étais en mode « euh, j'essaye de bosser mec ». Celle de Pont de Bois, le fait que ce soit des longues tables ou des grandes tables pour quatre personnes ou quoi. Quand tu veux bosser seul. S'il y a beaucoup de monde, forcément il y a quelqu'un qui va se mettre à côté de toi. Même s'ils bossent silencieusement, t'es en mode « j'ai envie de bosser, j'ai envie d'être seul ».

*Cela te dérange d'avoir des gens autour de toi quand tu travailles ?*

Ouais. J'aime bien être vraiment seul.

*Et chez toi, parce qu'à cette époque tu habitais seul, c'est ça ? Cela ne te disait pas de travailler chez toi ? Puisqu'il n'y avait pas de bruit.*

Si, après le soir quand je rentrais chez moi, si j'avais des dossiers à faire, si je devais bosser, je bossais chez moi. Et j'étais seul. J'utilisais la BU en général quand j'avais une heure ou deux avant de reprendre un cours je n'avais pas le temps de rentrer chez moi et de repartir. C'est principalement pour cela que j'utilisais la BU. Parce que je ne pouvais pas rentrer et revenir après.

*Dans ces moments-là, tu travaillais ou cela t'arrivait de te poser....*

Cela m'arrivait de me poser et d'attendre. Soit de parler avec les copains qui étaient là, soit de traîner quoi. Sur internet.

*Activité de photolangage*

R. a choisi une photo d'étagère remplie de livre et une photo d'une grande salle moderne avec des grandes tables de travail et des chaises vides.

La première, la longue table avec beaucoup trop de gens assis dessus (Pont de Bois). Je voudrais une table pour moi, quoi. Et la deuxième, BU, quoi. Des livres ! Des livres, des livres, des livres ! Si j'avais pu choisir une troisième image, je pense que j'aurais choisi celle avec les ordi et puis aussi (celle avec la banque d'accueil).

*Dans ta vie d'étudiant, quelles sont tes sources d'information ? De manière très générale.*

Mes sources d'information ? Mail. Et internet.

*C'est à dire internet ?*

Google.

*Par exemple, tu fais des recherches sur de l'actualité ?*

Quand j'utilise c'est quand je dois chercher quelque chose que je ne connais pas.

*Donc source d'information, mail, google ?*

Ouais. Et télévision. Enfin, information, tu parles d'informations générales ?

*Non, Pas forcément, information au sens très large, tout comme source d'information.*

Oui, après aussi à Lille quand tu sortais du métro, il y avait les petits journaux gratuits, 20 minutes, Métro.... C'était aussi des petites sources d'information. Mais c'était des news très brèves.

*Et est-ce que tu étais au courant des actualités de la BU ?*

Alors, franchement ils nous envoyaient des mails, à chaque fois que je voyais BU, je n'ouvrais jamais. Mais je crois qu'ils envoient des mails. Des mails sur l'adresse fac, hein.

*Et tu ne les ouvrais jamais ? Pourquoi ?*

Ben, ça ne m'intéressait pas.

*Situations hypothétiques.*

*Tu veux connaître les actualités de l'université, où est ce que tu irais les chercher ?*

Les actualités ? Sur mon ENT. Tu sais quand tu te connectes, tu es directement sur le site de l'université et tu vois les actualités un peu avant de te connecter. Enfin, si tu es curieux, tu as une banderole 'actualités' et ça défile. Parfois, tu attends un petit peu, tu regardes et tu te dis, "oh", et après tu te connectes à ton ENT (rires).

*Si tu devais trouver des informations sur la BU, qu'est-ce que tu ferais ?*

Genre à quelle heure ça ouvre et tout ça ?

*Par exemple.*

Ben, internet. Je taperais soit sur Google genre "BU lille 3 ouverture", soit... Oui c'est ça, et après ça me dirige sur le site de Lille 3, quoi.

# Table des matières

<b>SIGLES ET ABRÉVIATIONS .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTIE I : PRESENTATION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Un SCD, quatre équipements.....</b>	<b>2</b>
1.1. Présentation des quatre équipements .....	2
1.2. Des horaires élargis.....	5
1.3. Les espaces de travail collaboratif, espaces pédagogiques innovants et espaces de convivialité.....	6
<b>2. Les services aux publics .....</b>	<b>7</b>
2.1. L'offre de formation .....	7
2.2. Les animations culturelles .....	7
2.3. Quelques services en ligne développés par le SCD.....	7
2.4. Les services personnalisés à destination des chercheurs.....	8
<b>3. Les stratégies du SCD.....</b>	<b>9</b>
3.1. Collection et politique documentaire .....	9
3.2. De nombreux partenariats.....	10
3.3. La communication .....	10
3.4. Des démarches orientées usagers .....	11
<b>PARTIE II : PRESENTATION DE LA MISSION ENQUETE DES PUBLICS.....</b>	<b>13</b>
<b>1. Débuts de la mission et définition du périmètre de l'enquête.....</b>	<b>13</b>
1.1. Les limites et contraintes de l'enquête .....	15
1.2. Des publics cibles particuliers .....	16
1.2.1. Les étudiants usagers .....	16
1.2.2. Les étudiants non-usagers.....	17
1.2.3. Les enseignants-chercheurs.....	21
<b>2. Choix des méthodes d'enquête et de la stratégie de recrutement .....</b>	<b>23</b>
2.1. Méthodologie pour le recrutement des publics cibles.....	23
2.2. Composition des focus groups et du public interrogé.....	24
2.3. Des méthodes d'enquêtes différentes pour des publics particuliers .....	26
2.3.1. Les entretiens.....	26
2.3.2. Les focus groups .....	27
2.3.3. Les cafés UX.....	28
<b>3. Mise en place de la méthodologie de l'enquête .....</b>	<b>30</b>
3.1. Mise en place des guides d'entretien et de focus groups.....	30
3.2. Méthodologie pour la passation de l'enquête.....	33
3.3. Test d'un entretien et pistes d'améliorations .....	35
<b>PARTIE III : PRESENTATION DE LA MISSION BENCHMARKING DE SITES WEB .....</b>	<b>37</b>
<b>1. Périmètres et contexte de la mission benchmarking de sites web.....</b>	<b>37</b>
<b>2. Quelques points de repère sur le design web .....</b>	<b>39</b>
<b>3. Conclusions du benchmarking .....</b>	<b>41</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>48</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>49</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>52</b>
<b>TABLE DES ILLUSTRATIONS.....</b>	<b>64</b>



# Table des illustrations

Figure 1 Lilliad Learning center .....	2
Figure 2 Learning center Santé .....	3
Figure 3 BU Droit-Gestion .....	4
Figure 4 BU Sciences humaines et sociales .....	5
Figure 5 Affiche communiquant au public les changements apportés à la BU Droit-Gestion, suite aux résultats de l'enquête .....	12
Figure 6 Graphiques de répartition au sein du LMD .....	25
Figure 7 Université de Strasbourg : mise en avant des nouveautés d'un équipement sur une « page bibliothèque » .....	42
Figure 8 Université de Bordeaux : exemple d'accès différents selon le public via un menu déroulant .....	42
Figure 9 Université de Leiden : mise en avant des services selon le public, directement dans le header du site web .....	42
Figure 10 Université de Bristol : bouton call-to-action « Trouver un espace de travail » disponible sur la page d'accueil .....	43
Figure 11 Université de Strasbourg : présentation des équipements sous forme de carte .....	43
Figure 12 Université de Franche Comté, université d'Utrecht, université de Göteborg et université de Liège : exemples de raccourcis disponibles depuis la page d'accueil .....	44
Figure 13 Logos des BU des université de Strasbourg et Grenoble Alpes .....	44
Figure 14 université catholique de Louvain : bouton call-to-action sur les « pages bibliothèques » .....	45
Figure 15 Université Aix-Marseille : pop-up de conversation instantanée avec un bibliothécaire. ....	46
Figure 16 Croquis regroupant des idées pour le futur site web .....	46

## RÉSUMÉ

Ce rapport présente le travail effectué pendant un stage au SCD de l'université de Lille. Dans une première partie est présentée la structure d'accueil. Puis, dans une deuxième partie est expliquée la méthodologie mise en place pour une enquête des publics. Enfin, la dernière partie aborde le benchmarking des sites web de bibliothèques universitaires françaises et européennes.

**mots-clés** : bibliothèque universitaire, enquête, benchmarking, expérience utilisateur.

## ABSTRACT

This report presents the work carried out during an internship at the SCD of the University of Lille. In the first part, the reception structure is presented. Then, in a second part, the methodology implemented for a public survey is explained. Finally, the last part deals with benchmarking of websites of French and European university libraries.

**keywords** : university library, survey, benchmarking, user experience.

# ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Je, soussigné(e) Lisa Perrier  
déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une  
partie d'un document publiée sur toutes formes de support, y compris l'internet,  
constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée.  
En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées  
pour écrire ce rapport ou mémoire.

signé par l'étudiant(e) le **09 / 06 / 2020**

**Cet engagement de non plagiat doit être signé et  
joint  
à tous les rapports, dossiers, mémoires.**

Présidence de l'université  
40 rue de rennes – BP 73532  
49035 Angers cedex