



HAL
open science

Enquête de satisfaction et amorçage du processus qualité au sein de la médiathèque de Nausicaä

Mélina Dupont

► **To cite this version:**

Mélina Dupont. Enquête de satisfaction et amorçage du processus qualité au sein de la médiathèque de Nausicaä. Sciences de l'information et de la communication. 2002. dumas-01581486

HAL Id: dumas-01581486

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01581486>

Submitted on 8 Nov 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Méline DUPONT

**MAITRISE EN
SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA DOCUMENTATION**

Rapport de stage

Stage effectué du 9 mars au 30 juillet 2002

**à
NAUSICAA
Boulogne-sur-mer**

**ENQUETE DE SATISFACTION ET
AMORCE DU PROCESSUS QUALITE
AU SEIN DE
LA MEDIATHEQUE DE NAUSICAA.**

Sous la direction de :
**Madame Kovacs, responsable universitaire
Madame Pernet, responsable professionnel**



**LILLE 3
UNIVERSITE CHARLES DE GAULLE
UFR IDIST**

Septembre 2002

9m2 * 9E2



« Ce n'est qu'avec les yeux des autres que l'on peut voir ses défauts »

(Confucius)

Remerciements.

Je remercie Madame Kovacs, responsable universitaire, de m'avoir suivie dans ce projet de stage.

Je remercie Carole Pernet, ma responsable de stage à Nausicaä ainsi que toute l'équipe de la médiathèque : Séverine Corbet, Aline Klawinski, Isabelle Legrand, Ariane Matuszewski et Jérôme Ollier pour l'aide attentionnée qu'ils m'ont accordée ainsi que pour leur sympathie.

Je remercie le personnel de Nausicaä pour sa collaboration à mon projet.

Je remercie François-Xavier Denni pour ses précieux conseils et le temps consacré à la relecture du mémoire.

Je remercie ma famille pour leur aide et leur soutien au cours de ce travail.

**ENQUETE DE SATISFACTION ET
AMORCE DU PROCESSUS QUALITE
AU SEIN DE
LA MEDIATHEQUE DE NAUSICAA.**

Table des matières.

Remerciements.....	1
Introduction	6
1. UNE MÉDIATHÈQUE DANS UN COMPLEXE TOURISTIQUE ET CULTUREL : PRÉSENTATION.	7
1.1 Nausicaä : Centre National de la Mer.	7
1.1.1 Une mission : « Faire découvrir et mieux aimer la Mer ».....	7
1.1.2 Une entreprise culturelle.	7
1.2 Nausicaä : centre de culture scientifique et technique.....	8
1.2.1 La médiathèque : centre de ressources.....	8
1.2.2 L'organisation de la médiathèque.	9
1.2.2.1 Espace et fonctionnement.....	9
1.2.2.2 Une équipe compétente et bien structurée.....	10
1.2.2.3 Un fonds encyclopédique et diversifié.	11
1.2.3 Une médiathèque dynamique.	11
1.2.3.1 Les produits documentaires.....	11
1.2.3.2 Les manifestations.....	12
1.2.3.3 Une vitrine de NAUSICAA.	12
2. ANALYSE DE L'EXISTANT.....	13
2.1 L'analyse interne.	13
2.1.1 Tableau de synthèse de l'analyse interne.	13
2.1.2 Bilan de l'analyse.	15
2.2 La segmentation des publics.....	17
2.2.1 Analyse quantitative du public.....	17
2.2.2 Analyse qualitative des différents segments.	17
2.3 L'environnement de la Médiathèque.....	21
2.3.1 La médiathèque dans l'entreprise.....	21
2.3.2 Fournisseurs et partenaires extérieurs.	22
3. BESOINS, USAGES ET SATISFACTION.	24
3.1 La phase de préparation.	24
3.1.1 Pourquoi réaliser une enquête de satisfaction ?.....	24
3.1.2 Objectifs et finalités de l'enquête.....	24
3.2 La définition du cahier des charges de l'enquête.	25
3.2.1 Les informations à recueillir.....	25

3.2.2 Les usagers à interroger.....	26
3.2.3 Les techniques de recueil d'informations.....	26
3.2.4 L'échantillonnage.....	26
3.2.5 L'utilisation de l'enquête.....	27
3.3 L'organisation de l'enquête.....	28
3.3.1 Modalités d'implication du personnel.....	28
3.3.2 Planning.....	28
3.3.3 Budget.....	28
3.3.4 Modalités pratiques.....	28
3.4 L'enquête menée parmi le personnel de NAUSICAA.....	29
3.4.1 L'organisation et la conduite des entretiens.....	29
3.4.2 Les outils d'analyse des entretiens.....	29
3.4.3 Les résultats.....	30
3.4.3.1 La place de la documentation dans leur métier.....	30
3.4.3.2 L'utilisation de la médiathèque.....	30
3.4.3.3 Conception et vision de la médiathèque.....	31
3.4.3.4 Les flux entre la médiathèque, les services et l'extérieur.....	32
3.4.3.5 Les besoins exprimés du personnel par rapport à leurs missions respectives.....	33
3.4.3.6 Les améliorations à apporter au niveau du grand public.....	34
3.5 La conception des questionnaires.....	35
3.5.1 Méthode de conception des questionnaires.....	35
3.5.2 Le test du questionnaire.....	36
3.5.3 Comment faciliter le retour des questionnaires ?.....	37
3.6 L'analyse des questionnaires.....	37
3.6.1 Le logiciel de traitement statistique Sphinx.....	37
3.6.2 L'analyse des questions ouvertes.....	38
3.7 Le bilan des réponses.....	38
3.7.1 Les visiteurs de NAUSICAA et de la médiathèque.....	39
3.7.1.1 Les visiteurs de NAUSICAA.....	39
3.7.1.2 Les visiteurs de la médiathèque et NAUSICAA.....	41
3.7.1.3 La fréquentation de la médiathèque.....	42
3.7.1.4 La médiathèque : environnement et service.....	46
Le local.....	46
La demande de conseil.....	47
Le service.....	48
3.7.1.5 L'utilisation de la médiathèque.....	49
La connaissance de la médiathèque.....	49
L'utilisation de la pluralité du fonds.....	51
Les produits documentaires.....	53
Les manifestations organisées par la médiathèque.....	54
3.7.1.6 Opinion globale.....	56
3.7.1.7 Les visiteurs de Nausicaä et la médiathèque.....	59
3.7.1.8 Qui sont les personnes interrogées ?.....	61
L'échantillon de la médiathèque (87 personnes).....	61
L'échantillon des visiteurs de Nausicaä (50 personnes).....	63
3.7.2 Les abonnés de NAUSICAA.....	65
3.7.2.1 Les abonnés et la médiathèque.....	67

3.7.2.2 La médiathèque : environnement et service.....	69
Le local.....	69
Les demandes de conseil.....	70
Le service.....	71
3.7.2.3 La connaissance de la médiathèque.....	72
L'utilisation de la pluralité du fonds.....	73
Les produits documentaires.....	74
Les manifestations organisées par la médiathèque.....	75
3.7.2.4 Synthèse.....	77
3.7.2.5 Le profil des abonnés.....	80
3.7.3 L'enquête courrier.....	82
3.7.3.1 Comment connaît-on la médiathèque ?.....	82
3.7.3.2 La qualité du service.....	83
3.7.3.3 Identification des correspondants.....	87
4. LA MISE EN PLACE D'INDICATEURS DE PERFORMANCE.....	89
4.1 Le processus qualité.....	89
4.1.1 Définition de la qualité et du management total de la qualité.....	89
4.1.2 Les normes relatives à l'assurance de la qualité.....	90
4.2 La démarche qualité en centre de documentation.....	91
4.2.1 Quel est l'intérêt pour un service documentaire d'adopter un processus qualité ? ..	91
4.2.2 La particularité du processus qualité dans les services de documentation.....	91
4.2.2.1 Le processus de servuction.....	92
4.2.2.2 Une triple dimension dans l'analyse de la qualité.....	92
4.2.3 Marketing et qualité.....	92
4.3 La démarche à adopter pour la mise en place des indicateurs.....	93
4.3.1 L'explicitation des missions.....	93
4.3.2 Un langage commun.....	94
4.3.3 Le tableau de bord qualité.....	95
4.3.4 Une démarche de progrès.....	97
4.3.5 Les usagers peuvent-ils cependant constituer à eux seuls la référence pour définir la qualité du service ?.....	97
Conclusions.....	98
Bibliographie.....	100
Table des annexes.....	101

Introduction

Introduction

L'information est devenue un élément stratégique dans nos sociétés. Pour y avoir accès, l'utilisateur passe soit par l'interface des centres de documentation soit, et c'est de plus en plus le cas, par la consultation directe et plus ou moins efficace du réseau internet. Dans ce contexte, l'utilisateur, qui peut facilement et à faible coût trouver de l'information par lui-même, devient plus exigeant par rapport à l'efficacité du centre documentaire : il désire une information sélectionnée, pertinente, élaborée, exploitable facilement et rapidement... « Le service existe parce que le prestataire est capable de répondre aux besoins du client mieux que celui-ci ne pourrait le faire » (Joseph Juran, spécialiste de la qualité)¹.

Dans la perspective d'assurer un meilleur service à ses lecteurs, de mieux satisfaire leurs attentes, la médiathèque de Nausicaä s'est engagée dans une démarche qualité. L'enquête de satisfaction qu'il m'a été demandée de réaliser par la responsable de la médiathèque, Mme Carole PERNET, en constitue un volet important. En effet, la qualité ne se définit pas en soi mais pour un client et si possible avec lui. Elle ne peut être mesurée et atteinte qu'à travers la satisfaction des clients. L'efficacité se mesure afin que le personnel dispose de points de repères objectifs. Certes, des statistiques de gestion existent déjà et apportent un certain nombre de renseignements précieux mais ils ne nous renseignent pas sur ce qu'apprécient les usagers, sur ce qu'ils désirent. Après plus de dix années de fonctionnement, la médiathèque envisage une restructuration potentielle. Elle a besoin de connaître l'avis de ceux qui l'utilisent pour réaménager le service de la manière la plus adéquate possible. En ce sens, cette enquête est un outil qui participera aux prises de décisions ultérieures. Un stage étalé sur 320 heures a permis de réaliser ce travail. Par suite il apparaît intéressant de se demander dans quelle mesure l'amorce d'une politique qualité constituerait un véritable moteur pour le développement de la médiathèque ?

Pour prendre des décisions, il est nécessaire d'avoir au préalable une vision claire de la situation. Aussi, la médiathèque est-elle d'abord présentée dans son ensemble puis dans l'analyse de son fonctionnement. L'enquête de satisfaction constitue le cœur de la recherche (conception, déroulement, analyse). Enfin, le processus qualité entamé de la sorte est poursuivi par l'ébauche de quelques indicateurs de performance : des pistes sont données pour poursuivre le travail effectué et mesurer les avancées.

¹ E. Sutter, *Services d'information et qualité. Comment satisfaire les utilisateurs*, ADBS Editions, 1992.

Première partie :

**Une médiathèque dans un complexe touristique et
culturel : présentation.**

1. Une médiathèque dans un complexe touristique et culturel : présentation.

1.1 Nausicaä : Centre National de la Mer.

1.1.1 Une mission : « Faire découvrir et mieux aimer la Mer ».

NAUSICAA, Centre National de la Mer, s'est ouvert le 18 mai 1991 à Boulogne-sur-Mer, ville-carrefour de l'Europe du Nord. Installé dans un complexe dont l'architecture originale fut conçue par Jacques Rougerie, ce centre unique dans son genre s'est donné comme mission de faire découvrir le milieu marin dans un cadre ludique et pédagogique et de sensibiliser son public à une gestion raisonnée des ressources marines.

Véritable plongée dans les océans, tous les sens sont requis pour une immersion complète dans un monde étrange et étranger, une « aventure » nouvelle, fascinante et enrichissante dans les mondes de la mer d'aujourd'hui et de demain. La visite de l'exposition permanente se prolonge par l'exposition temporaire. Cette dernière est une exposition de grande ampleur, renouvelée tous les deux à trois ans et louée ensuite à d'autres centres. Médiathèque et cinéma constituent enfin un complément culturel, éducatif et informationnel. En tant que structure touristique, le centre comprend également deux boutiques, trois bars et accueille un restaurant.

1.1.2 Une entreprise culturelle.

Le centre accueille depuis sa création environ 600 000 visiteurs par an dont 47 % d'étrangers principalement britanniques et belges. Véritable moteur économique et touristique de la région Nord-Pas-de-Calais, le Centre se place au rang des sites de loisirs les plus visités de France.

Société anonyme d'économie mixte, l'entreprise a pour principal actionnaire la ville de Boulogne-sur-Mer à hauteur de 80 %. Près de 200 personnes contribuent au bon fonctionnement de la structure. Sous la direction de M. Vallette, océanographe de formation qui a été l'un des initiateurs du projet, s'articulent divers services. Les services généraux gèrent l'administration, la gestion et la maintenance. Ils côtoient le service presse qui promeut la connaissance de Nausicaä auprès des médias et le commercial qui est chargé du marketing, des réservations et des boutiques. L'aquariologie a en charge les animaux de l'exposition. Le culturel s'occupe des expositions thématiques et le service éducatif met en place animations et fiches pédagogiques à destination des scolaires. Le cinéma et la médiathèque contribuent enfin à apporter un complément d'information au grand public.

En 1994, Nausicaä Développement est créé et se détache de la structure principale. Filiale du groupe Nausicaä, elle est chargée d'exporter le savoir-faire de l'entreprise à travers le monde. Depuis cette date, le Centre National de la Mer a « fait des petits » dans les villes de Gênes, Montpellier, Cherbourg, Ramsgate et Etaples. Intégrées au « Nausicaä Sea Centres Network », ces structures sont animées du même esprit que leur structure de référence.

1.2 Nausicaä : centre de culture scientifique et technique.

1.2.1 La médiathèque : centre de ressources.

Le fonds documentaire s'est constitué en premier lieu pour répondre aux besoins de documentation des différents partenaires du projet. Les acquisitions démarrent donc dès 1984 et se poursuivent plus spécifiquement à partir de 1986 dans l'optique de la mise en place d'une médiathèque, un type de structure qui, à l'époque, n'est pas encore très répandu. Ce choix doit permettre de répondre aux besoins d'un large public. L'informatisation est décidée dès le début du projet. Divers supports : ouvrages, revues, films et diapositives, constituent alors le fonds. Les articles de revues sont dépouillés pour constituer une base de références toujours actualisée. Les droits liés aux photos et à l'audiovisuel sont directement gérés par le service qui se pose en centre de ressources centralisateur de la documentation de l'entreprise. La politique de la médiathèque est, à l'origine, « d'offrir à un large public des documents en relation avec la mer » et de « permettre aux scientifiques et aux professionnels de trouver les informations précises dont ils ont besoin ». Cependant, rapidement, le service se rend compte que les professionnels venant de l'extérieur disposent déjà de leurs propres structures documentaires. L'axe privilégié devient donc celui de la documentation destinée au grand public.

Aujourd'hui, la médiathèque doit véritablement se poser comme l'un des piliers de l'activité du Centre en répondant aux missions de divertissement, d'éducation et d'information que la structure s'est donnée. Pour ce, le panel de supports s'est encore élargi : cédéroms et Internet sont maintenant à la disposition des visiteurs.

1.2.2 L'organisation de la médiathèque.

1.2.2.1 Espace et fonctionnement.

Situé dans le hall d'entrée de Nausicaä, le local est entièrement vitré et sa vue donne sur le parc adjacent.



Le lieu est divisé en fonction des différents supports. Le coin enfant composé de petits fauteuils disposés autour d'une table ronde jouxte l'espace multimédia (vidéo et ordinateurs) à l'entrée de la médiathèque. En poursuivant la visite, les bandes dessinées et les 120 périodiques, auxquels est abonnée la médiathèque, sont mis à la disposition de tous dans un espace ensoleillé et convivial.



Enfin, une salle de lecture à l'ambiance plus studieuse contient les ouvrages documentaires plus spécifiquement.



En accès libre, ouverte tous les jours de la semaine de 11h à 18h et de 9h à 18h30 le week-end dans l'année - jusqu'à 19h l'été -, les visiteurs du centre désirant trouver un complément d'information au sortir de l'exposition y côtoient les usagers locaux qui viennent se documenter sur la mer ou simplement lire les quotidiens d'actualité mis à leur disposition. Les documents sont en consultation sur place et le prêt des documents s'effectue en interne exclusivement. Les demandes de recherches documentaires internes et externes (accueil, téléphone, courrier, mail) sont gérées parallèlement à l'accueil du public.

1.2.2.2 Une équipe compétente et bien structurée.

Pour le bon fonctionnement de cette structure, une équipe de six professionnels est en place°. La responsable assume les tâches de gestion du service et du personnel, définit la politique documentaire, organise les manifestations et animations de la médiathèque, assure la coordination avec les autres services, réalise le dépouillement des revues et la diffusion sélective de l'information dans l'entreprise. Avec elle, travaillent quatre documentalistes diplômées chargées chacune de la gestion d'une partie du fonds : les ouvrages, les périodiques, les documents audiovisuels et les produits pédagogiques. Chacune est, par ailleurs, habilitée à traiter les recherches documentaires. D'autre part, la mise en place de bornes d'actualités multimédia a nécessité le recours à un rédacteur multimédia qui travaille également en collaboration avec le secteur presse.

1.2.2.3 Un fonds encyclopédique et diversifié.

La couverture du domaine maritime est très large : documents en français et anglais, pour adultes et enfants, spécialistes ou grand public, traitant de tous les domaines touchant à l'espace maritime de la biologie aux loisirs, en passant par les activités et les techniques. Ceci représente 20 000 articles catalogués, 5 000 ouvrages, 120 titres de revues, 250 films, 14 000 diapositives, 43 cédéroms et un accès payant à Internet. Pour organiser et gérer ces ressources, la cotation est directement adaptée au fonds de la médiathèque[°]. Un lexique permet de référencer les mots-clefs. La réalisation d'un thésaurus n'a pas encore pu être mise en oeuvre à ce jour par manque de temps. Pour le traitement informatique^{°°}, le choix s'est porté sur le logiciel de traitement documentaire JLB-Doc. Entièrement paramétrable, les extensions envisageables laissent une place aux améliorations futures de la médiathèque. La mise en réseau des ordinateurs permet de pouvoir accéder aux dossiers en cours depuis n'importe quel poste.

1.2.3 Une médiathèque dynamique.

1.2.3.1 Les produits documentaires.

Des produits permanents ou ponctuels sont développés par l'équipe de documentalistes. Ainsi, la mise en place d'un réseau de bornes d'actualités dans l'exposition permanente et dans la médiathèque vise à diffuser des articles récents sur la mer, en français et en anglais, afin d'actualiser les informations présentées sur les panneaux. Cette activité est pour l'instant à l'état de veille pour des raisons techniques et financières. Ce désagrément affecte la diffusion des autres ressources informatiques de la médiathèque, à savoir les cédéroms et l'accès au portail des sites sur la mer.

D'autre part, le programme des émissions de télévision sur la mer est réalisé chaque semaine et diffusé en interne, sur le site de Nausicaä (www.nausicaa.fr) ainsi que dans la médiathèque^{°°°}. Autre exemple : le suivi quotidien de la progression de Jean-Louis Etienne^{°°°°} a donné lieu à la réalisation d'un journal de bord dans l'optique des rencontres internationales prévues cet automne. Enfin, le départ de la course du Figaro se déroulant cette année à

[°] Cf Annexes n° I 1

[°] Cf Annexe n° I 2

^{°°} Cf Annexe n° I 3

^{°°°} Cf Annexe n° I 5

^{°°°°} Cf Annexe n° I 4

Boulogne-sur-Mer, tout un espace d'animation a été imaginé en collaboration avec un responsable du centre sur ce thème. Ainsi une exposition photo a été montée, un dossier de presse et un petit dépliant d'explication ont été réalisés et le concours de dessin annuel est organisé autour du thème « Dessine-moi le bateau du futur ».

1.2.3.2 Les manifestations.

La médiathèque vise à multiplier les manifestations, conférences et soirées thématiques en son sein. L'espace étant malléable, elle accueille diverses expositions : une exposition de timbres et de cartes postales sur la mer a eu lieu à l'occasion de la journée de lancement de timbres sur les animaux marins ; une exposition de photos noir et blanc s'est déroulée en parallèle à la promotion d'un livre qui les contenait... De plus, la médiathèque est partenaire chaque année de plusieurs événements au niveau national (la fête de la science, la fête de l'Internet) et au niveau local (le printemps du conte, la semaine de la mer).

1.2.3.3 Une vitrine de NAUSICAA.

Relais du service éducatif, elle est chargée de la diffusion des informations et la commercialisation des produits pédagogiques. Par ailleurs, des fiches apportant un complément d'information directement en rapport avec l'exposition (« Qui était Nausicaä ? », « Les lions de mer de NAUSICAA ») ont été réalisées et sont mises à la disposition du public. La médiathèque fournit enfin de la documentation pratique qui informe le visiteur sur Nausicaä, sur les activités touristiques locales, les horaires des marées...

Cette présentation sommaire du lieu permet de cerner le contexte dans lequel évolue la médiathèque. Cependant, une analyse plus approfondie est nécessaire pour permettre d'établir un état des lieux précis et efficace dans une optique marketing.

Deuxième partie :
Analyse de l'existant.

2. Analyse de l'existant.²

L'objectif du marketing est de « créer et faciliter des échanges mutuellement satisfaisants entre une organisation et son public ». Entrent alors en jeu, non seulement la qualité des produits proposés, mais également la qualité des relations établies avec cette clientèle. Plusieurs points doivent donc être mis à plat afin de réaliser un bilan global et cerner l'existant.

2.1 L'analyse interne.

Une analyse interne est évidemment requise dans un premier temps. Elle a donné lieu à un tableau synthétique exposant forces et faiblesses des moyens mis en œuvre, de l'activité et de la gestion de la médiathèque.

2.1.1 Tableau de synthèse de l'analyse interne.

	FORCES	FAIBLESSES
Moyens		
Matériels <i>Locaux</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité d'accueil correcte • Local adapté et bien entretenu • Agencement clair, approprié et assez malléable • Position stratégique dans NAUSICAA : hall d'entrée • Entrée libre • Harmonisation de l'architecture et des couleurs par rapport au concept NAUSICAA. • Bonne luminosité 	<ul style="list-style-type: none"> • Proche du hall : trop de bruit • Existence et entrée libre mal signalées dans le hall • Chaleur car verrières : pas de climatisation
<i>Mobilier</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilier en bon état 	<ul style="list-style-type: none"> • Comptoir d'accueil trop haut, peu convivial • Mobilier qui peut paraître peu confortable
<i>Informatique</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Logiciels en rapport avec l'activité • Bornes d'actualités • Nombre de postes suffisants par rapport à la demande. 	<ul style="list-style-type: none"> • Matériel informatique souvent en panne : virus, problèmes de maintenance
<i>Collections</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Achat récent d'un fonds documentaire en anglais pour une valeur de 30 000 francs. • Supports audiovisuels et numériques • Large fonds de revues : 120 titres (dont environ 50 sont payants) 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu de renouvellement des monographies. • collection limitée, à l'aspect « vieillot » • Vidéo : dépassées et en baisse de fréquentation constante

² F. Muet, J.M. Salaün, *Stratégie marketing des services d'information. Bibliothèques et centres de documentation*, Cercle de la librairie, Paris, 2001.

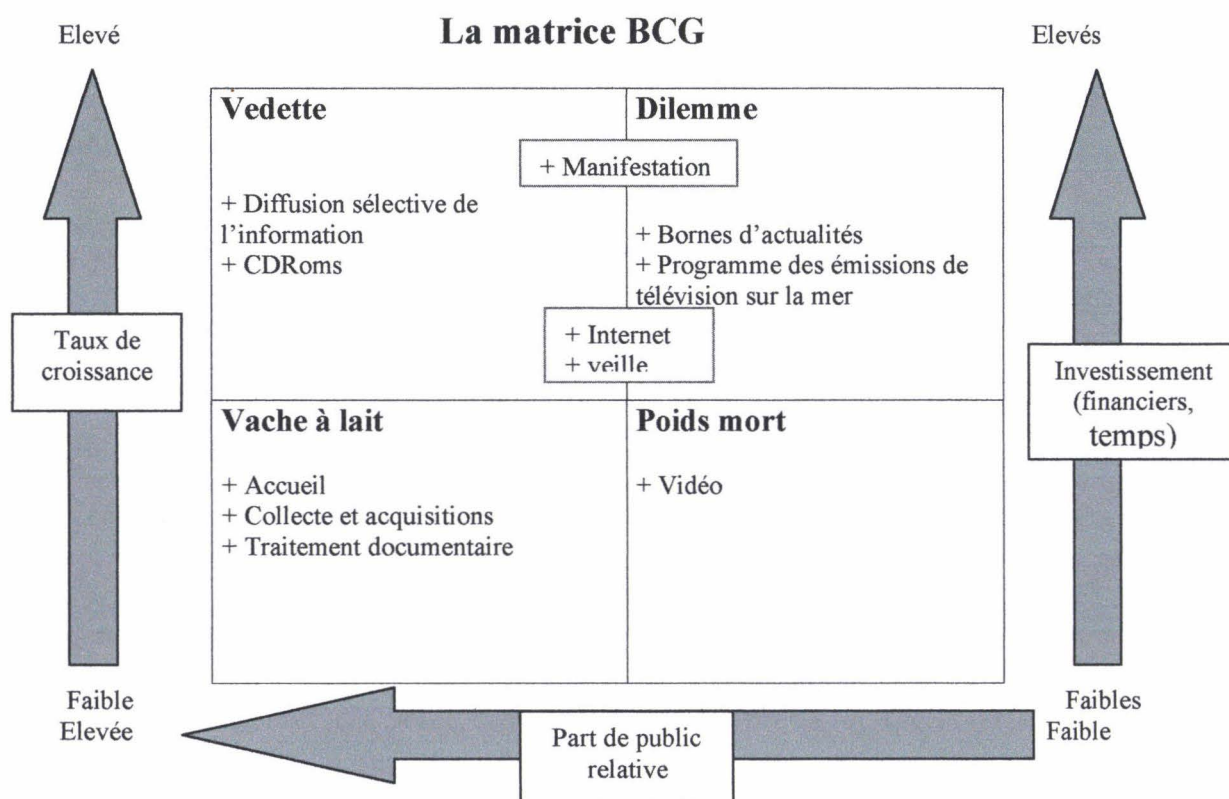
	<ul style="list-style-type: none"> Fonds large et varié Fonds photo en passe d'être numérisé 	
Humains	<ul style="list-style-type: none"> Equipe suffisante Personnel formé, compétent et motivé 	<ul style="list-style-type: none"> Equipe difficile à stabiliser (motivations personnelles et salariales) Pas vraiment de formation continue
Financiers	<ul style="list-style-type: none"> Quelques sources de financement direct Subventions européennes 	<ul style="list-style-type: none"> Peu de rentrées financières Pas de budget livres, même pour les événements organisés par Nausicaa Déséquilibre dans la répartition budgétaire
Activité		
Offre (Cf infra tableau BCG)	<ul style="list-style-type: none"> Large au niveau des supports Offre de service large Période de développement des services : augmentation et diversifications Profondeur correcte : variété de moyens 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de produits à forte valeur ajoutée Pas de désherbage : nuit à l'image du fonds et pose quelques problèmes de rangement. Pas d'Opacs accessibles au gd public Pas d'accès au fonds par Internet Pas assez d'exploitation de l'outil internet
Face-avant	<ul style="list-style-type: none"> Accès libre aux collections Médiation pour les recherches bibliographiques Documentation sur profil en interne avec la diffusion sélective de l'information (DSI) Mesure de la fréquentation 	<ul style="list-style-type: none"> Manque d'autonomie de l'utilisateur pour les recherches Problème de mise en valeur du bulletin TV Perte de temps et d'efficacité de la personne mobilisée à l'accueil lors des périodes de faible fréquentation des visiteurs. Pas de formation des usagers à Internet
Base-arrière	<ul style="list-style-type: none"> Bonne répartition dans l'espace Guidée par une logique de service Négociation des droits photos Recherches documentaires Mesure des demandes documentaires 	<ul style="list-style-type: none"> Restreinte en place Problème de place pour archivage revues
Gestion		
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> Hiérarchique et chacun a son rôle Indicateurs statistiques sur l'activité Bonne communication interne 	<ul style="list-style-type: none"> Pas d'indicateurs qualitatifs La gestion des 35h posent parfois certains problèmes pour passer les messages
Politique	<ul style="list-style-type: none"> Identité de la structure Objectifs fixés 	<ul style="list-style-type: none"> Mission double (grand public, spécialistes) qui ne permet pas une optimisation du travail

2.1.2 Bilan de l'analyse.

Il est possible de dégager de ce tableau une hiérarchie des atouts et des faiblesses pour ne garder que les principaux axes à retenir. Ainsi peut-on dire que le personnel est un atout majeur pour la médiathèque de par sa compétence et sa motivation. En outre, une organisation efficace et rigoureuse permet une bonne gestion du service. L'offre de service est large et son développement prometteur pour peu qu'une politique budgétaire plus généreuse soit mise en œuvre.

Afin d'analyser l'offre de service de manière plus efficace et précise, le Boston Consulting Group a mis au point un diagramme qui permet de classer les activités de la médiathèque par rapport à leur perspective de croissance. Quatre rubriques sont à distinguer :

- Les « vedettes » : activités intéressantes qui ont un potentiel de croissance élevé et s'adressent à une grande partie du public visé.
- Les « vaches à lait » : activités ayant un potentiel de croissance faible et s'adressant directement ou indirectement à une majorité du public
- Les « dilemmes » : Opportunités, nouveaux produits, nouveaux créneaux, que le centre va s'efforcer ou non d'exploiter mais qui s'adresse actuellement à une minorité du public.
- Les « poids morts » : Intérêt faible pour les utilisateurs et pour la médiathèque. A abandonner.



Améliorer la performance du centre consisterait à éliminer les « poids morts » et à transformer les « dilemmes » en « vedettes », les « vedettes » en « vaches à lait ».

Par ailleurs, de la même façon que les atouts, les principales faiblesses peuvent être classées. Un mauvais renouvellement des livres et un système informatique peu performant sont à déplorer. De plus, la médiathèque semble largement méconnue du public. Or le public constitue l'élément central d'une démarche marketing. C'est pour lui qu'il convient de travailler. Aussi l'analyser en profondeur relève d'un impératif incontournable.

2.2 La segmentation des publics.

2.2.1 Analyse quantitative du public.

Les visiteurs de la médiathèque constituent environ 4 % du public des visiteurs de NAUSICAA. Même si cette règle n'est pas absolue, on observe une certaine corrélation entre les effectifs du centre et l'activité de la médiathèque. Une moyenne de 500 personnes en passe le seuil chaque semaine. Cette fréquence fluctue selon les saisons et est plus élevée de février à août. Toutefois, pendant la période de septembre à décembre, un rééquilibrage relatif de l'activité s'effectue de par un accroissement des demandes de recherches documentaires.

2.2.2 Analyse qualitative des différents segments.

Une affirmation du marketing est que le marché n'est pas homogène mais composé d'individus ayant des besoins différents. L'utilisateur-type n'existe pas et il serait par conséquent dangereux de calquer l'offre de service sur une moyenne des besoins. Cependant il reste nécessaire de regrouper les usagers par catégories, de segmenter le public en sous-groupes homogènes, car il est impensable de présenter des produits totalement individualisés. La segmentation correspond à une analyse globale du public ; elle a pour intérêt de repérer les grandes tendances dans les besoins et les comportements du public et permettra de définir la stratégie marketing du service d'information.

Pour pouvoir arriver à la segmentation du public, il est nécessaire de procéder à une analyse qualitative approfondie. L'analyse des usages permet de comprendre comment les individus « fonctionnent » avec l'information et la culture, elle fait émerger des critères pertinents pour distinguer les catégories de public. Trois dimensions sont prises en compte dans cette perspective : les caractéristiques sociologiques, les caractéristiques informationnelles et les comportements documentaires des usagers. Le tableau qui en découle décrit les différentes catégories d'utilisateurs repérées. Un second tableau lui succède : il a pour but l'analyse sommaire des dysfonctionnements remarqués entre les besoins relevés et l'offre proposée.

	Interne	Scolaire	Visiteurs du centre	Individuels habitués	Demandeurs à distance
Caractéristiques sociologiques	<ul style="list-style-type: none"> • Professionnels • La majorité des services • Contrainte de temps 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaire, collège et université • Professeurs et élèves • Français et anglais 	<ul style="list-style-type: none"> • Divers • Tout âge • De toute origine 	<ul style="list-style-type: none"> • Divers • Plutôt du troisième âge • Région boulonnaise 	<ul style="list-style-type: none"> • Divers • Tout âge • Toute origine
Caractéristiques informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Information scientifique et technique • Information de fond et d'actualité • Information brute et élaborée • Photos • Internet • Information professionnelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Complément à la visite de Nausicaa • Exposés, dossiers, mémoires • Documentation vulgarisée et scientifique • Dossiers pédagogiques • Information didactique 	<ul style="list-style-type: none"> • Tous les types de ressources disponibles • Surtout vulgarisation • Recherches personnelles • Animations, expositions • Culture loisir 	<ul style="list-style-type: none"> • Quotidiens d'actualité • Revues spécialisées • Recherches personnelles • Expositions • Culture loisir 	<ul style="list-style-type: none"> • Listes bibliographiques • Orientation métiers de la mer • Photos • Pour le travail et pour eux
Caractéristiques comportementales	<ul style="list-style-type: none"> • Fidélité dépend des besoins des services • Questions précises • Temps limité • Souci d'efficacité • Souvent demandes directes 	<ul style="list-style-type: none"> • Besoin ponctuel Période scolaire • Rapidité d'envoi 	<ul style="list-style-type: none"> • Venues ponctuelles • Convivialité • Contrainte de temps • Souvent autonome 	<ul style="list-style-type: none"> • Venue régulière voire quotidienne • Convivialité • Pas de critère de temps • Autonome 	<ul style="list-style-type: none"> • Demandes ponctuelles • Rapidité • Pertinence
Type de public	<ul style="list-style-type: none"> • Public actuel et public potentiel 	<ul style="list-style-type: none"> • Public actuel et public non-utilisateur relatif* 	<ul style="list-style-type: none"> • Public actuel et public non-utilisateur relatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Public actuel 	<ul style="list-style-type: none"> • Public actuel et public non-utilisateur relatif

Segmentation du public

(* Les non-utilisateurs relatifs appartiennent à une catégorie qui ne connaît pas la médiathèque mais dont le profil correspond à l'offre proposée.)

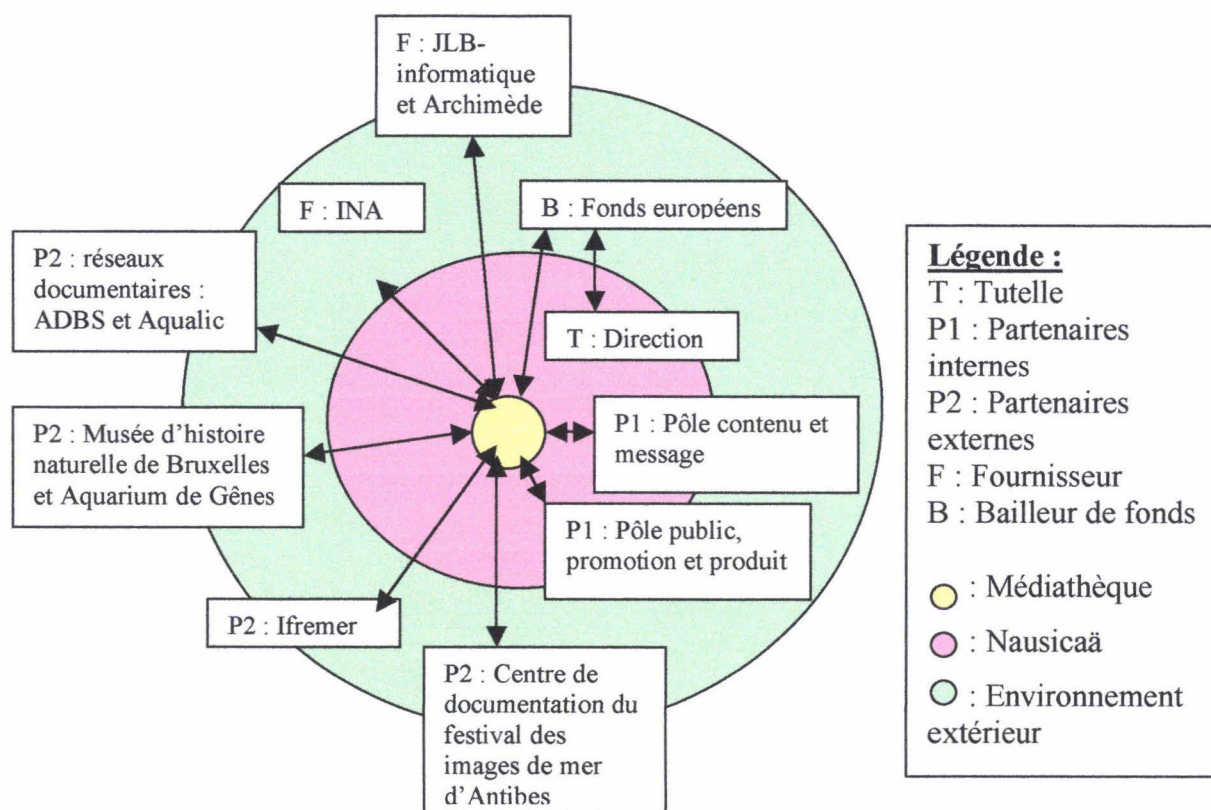
	Opportunités	Menaces
Ensemble du public	<ul style="list-style-type: none"> • Equilibre relatif entre les segments • Offre pour tous les services 	<ul style="list-style-type: none"> • Très hétérogène • Déficit au niveau des visiteurs de NAUSICAA et des demandes documentaires à distance
Interne Ecart entre les besoins et les services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • Correct pour les petites recherches 	<ul style="list-style-type: none"> • Besoins énormes mais pas assez de temps ou de moyens techniques pour y répondre correctement.
Besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> • Un fonds documentaire actualisé • Accès rapide à des visuels de qualité • Participation active aux grands projets
Scolaire Ecart entre les besoins et les services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • Correct pour l'offre de dossiers pédagogiques et les exposés 	<ul style="list-style-type: none"> • La médiathèque n'est pas adaptée au travail en classe entière
Besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> • Partenariat plus grand avec les écoles • Pas assez connue des étudiants
Visiteurs du centre Ecart entre les besoins et les services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • Offre documentaire large • Lieu de repos et de ressource 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de mise en valeur des ressources en anglais
Besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> • Pas de connaissance de l'existence de la médiathèque par le grand public : groupe volumineux et peu touché.
Individuels habitués Ecart entre les besoins et les services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • Offre documentaire adaptée 	
Besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> • Calme et confort
Demandeurs à distance Ecart entre les besoins et les services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • Correct pour les recherches actuelles 	
Besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> • Guide pour recherche sur Internet et dossiers en vente (sur les recherches faites pour l'expo)

Analyse du public

On constate une segmentation assez grande du public et notamment une division marquée entre les caractéristiques informationnelles et comportementales en interne et en externe. Cette différence de besoins implique de devoir répondre à la fois au public d'une médiathèque (large choix d'ouvrages et de supports, prêt éventuel, animations fréquentes, réponse aux besoins des écoles) et au public d'un centre de documentation (veille, nombreux produits à forte valeur ajoutée, actualisation des informations). L'écartèlement est géré mais ne permet pas une efficacité optimale ni dans l'une ni dans l'autre des missions.

L'analyse du public est primordiale dans la démarche marketing. Elle n'est cependant pas suffisante et il convient maintenant de resituer la médiathèque dans son environnement en symbiose avec la structure qui l'accueille.

2.3 L'environnement de la Médiathèque.



2.3.1 La médiathèque dans l'entreprise.

Suite à la restructuration du fonctionnement du Centre, la médiathèque dépend maintenant directement de la direction. Véritable média du message de sensibilisation à la gestion raisonnée de la mer, le centre de documentation est conçu comme un des piliers de NAUSICAA. Paradoxalement, elle souffre d'un manque chronique de moyens, n'étant pas considérée comme prioritaire au niveau du budget de l'entreprise. On maintient l'octroi d'un budget pour les abonnements et les licences des films, mais on laisse de côté le renouvellement en monographies. Ce manque est parfois pallié par l'obtention de fonds européens tel que celui d'INTERREG qui a permis d'acquérir ouvrages et cédéroms en anglais.

Suite à un audit qui a conduit à une nouvelle organisation de l'entreprise initiée en 2001, des pôles ont été créés afin de faciliter le décloisonnement des services au sein de l'entreprise et d'améliorer ainsi son efficacité. Le pôle « public, promotion et produit »

regroupe l'accueil, les animations, les boutiques, le standard, le commercial, la communication/presse, la médiathèque, les réservations et le parking. La médiathèque s'intègre également dans le pôle « contenu et message » au côté de l'aquariologie, l'éducatif, le culturel et ce cinéma.

2.3.2 Fournisseurs et partenaires extérieurs.

La médiathèque a opté, dans l'informatisation de son fonds documentaire, pour le progiciel de recherche documentaire JLB-Doc. Le choix s'est par ailleurs porté sur la société Archimed pour la mise en place de bornes d'actualités au sein de l'exposition permanente et dans la médiathèque. Cette seconde collaboration s'est toutefois soldée par un échec puisque le réseau a expérimenté de nombreuses pannes dès sa mise en place. Face à un surcoût financier important, la décision de suspendre ce service a été prise. Une solution d'urgence permettant l'accès aux cédéroms dans la médiathèque a pu être trouvée. Ce système provisoire ne répond toutefois pas aux critères de qualité (esthétisme, ergonomie) fixés au départ. Reste également le problème de l'accès à Internet (sécurisation du réseau informatique de Nausicaä...)

En outre, comme le montre le tableau suivant, un problème se pose quant aux acquisitions d'ouvrages.

Acquisitions d'ouvrages depuis 1996

Année /nombre	Total des acquisitions	Dont des livres gratuits	% de livres gratuits	livres gratuits	livres achetés
2001	60	45	75	Union Européenne	INTERREG
2000	46	42	91,3	instituts scientifiques	librairie Nausicaä
1999	103	68	66,02	revues	éditeurs
1998	128	119	92,97	rapports de stage	librairies
1997	104	97	93,27	région	
1996	136	62	45,59	colloques	
				ONU et UNESCO	
				dons d'éditeurs	
				dons interservices	
				dons de particuliers	
Totaux	577	433	77,36		

Le fonds, constitué de 5000 monographies avant l'ouverture, ne s'est enrichi ces six dernières années que de 577 ouvrages dont 77% ont été reçus gratuitement. La médiathèque a la chance de bénéficier de nombreux dons d'origines diverses. La médiathèque ne travaille

pas en autarcie. Le travail en partenariat avec diverses structures d'information scientifique et technique, telles que l'Ifremer ou le festival des Images de Mer d'Antibes a pour avantage l'obtention gratuite de certaines de leurs publications, vidéos et photographies. Certes ce mode d'acquisition est intéressant pour la médiathèque, cependant une telle pratique ne peut tenir lieu de véritable politique d'acquisition. Il apparaît nécessaire de construire à frais nouveaux une vraie politique d'acquisitions répondant à l'attente des utilisateurs tant internes qu'externes, spécialistes ou grand public.

Des partenariats sont effectifs à d'autres niveaux. La médiathèque participe aux réseaux documentaires de l'ADBS et d'Aqualic (réseau qui regroupe au niveau national les centres de documentation tournés vers le domaine maritime). Par ailleurs, la préparation d'une nouvelle exposition temporaire s'effectue en collaboration avec les centres de documentation de l'aquarium de Gênes et du musée d'histoire naturelle de Bruxelles.

Cette première analyse globale de la structure se verra infirmée ou confirmée en partie par l'enquête de satisfaction réalisée.

Troisième partie :
Besoins, usages et satisfaction.

3. Besoins, usages et satisfaction.

*« Ce n'est qu'avec les yeux des autres que l'on peut voir ses défauts »
(Confucius)*

Deux questions aussi incontournables que fondamentales se posent :

- Le public est-il satisfait des services rendus par la médiathèque ?
- Quelles sont ses attentes par rapport à ses besoins ?

Une enquête de satisfaction permettra de mettre au jour les éléments de réponses à ces questions.

3.1 La phase de préparation.

3.1.1 Pourquoi réaliser une enquête de satisfaction ?

La satisfaction se définit, selon les normes ISO 9000, par « l'état d'un client résultant d'un jugement comparant les performances d'un produit au niveau de ses attentes ». Aussi mettre le client au centre de la politique qualité implique nécessairement de l'interroger afin de cerner les points forts et faibles perçus par lui et de mettre en valeur ces priorités.

L'intérêt de cette enquête réside dans le fait que la qualité engendre la satisfaction de l'utilisateur de la médiathèque qui se traduit par une meilleure fidélisation de la clientèle de Nausicaä, l'entreprise étant un tout dont chaque partie doit refléter l'image et sa volonté d'offrir des produits de qualité. De surcroît, une enquête de satisfaction valorise l'utilisateur en lui donnant la parole ; en outre les résultats de celle-ci constituent un stimulant interne pour le lancement d'actions d'améliorations dans le cadre d'une politique de qualité.

3.1.2 Objectifs et finalités de l'enquête.

Il convient de préciser au préalable les objectifs et finalités de l'enquête afin de pouvoir établir efficacement le questionnaire. Cette étape a été réalisée en collaboration avec la responsable. Parmi une liste proposée par mes soins, quelques points ont été définis comme prioritaires.

Ainsi, les objectifs directement visés par l'enquête sont de comprendre les attentes des usagers, les sources de satisfaction et d'insatisfaction pour segmenter la clientèle en fonction des attentes et découvrir de nouvelles pistes de produits et services. Par ailleurs, cette enquête a pour fin d'identifier les priorités d'amélioration telles qu'elles sont perçues par les usagers.

Enfin, elle constitue un baromètre permettant de mesurer le degré de satisfaction des usagers.

D'autre part, les finalités définissent ce qui sera fait des résultats de l'enquête. Mieux connaître ses clients afin d'adapter les services et produits en conséquence et ceci dans les limites de la stratégie de positionnement de la médiathèque est établi comme une priorité. En outre, l'enquête permettra de rendre compte de l'activité de la médiathèque à la direction et aux autres services de l'entreprise. De plus, les résultats pourront être lus par le personnel de la médiathèque comme un « retour » voire une « évaluation » de leur agir en même temps qu'une base de données propre à inspirer une refondation de qualité répondant aux attentes du client et s'appuyant sur la valorisation des points forts en interne.

C'est dans ce sens qu'a été établi le processus d'enquête.

3.2 La définition du cahier des charges de l'enquête.

3.2.1 Les informations à recueillir.

Une enquête globale sur tous les produits et services confondus s'avère plus pertinente pour définir une politique qualité à moyen terme et évaluer son efficacité. D'autre part, il avait été convenu que je devais réaliser une enquête plus ciblée sur les bornes d'actualités mises en place à la médiathèque et au sein de l'exposition permanente afin de dégager le retour sur investissement de ce système. Des défaillances techniques aillant mis les bornes hors service, cette seconde partie n'était plus envisageable.

Les chiffres étant peu révélateurs s'ils ne sont pas soumis à comparaison avec des organismes du même type, il a semblé judicieux de ne pas s'isoler et d'essayer d'obtenir les résultats des enquêtes éventuelles de ces autres structures. Une liste de centres de documentation pouvant être contactés m'a alors été fournie par la responsable. Les bibliothèques traitant du domaine de la mer (bibliothèque du musée océanographique de Monaco, Ifremer) ne se situant pas à la même échelle que la médiathèque ont été écartées d'office. En conséquence, il a fallu se tourner vers des centres de documentation plus petits, traitant de thèmes différents, mais ayant la particularité d'être spécialisés et d'être ouvert à la fois au grand public et aux professionnels : la Maison de la Nature et de l'Environnement, le Mémorial de Caen, le Cedre, la bibliothèque du Musée d'Histoire Minière de Lewarde... Aucune véritable enquête de satisfaction n'a été réalisée à la MNE. En revanche, la responsable de la médiathèque du Mémorial de Caen m'a fait parvenir une enquête de

satisfaction réalisée en 2001 auprès de quarante usagers. Bien que l'échantillon soit un peu faible, les comparaisons entre certaines questions similaires sont assez riches d'enseignement.

3.2.2 Les usagers à interroger.

L'enquête s'adresse à tous les segments du public définis précédemment, à savoir le personnel de Nausicaä, le public (français ou étranger) de la médiathèque et du centre, les habitués de la médiathèque, les personnes ayant demandé des recherches d'informations et le personnel enseignant. Une catégorie supplémentaire a fait l'objet de notre enquête : les abonnés de Nausicaä (ces clients fréquentent régulièrement le centre et peuvent potentiellement constituer des usagers privilégiés de la médiathèque d'autant que le prix d'accès à Internet est pour eux réduit et qu'ils peuvent profiter gratuitement du fonds vidéo de la médiathèque).

Enfin, l'interrogation de personnes ne fréquentant pas forcément la médiathèque peut sembler surprenante et peu pertinente. Elle est pourtant très instructive en ce qui concerne la raison de non-venue des abonnés et du grand public : quelles sont les raisons qui font qu'une partie de la clientèle visée n'utilise pas le service ?

3.2.3 Les techniques de recueil d'informations.

Il m'a paru intéressant de procéder à deux types d'enquêtes distinctes. En effet, afin d'explorer les attentes et la satisfaction du personnel, des entretiens face-à-face constituent un outil adéquat et permettent de saisir une dimension plus qualitative, d'appréhender de façon plus précise les utilisations faites par les différents services des ressources de la médiathèque.

L'interrogation du grand public nécessitant rapidité et efficacité, les questionnaires pour mesurer la satisfaction semblent mieux convenir. Adressés par courrier ou administrés directement à la médiathèque et dans le hall de Nausicaä, ils apportent les données quantitatives nécessaires à toute enquête. Quatre questionnaires différents ont été conçus : un questionnaire abonnés, un questionnaire courrier, un questionnaire usagers et un questionnaire grand public de Nausicaä. Bâties sur une trame identique, ils ont été adaptés au profil de chaque type d'utilisateur potentiel ou effectif et au type d'administration.

3.2.4 L'échantillonnage

Les entretiens ont été menés auprès des responsables des services de Nausicaä d'une part et de quelques membres de leur équipe d'autre part. Ont été interrogés les services qui

utilisent la médiathèque, à savoir : la direction, l'éducatif, l'aquariologie, le culturel, le cinéma, le service presse, le commercial, les boutiques et Nausicaä développement

La définition de l'échantillon des questionnaires de satisfaction dans la médiathèque s'est révélée plus délicate³. Le public ne constitue pas un groupe clairement repérable, il est hétérogène et n'a potentiellement en commun que sa venue à la médiathèque. Définir un échantillon représentatif dans ces conditions s'avèrait difficile puisque aucune étude préalable de quotas d'utilisateurs n'existait. Mon objectif a été d'étudier le public utilisant au moins l'une des ressources de la médiathèque, sur toutes les tranches horaires d'ouverture, tous les jours et en fonction de la venue. L'administration directe du questionnaire m'a permis d'obtenir le plus grand nombre de réponses possible et de faciliter une bonne utilisation du questionnaire.

En ce qui concerne les abonnés, un envoi systématique par famille a été la solution retenue. Le choix d'un échantillon plus réduit aurait été envisageable s'il avait été possible de joindre aux courriers des enveloppes T. Cependant, cette option, qui aurait été idéale pour un retour optimal des courriers, aurait coûté trop cher à l'entreprise. Il a donc été procédé à l'envoi de 520 questionnaires.

L'enquête réalisée auprès des personnes ayant fait des demandes de recherches documentaires par mail, voie postale ou téléphone, s'est limitée aux demandes effectuées à partir du début de l'année 2002. En effet, plus tôt, le délai eût été trop long et les usagers ne se seraient plus sentis concernés. En outre, par manque de temps, le choix a été fait de limiter l'interrogation du public enseignant aux écoles ayant effectué une demande de documentation par courrier.

Enfin, l'enquête menée auprès du public de Nausicaä ne concernant pas directement les usagers mais plutôt les non-usagers, un effectif de 50 personnes interrogées sur une semaine semblait raisonnable. Le seul critère a été une interrogation équilibrée des différentes tranches d'âge.

3.2.5 L'utilisation de l'enquête.

Actuellement, l'enquête est envisagée comme ponctuelle afin d'initier une politique qualité. Elle sera éventuellement poursuivie ultérieurement à intervalle régulier, tous les deux à trois ans. Le rapport est destiné directement à l'équipe de la médiathèque. Une synthèse en sera effectuée par la suite par la responsable pour la direction et les services de l'entreprise.

³ F. de Singly, *L'enquête de satisfaction et ses méthodes : le questionnaire*, Nathan, 1992.

Les propositions faites à la suite de mon analyse seront examinées et complétées ultérieurement par l'équipe.

3.3 L'organisation de l'enquête.

3.3.1 Modalités d'implication du personnel.

Le personnel de la médiathèque ne gère absolument pas l'administration de l'enquête : les usagers les connaissent et ne seront pas forcément complètement objectifs dans leurs réponses. Par ailleurs, il est plus difficile de rester complètement impartial en étant soi-même l'objet d'une partie des questions.

3.3.2 Planning.

Un planning a été élaboré afin de fixer les échéances présidant à la bonne réalisation de l'enquête. Un mois et demi a été prévu pour l'administration, l'envoi et le retour des questionnaires ainsi que pour les entretiens. Les deux dernières semaines ont été exclusivement imparties à l'analyse des résultats obtenus. L'utilisation du planning à barres ou « Gantt » m'a permis de visualiser concrètement le travail à faire et de n'omettre aucune étape.

3.3.3 Budget.

Les coûts de l'enquête sont assez restreints. Les photocopies du questionnaire et leur envoi en constituent la majeure partie. L'impossibilité technique d'effectuer des recto-verso de manière rapide et efficace ne m'a pas permis de réduire ces coûts à leur strict minimum. D'autre part, l'entreprise a offert aux dix premiers répondants de chaque mailing une entrée pour Nausicaä pour le questionnaire courrier et le nouvel album de Nausicaä pour le questionnaire abonnés. Le logiciel de traitement statistique Sphinx étant déjà utilisé par le service commercial, il n'a pas été utile de l'acquérir.

3.3.4 Modalités pratiques.

Pour favoriser une expression objective, la majorité des questionnaires de satisfaction destinés aux particuliers est anonyme. L'intérêt de connaître l'identité des sondés est d'ailleurs faible, voire inexistant. Cependant, les questionnaires par courrier ont dérogé à cet anonymat pour me permettre d'assurer l'envoi de la récompense promise aux premiers répondants. Ce détail avait d'ailleurs été omis lors de l'envoi des questionnaires destinés aux abonnés. Les personnes ont cependant pris l'initiative de combler ce manque et ont indiqué

leur adresse. L'identité des personnes n'est évidemment pas prise en compte au niveau de l'analyse des résultats de l'enquête. Il n'a donc pas été utile de se conformer à la loi « Informatique et libertés » et de déclarer quoi que ce soit à la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés).

3.4 L'enquête menée parmi le personnel de NAUSICAA.

3.4.1 L'organisation et la conduite des entretiens.

Un premier contact avec le public visé est passé par la rédaction d'une note adressée aux chefs de service[°]. Cette note présentait le cadre et les objectifs de l'entretien et précisait que je les contacterai ultérieurement pour une prise de rendez-vous. Les rendez-vous ont ensuite été échelonnés sur un mois en fonction des disponibilités de chacun^{°°}. Vingt et une personnes ont accepté de se prêter au jeu et de m'accorder un peu de leur temps.

La conception d'un guide d'entretien^{°°°} pour explorer les usages, attentes et la satisfaction de chacun a préalablement été conçu. Organisé autour de dix questions ouvertes, il aborde dans un premier temps l'utilisation de la documentation en général dans le métier de l'interlocuteur et, dans un second temps, il est axé plus spécifiquement sur la médiathèque. Ce guide structure ainsi l'entretien tout en laissant une large part à l'expression de l'enquêté. Il permet par ailleurs de rédiger plus facilement les compte-rendus. Mon travail a été ensuite de guider l'interviewé et de lui faire préciser les points obscurs pour obtenir le plus de précisions possible. La bienveillance, la neutralité et l'écoute ont été trois règles qui m'ont permis d'essayer de mener les entretiens le plus objectivement possible.

Les entretiens ont été enregistrés pour faciliter la retranscription dactylographiée. Cet enregistrement était toutefois complété par une prise de notes, gage d'une écoute attentive, qui permettait de garder trace en cas de défaillance technique (un entretien ne peut être mené à deux reprises !).

3.4.2 Les outils d'analyse des entretiens.

Afin d'avoir des outils de travail clairs et organisés, tous les entretiens ont été retranscrits à l'aide d'un logiciel de traitement de texte, au fur et à mesure. L'entretien étant un mode de recueil d'information assez souple, il était indispensable de reclasser les renseignements en fonction des thèmes du guide.

[°] Cf Annexe n° III 2

^{°°} Cf Annexe n° III 3

Pour analyser efficacement l'enquête, il a ensuite été nécessaire de quantifier le qualitatif. Le danger était alors de perdre la richesse de l'entretien. Pour éviter cet écueil, j'ai établi une grille d'analyse des utilisations et des attentes par rapport à la médiathèque organisée en cinq grands axes qui recourent les questions de l'entretien. Cette grille reprend de manière exhaustive les points cités dans les différents entretiens. Il m'a suffi ensuite de dénombrer la fréquence d'expression de ces points à partir des compte-rendus d'enquête dactylographiés pour construire une synthèse fiable de l'enquête°.

3.4.3 Les résultats.

3.4.3.1 La place de la documentation dans leur métier.

Sur l'ensemble des 21 personnes interrogées, plus de la moitié (57,5 %) ont déclaré que la documentation occupait une place primordiale dans leur métier, un tiers en ont une utilité moyenne et 10 % en ont rarement besoin. Les finalités de cette documentation sont diverses : événements NAUSICAA (29 %), situation et progression par rapport aux autres centres, actualités dans le domaine scientifique, presse, fiches, animations, tendance de marché et recherche de nouveaux produits, visuels pour agrémenter les publicités, présentation des savoir-faire...

A ces fins, tous ne passent pas par la médiathèque : l'information qui leur est nécessaire n'a pas forcément trait à la mer mais au tourisme, par exemple. Autre cas de figure : le service dispose déjà de son réseau d'information par Internet, comme c'est le cas en aquariologie. Ou encore les besoins sont liés à des projets urgents : la recherche est alors faite directement sur Internet et à partir du fonds propre au service. La médiathèque a cependant un rôle véritable à jouer au sein de l'entreprise.

3.4.3.2 L'utilisation de la médiathèque.

Pour répondre à des besoins aussi différents, le centre de documentation met à disposition un vaste panel de médias. Les ouvrages gardent une place prépondérante et sont utilisés par 76 % des personnes interrogées. Les revues spécialisées et le fonds de diapositives sont utilisés par 57 % des enquêtés. Presse, vidéos et cédéroms arrivent au troisième rang. Une seule personne déclare passer par la médiathèque pour effectuer les recherches sur Internet. En effet, les personnes y ont accès directement de leur bureau et effectuent leurs

°°° Cf Annexe n° III 1

° Cf Annexes n°III 4

recherches elles-mêmes. La majorité recherche des informations à caractère scientifique. En même temps, le critère d'actualité de l'information compte pour beaucoup.

86 % des recherches documentaires effectuées en médiathèque se font sur demande ou du moins avec l'aide des documentalistes. 38 % connaissent suffisamment la médiathèque pour s'y repérer par eux-même une fois la liste bibliographique sortie. Cela concorde généralement avec une venue très régulière à la médiathèque - au moins une fois par semaine - comme c'est le cas pour sept personnes. Neuf ont une utilisation plus ponctuelle du service et cinq y recourent rarement. Parmi ces derniers, deux ont peu la nécessité d'avoir des documents dans leur métier. Les trois autres n'ont que rarement besoin des ressources disponibles à la médiathèque. Quoi qu'il en soit, presque unanimement, l'usage de la médiathèque se fait à titre strictement professionnel. Seules deux personnes empruntent des documents en plus pour leur plaisir personnel.

Les produits documentaires sont généralement connus en interne mais relativement peu utilisés. Tel est le cas du programme des émissions de télévision sur la mer destiné principalement aux professionnels. 85 % des interrogés en connaissent l'existence mais il n'est effectivement utilisé que par 35 %. Pour un meilleur « retour sur investissement », les personnes concernées réclament plusieurs choses : une mise en valeur des émissions les plus importantes - celles qui sont directement en lien avec le message et les projets de NAUSICAA -, un classement thématique et non chronologique et, enfin, la possibilité de pouvoir faire enregistrer les émissions du câble et du satellite par le centre. De même, le journal de Jean-Louis Etienne mis en place, il est vrai, plus spécialement pour le public, n'est connu que de la moitié des personnes rencontrées et quatre l'ont déjà consulté. Deux personnes ont déploré à ce sujet une insuffisante mise en valeur : la présentation n'attire pas assez le regard, il aurait fallu faire des panneaux et les faire évoluer, informer le personnel par un résumé rapide du périple en incitant les membres à venir consulter le journal pour de plus amples renseignements.

Ces derniers apports conduisent à s'intéresser maintenant au point de vue du personnel concernant la médiathèque et les services qu'elle doit rendre.

3.4.3.3 Conception et vision de la médiathèque.

Onze personnes envisagent d'abord la médiathèque comme un complément à la documentation de leur service. Sept y voient, effectivement ou idéalement, un centre de ressources centralisateur des données écrites et visuelles. Un quart considère le centre du point de vue public et y voient surtout un lieu de ressources et de repos. En restant dans cette

optique, le responsable festival pense que la médiathèque est un excellent média pour faire connaître NAUSICAA dans le Boulonnais grâce aux habitués en particulier.

En ce qui concerne les critères d'évaluation sur lesquels le centre de documentation est jugé, la moitié évoque la compétence professionnelle des documentalistes perçue comme un métier au service de leur propre métier. La pertinence de la recherche et surtout la rapidité d'accès à l'information. Ce troisième critère est une caractéristique propre à l'entreprise qui doit délivrer ses services et produits dans des délais toujours plus courts. Les autres critères évoqués sont, dans l'ordre d'importance, la disponibilité et l'écoute du personnel, la rigueur et l'ordre, le renouvellement des photos, livres et vidéos (fonds INTERREG), une couverture large du domaine maritime quantitativement et qualitativement, des recherches exhaustives, de la veille documentaire et enfin de l'animation dans la médiathèque.

Les impératifs des utilisateurs internes étant maintenant définis, il convient de considérer ce qui est le plus apprécié dans la médiathèque. L'interrogation des personnes sur ce point donne des réponses très disparates. Toutefois, 85 % des personnes ayant recours souvent ou ponctuellement à la médiathèque évoquent spontanément une équipe toujours professionnelle et compétente. 57 % voient la spécialisation du fonds comme un atout. Sont ensuite évoqués le renouvellement des expositions et des animations, la sélection bibliographique qui les accompagne et plus généralement les synthèses bibliographiques très complètes, faites sur demande, un accès facile aux livres, la gestion des droits photos, un cadre calme, moderne, à l'image de NAUSICAA et une relative polyvalence des documentalistes qui permet de ne pas bloquer les recherches si l'une d'elles est absente.

Ce panorama assez statique de la médiathèque doit être maintenant complété et élargi par une vision dynamique du service.

3.4.3.4 Les flux entre la médiathèque, les services et l'extérieur.

Le besoin exprimé par les différents services quant à la médiathèque s'élève à 76 % pour les recherches de documents écrits et 57 % pour les recherches de visuels. Globalement, la place de la médiathèque dans la recherche d'informations est de 10 à 40 % mais elle apporte de 40 à 60 % des informations recherchées à quatre personnes et se positionne véritablement comme média prédominant des informations chez deux personnes. D'autre part, la médiathèque conserve une relation privilégiée avec le service éducatif puisqu'elle lui sert de relais pour la vente des produits destinés aux enseignants.

En parallèle, un flux d'information va directement de la médiathèque vers les services puisque neuf personnes mentionnent la réception du programme des émissions de télévision

sur la mer et cinq ont évoqué spontanément la diffusion sélective des informations et leur satisfaction par rapport à celle-ci.

Enfin, un deuxième flux s'effectue de l'intérieur vers l'extérieur. La médiathèque est recommandée par plusieurs services : aux étudiants par l'aquariologie, aux enseignants par l'éducatif, aux professionnels par le commercial, le culturel, le cinéma et les boutiques. Certaines personnes en parlent également à des connaissances personnelles.

Cette première partie abordait largement la médiathèque et son utilisation. Les attentes du personnel par rapport à celle-ci peuvent maintenant être mises au jour.

3.4.3.5 Les besoins exprimés du personnel par rapport à leurs missions respectives.

62 % expriment un besoin urgent qu'un budget régulier soit alloué à l'achat d'ouvrages scientifiques. En sus, un désherbage donnerait un meilleur aspect du fonds. Ces demandes émanent en particulier de trois services : l'aquariologie, l'éducatif et Nausicaä développement. Le responsable des boutiques a la possibilité d'obtenir des ouvrages à tarif préférentiel mais, faute de moyens à la médiathèque, ces prix concurrentiels s'avèrent encore trop élevés. Le même besoin de renouvellement est exprimé quant au fonds photo. Celui-ci doit être numérisé prochainement et donc satisfaire les professionnels.

Par ailleurs, des remarques sont faites en rapport avec les recherches effectuées par la médiathèque : la double vocation du service ne facilite pas la rapidité de réponse, surtout en ce qui concerne les demandes urgentes et importantes en volume. De plus, une veille documentaire et des synthèses documentaires sur des thèmes précis seraient très appréciées s'il n'y avait pas ce problème. La division du service en deux branches spécialisées permettrait en plus de reprendre une revue de presse utile à l'information continue de tous les membres du personnel.

Le second point évoqué concerne la connaissance de la médiathèque et des services qu'elle propose. Beaucoup ne savent pas vraiment comment elle fonctionne et aimeraient recevoir une liste des produits et services disponibles. Une visite guidée faite aux nouveaux arrivants a également été demandée. A ce titre, il serait sans doute utile d'organiser des visites annuelles regroupant les personnes travaillant dans un même service afin de faire connaître la médiathèque, recueillir les besoins et mettre en évidence les possibilités qui sont offertes. La mise en accès libre du catalogue informatisé avec un affinage des mots-clefs de la base permettrait par ailleurs à chacun de faire ses recherches directement depuis son bureau et

d'acquérir ainsi davantage le « réflexe médiathèque » au même titre que le « réflexe Internet » qu'ils ont déjà.

D'autres demandes plus particulières ont été formulées. En ce qui concerne le local, le service éducatif souhaiterait l'aménagement d'un espace spécifique au sein de la médiathèque pour recevoir les classes entières afin que celles-ci puissent véritablement profiter des ressources documentaires du centre : les enfants verraient alors le fonctionnement de la médiathèque, découvriraient ses attraits et se formeraient éventuellement à en devenir des usagers plus réguliers. Cet endroit pourrait être couplé avec une véritable salle de lecture plus calme et intime. Une animatrice de l'éducatif a par ailleurs exprimé le projet de rejoindre la médiathèque pour y gérer les animations. D'autre part, le service culturel aurait besoin d'aide pour mettre en place des outils de classement rationnels et simples à gérer pour les documents qu'ils conservent. Cela permettrait en outre que la médiathèque ait connaissance de la documentation de ce service.

Toutes ces remarques s'accompagnent d'une vision plus large de la médiathèque par les membres du personnel ce qui donne lieu à d'autres propositions d'améliorations plus directement à destination du public.

3.4.3.6 Les améliorations à apporter au niveau du grand public.

Ce qui ressort assez rapidement, c'est que la médiathèque soit plus animée. Pour cela, il serait souhaitable d'envisager un espace thématique renouvelé régulièrement en fonction des thèmes de l'année à NAUSICAA et bien sûr une information en amont aux visiteurs serait à prévoir. Dans ce cadre, il serait intéressant de développer la vente d'ouvrages directement en lien avec la manifestation. La mise en place de services tel que l'heure du conte pourrait constituer un élément de vie régulier.

A moyen terme, il conviendrait de repenser le cadre de la médiathèque, en faire un endroit mieux mis en scène, attractif, confortable et convivial. Former les utilisateurs pour leurs recherches sur Internet, multiplier les produits documentaires diffusables en médiathèque et par courrier ou mails à différentes associations constitueraient des « plus » .

Dès lors, ces efforts doivent s'accompagner de davantage de communication et de publicité : montrer que l'endroit est en accès libre, que des produits y sont disponibles. Cette démarche a été amorcée par le biais d'un article rédigé dans le cadre de mon stage et diffusé dans Boulogne-sur-Mer Magazine, journal élaboré par le service de communication de la

mairie et distribué gratuitement aux boulonnais[°]. Ce papier s'accompagne d'un questionnaire sur la connaissance de la médiathèque. L'enjeu est donc double : faire connaître, présenter le lieu et sonder la population. Le journal ne paraissant que fin juillet, j'ai constitué la grille d'analyse sur Sphinx mais je ne me suis pas occupée des retours. Cette enquête a été soigneusement construite pour essayer d'obtenir le plus de retours possible et reprend les questions les plus importantes des questionnaires élaborés pour la médiathèque.

3.5 La conception des questionnaires.

3.5.1 Méthode de conception des questionnaires.

La réalisation d'une enquête de satisfaction est un processus long et délicat car les erreurs sont irréversibles. Il convient donc de prendre le temps nécessaire pour éviter d'obtenir des résultats inutilisables. Les samedis passés à la médiathèque à partir de mars m'ont permis d'appréhender sans précipitation cette phase et de rassembler la documentation nécessaire à cet effet. Ainsi la lecture attentive du manuel de Sophie Millot⁴ m'a permis de préparer une « check-list » des écueils à éviter et des règles à respecter.

La première étape consiste à récapituler les critères à explorer. Je suis donc partie de la question suivante : « Qu'est-ce qui est soumis à évaluation par le public ? » Les résultats de cette recherche m'ont conduit à lister les points à aborder et à les articuler entre eux de manière cohérente. Pour la rédaction des questions, le manuel pré-cité énonce que l'un des risques essentiel est d'obtenir des résultats sans pour autant fournir des pistes d'actions précises. Cet écueil constaté est souvent le fait d'une enquête trop générale et uniquement quantitative. Il faut récolter les raisons d'insatisfaction pour orienter l'action par la suite. Il est en effet dommage de réaliser un tel projet pour n'obtenir finalement qu'un état des lieux, insuffisant pour examiner réellement les causes d'insatisfactions.

La liste qui suit, inspirée par l'ouvrage de Sophie Millot, résume par ailleurs efficacement les différents points à ne pas omettre lors de la rédaction.

[°] Cf Annexes n° IV 1

⁴ S. Millot, *L'enquête de satisfaction. Guide méthodologique*, AFNOR, 2001.

- ❑ Privilégier les questions de fait aux questions d'opinion
- ❑ Primat accordé aux questions fermées, les questions ouvertes étant réservées au thème central de l'enquête. Possibilité de poser des questions mixtes : à la suite d'une question dichotomique, poser : si oui, lesquels ? par exemple.
- ❑ Attention à ne pas formuler des questions dont les réponses seront interprétables et donc inutilisables.
- ❑ Ne mettre qu'une question par question
- ❑ Prévoir une case : autre, non concerné, ne sait pas, sans opinion
- ❑ Les enquêtés ont une attirance vers les points positifs d'une échelle : placer les propositions du négatif au positif
- ❑ Equilibrer les réponses négatives et positives
- ❑ Etre vigilant à la tonalité des mots
- ❑ Pour comprendre comment les usagers réagissent, la formulation la plus judicieuse doit commencer par « pensez-vous », « trouvez-vous » ou « estimez-vous »
- ❑ Construction d'une logique dans la suite des questions afin de ne pas déstabiliser l'enquêté
- ❑ Garantir la protection des personnes
- ❑ Tenir compte des différentes catégories d'utilisateurs
- ❑ Etablir une date butoir de retour pour les questionnaires

3.5.2 Le test du questionnaire.

Le test d'un questionnaire sur un échantillon réduit est impératif pour vérifier la compréhension, la cohérence dans l'agencement des questions et les oublis éventuels. Il doit être soigneusement effectué, compte tenu des enjeux. Ce test a effectivement donné lieu à quelques modifications de formulation et a permis de relever un manque de précision dans les choix donnés pour une question.

3.5.3 Comment faciliter le retour des questionnaires ?

Il est évidemment nécessaire d'adapter la taille du questionnaire en fonction de la cible. Le questionnaire élaboré contenait donc presque exclusivement des questions fermées auxquelles les destinataires acceptent plus facilement de répondre car cela prend peu de temps et moins de réflexion. Par ailleurs, l'administration directe du questionnaire en médiathèque évitait aux personnes de lire inutilement les questions qui ne les concernaient pas. Trois à quatre minutes suffisaient donc.

Une lettre d'accompagnement donnant des explications sur les objectifs de l'enquête ainsi que la date de retour a accompagné tous les envois. Joindre une enveloppe T a été envisagé mais n'a pas été financièrement possible, cependant des cadeaux étaient promis aux premiers répondants pour accélérer les retours[°].

En ce qui concerne l'interrogation du public dans le hall, après avoir eu quelques difficultés le premier jour, je me suis limitée à la tranche horaire 17-19h car j'ai constaté que les visiteurs qui étaient dans NAUSICAA en fin de journée acceptaient davantage de répondre au questionnaire. Sans doute étaient-ils moins pressés et ne comptaient-ils pas, vu l'heure, faire autre chose dans les environs. Par ailleurs, les statistiques montrant que peu de visiteurs visitaient la médiathèque, je pouvais faire valoir, sans trop me tromper, une durée très courte (une minute) d'administration de l'enquête, ce qui facilitait beaucoup la collaboration des personnes.

3.6 L'analyse des questionnaires.

3.6.1 Le logiciel de traitement statistique Sphinx.

Adapté aux non-professionnels car accessible et peu dépaynant (interface windows), Sphinx est cependant un outil performant qui permet une analyse fine et rapide des résultats obtenus. La première étape consiste en l'élaboration du questionnaire avec identification des types de questions : question fermée unique, question fermée multiple, question fermée ordonnée, question fermée échelle, question ouverte numérique et question ouverte texte. Les questions peuvent ensuite être agencées par un système de renvoi qui accélère la saisie des réponses. La saisie se déroule de manière très simple puisque le logiciel fait se dérouler les questions et active les renvois éventuels : il suffit alors de cocher les cases appropriées et de demander un remplissage automatique des autres questions par des non-réponses.

[°] Cf Annexes n° II 4 et II 7

L'intérêt de ce type de logiciel tient évidemment dans les possibilités d'analyse qu'il permet. Le calcul automatique des fréquences et de la dispersion, la réalisation automatique de graphiques, le croisement de données, constituent des atouts majeurs pour l'exploitation ultérieure des résultats. Ceci étant, l'étude attentive du manuel d'explication⁵ est indispensable pour comprendre toutes les possibilités d'un tel programme, surtout en étant novice en la matière.

3.6.2 L'analyse des questions ouvertes.

Afin de traiter de manière efficace les questions ouvertes des questionnaires, il est utile de les coder, c'est-à-dire d'élaborer une liste classée des idées exprimées. La réalisation de cette codification a lieu à partir des vingt premiers questionnaires et permet d'accélérer la saisie. Constituée de catégories de base assez larges, elle s'adapte aux éventuelles propositions non-référencées qui peuvent être intégrées au fur et à mesure de la saisie.

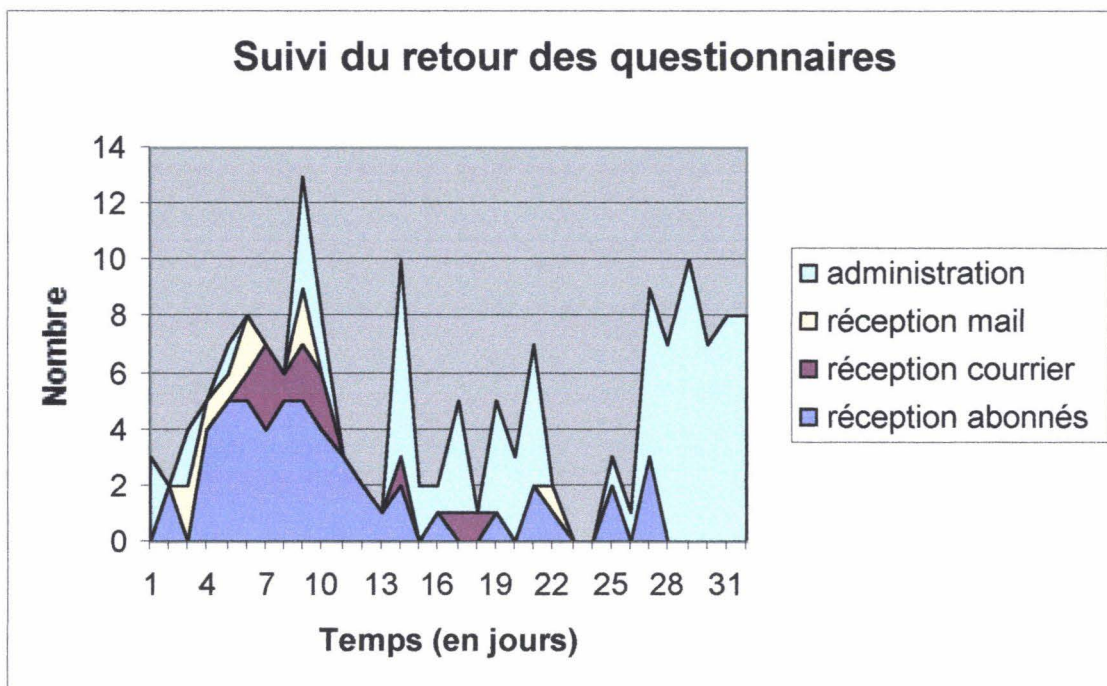
3.7 Le bilan des réponses.

Il s'avère difficile et peu constructif de traiter simultanément toutes les enquêtes. Il m'a paru plus intéressant d'envisager successivement les visiteurs du centre et de la médiathèque, les abonnés et les personnes qui ont fait des demandes par courrier. On trouvera en annexe les copies des questionnaires d'enquête⁶ ainsi que le planning des retours⁷.

⁵ L. Martin, *Traitement statistique de données avec le logiciel Sphinx*, Les éditions SMG, Trois-Rivières, 1998.

⁶ Cf Annexes n° II 1, II 2, II 3, II 5, II 6 ET II 8.

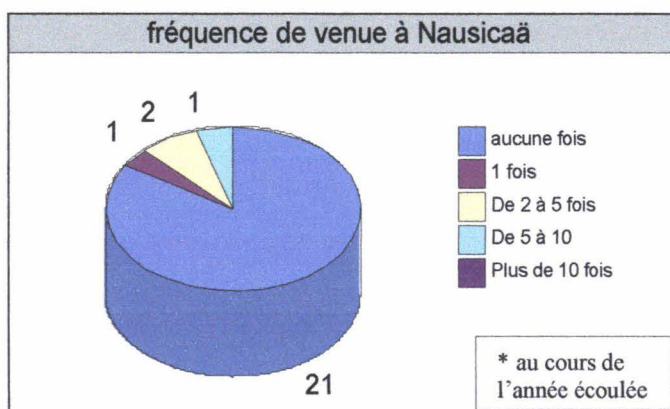
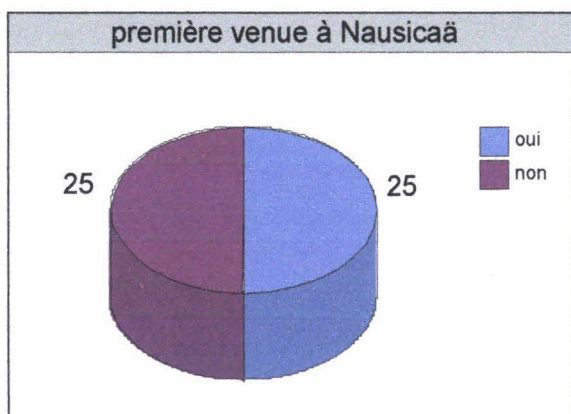
⁷ Cf Annexe n° II 9.



3.7.1 Les visiteurs de NAUSICAA et de la médiathèque.

3.7.1.1 Les visiteurs de NAUSICAA

Cinquante visiteurs de l'exposition permanente ont été interrogés dans le hall°. Ils étaient déjà venus à NAUSICAA pour moitié. Le centre attire donc toujours après une première visite et on le fait partager puisque certaines de ces personnes viennent accompagnées de nouveaux visiteurs. Cependant, seules 16 % des personnes sondées reviennent dans l'année.

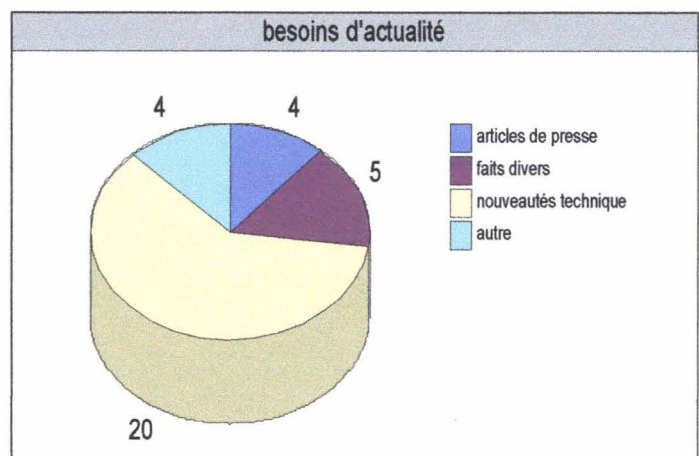
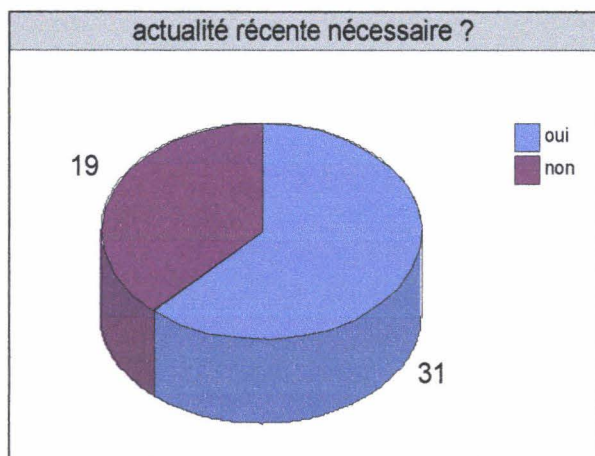


Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

° Cf Annexe n° II 11

Au cours de la visite, 90 % des sondés ont eu suffisamment d'informations pratiques et scientifiques. Les 10 % restant invoquent des problèmes d'orientation dans le circuit handicapés et poussettes d'une part et un manque de documentation, en particulier sur les espèces, d'autre part.

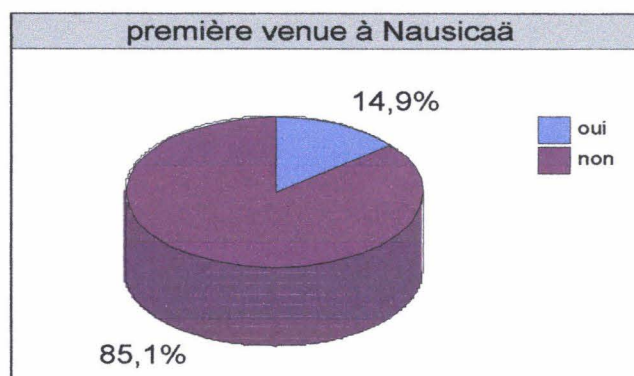
Les bornes d'actualité n'étant plus en fonctionnement, je ne pouvais interroger les personnes directement après utilisation dans l'exposition ou dans la médiathèque. Une question a néanmoins été posée aux visiteurs du centre sur l'intérêt de ce dispositif. Il semblerait que les bornes correspondent à un besoin certain. En effet, 62 % s'attendent à avoir de l'actualité très récente sur la mer. Sur les quatre propositions faites, les nouveautés techniques recueillent 60 % des suffrages. Loin derrière sont cités faits divers et articles de presse. Les demandes d'un autre type de documentation n'étant pas suivies de propositions concrètes, elles sont peu exploitables. On peut tirer de ce petit sondage, l'éventualité de recentrer les articles diffusés sur les innovations techniques, du moins au sein de l'exposition.



Le tableau est construit sur 50 observations.
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

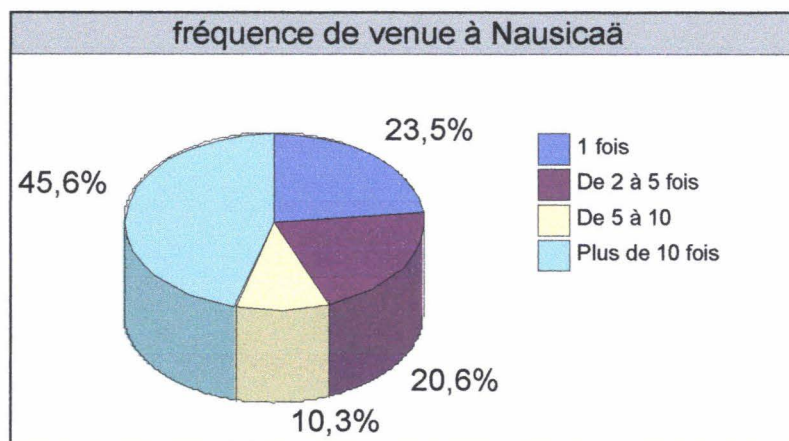
3.7.1.2 Les visiteurs de la médiathèque et NAUSICAA

Venue à NAUSICAA	Nb. cit.	Fréq.
oui	13	14,9%
non	74	85,1%
TOTAL OBS.	87	100%



Quatre-vingt sept personnes ont été sondées en médiathèque pendant le stage°. Parmi ces usagers, 14,9 % venaient à NAUSICAA pour la première fois.

Fréquence de venue à Nausicaä	Nb. cit.	Fréq.
1 fois	16	23,5%
De 2 à 5 fois	14	20,6%
De 5 à 10	7	10,3%
Plus de 10 fois	31	45,6%
TOTAL CIT.	68	100%



La question est à réponse unique sur une échelle. Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

Le tableau est construit sur 87 observations.

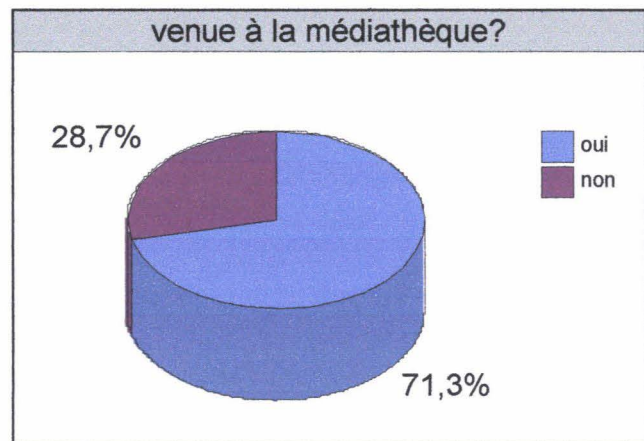
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

Parmi ceux dont ce n'est pas la première visite, 45 % (31) sont des habitués de NAUSICAA, 30 % sont venus entre 2 et 10 fois et 25 % ne sont venus qu'une fois.

° Cf Annexe n° II 10.

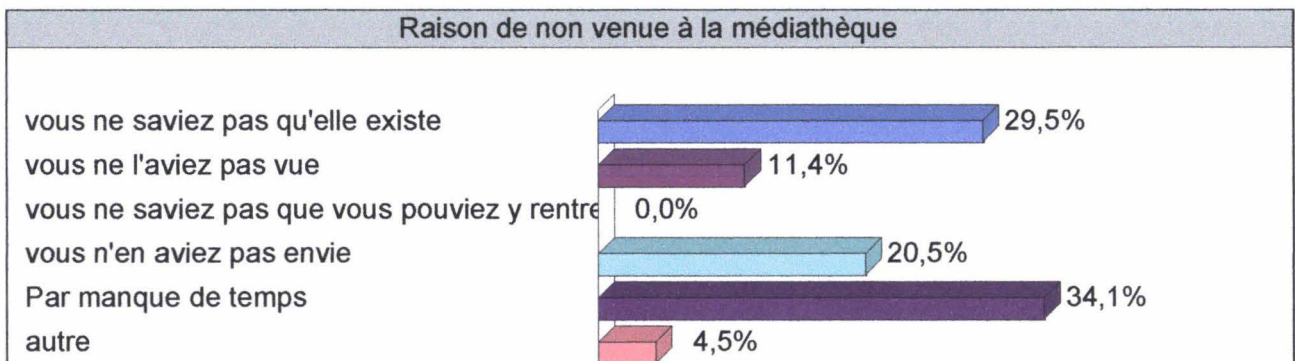
3.7.1.3 La fréquentation de la médiathèque.

Venue à la médiathèque auparavant	Nb. cit.	Fréq.
oui	62	71,3%
non	25	28,7%
TOTAL OBS.	87	100%



Seul un quart des sondés n'étaient jamais venus à la médiathèque. Or la médiathèque est en accès libre à tous les visiteurs du centre. Ce faible taux de nouveaux utilisateurs ne concorde pas avec la politique définie préalablement et dénote sans doute d'un problème de communication ou d'une carence d'attractivité voire simplement de signalétique. L'enquête de satisfaction effectuée à la médiathèque du Mémorial de Caen donne un taux de première visite de 37,5 %, soit le double. Il est possible que celle-ci ait un aspect plus attractif de l'extérieur pour recueillir la visite de tant de nouveaux usagers.

Cette hypothèse se confirme quand on interroge les visiteurs de NAUSICAA dans le hall. Alors que l'administration du questionnaire avait lieu en face de la médiathèque, seulement six personnes sur cinquante y étaient entrées. Les 44 autres invoquent à 30 % une méconnaissance de son existence et à 11 % répondent qu'ils ne l'ont pas vue. Evidemment, ces explications ne sont pas uniques : le manque de temps, de motivation et la présence d'enfants en bas âge constituent également 60 % des raisons évoquées. Cependant, il est intéressant de voir qu'elle passe à ce point inaperçue.



Le tableau est construit sur 50 observations.
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

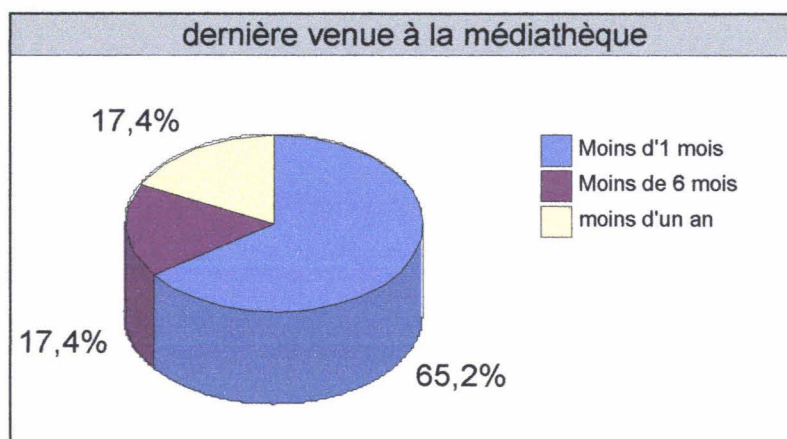
Néanmoins, la fidélisation à la médiathèque est assez forte puisque 75 % des personnes ayant déjà visité la médiathèque sont venues il y a moins d'un an.

Délai de venue à la médiathèque	Nb. cit.	Fréq.
Moins d'1 mois	30	65,2%
Moins de 6 mois	8	17,4%
moins d'un an	8	17,4%
TOTAL CIT.	46	100%

La question est à réponse unique sur une échelle.

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

Le tableau est construit sur 87 observations.

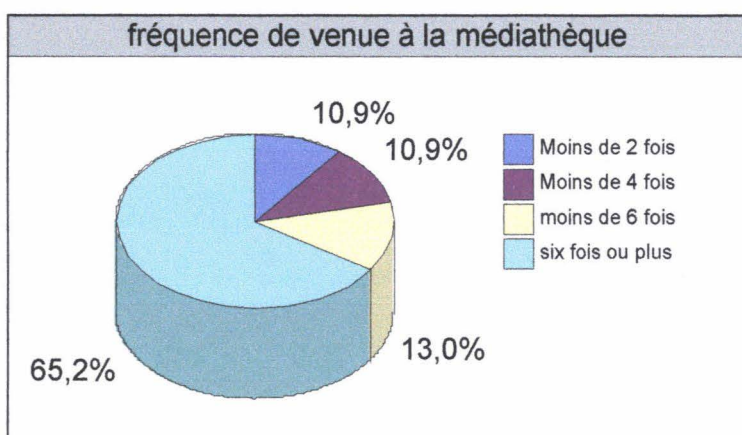


La question est à réponse unique sur une échelle.

Fréquence de venue	Nb. cit.	Fréq.
Moins de 2 fois	5	10,9%
Moins de 4 fois	5	10,9%
Moins de 6 fois	6	13,0%
six fois ou plus	30	65,2%
TOTAL CIT.	46	100%

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

Le tableau est construit sur 87 observations.

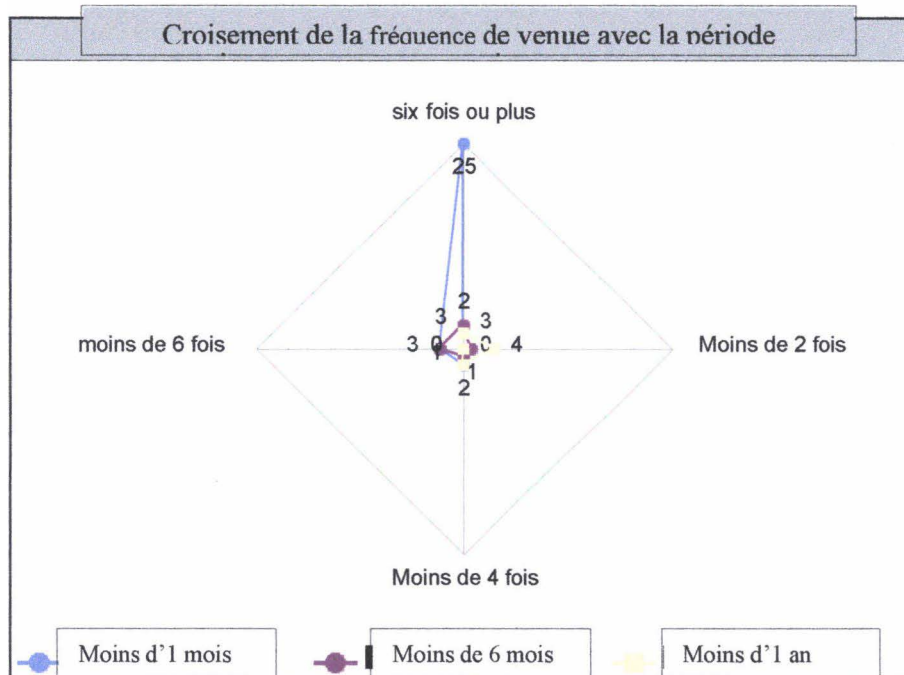


Trente personnes sont venues à la médiathèque il y a moins d'un mois. La mise en corrélation de ce résultat avec la dernière venue à la médiathèque et l'âge des usagers apporte des renseignements sur les fidèles de la médiathèque : on constate donc que la médiathèque compte 25 habitués dont 14 appartiennent au troisième âge et 6 sont âgés de 18 à 29 ans. Ce résultat peut être rapproché des 26 usagers réguliers de la médiathèque du Mémorial de Caen.

	Dernière venue à la médiathèque	âge
Moins de 2 fois (5)	moins d'un an (4) Moins de 6 mois (1)	entre 50 et 59 ans (2) moins de 18 ans (1) entre 40 et 49 ans (1)
Moins de 4 fois (5)	Moins d'1 mois (2) moins d'un an (2)	entre 40 et 49 ans (2) moins de 18 ans (1) entre 18 et 29 ans (1)
moins de 6 fois (6)	Moins d'1 mois (3) Moins de 6 mois (3)	entre 18 et 29 ans (2) moins de 18 ans (1) entre 30 et 39 ans (1)
six fois ou plus (30)	Moins d'1 mois (25)	plus de 60 ans (14) entre 18 et 29 ans (6)
ENSEMBLE (87)	Moins d'1 mois (30) Moins de 6 mois (8) moins d'un an (8)	plus de 60 ans (21) entre 40 et 49 ans (18) entre 18 et 29 ans (12)

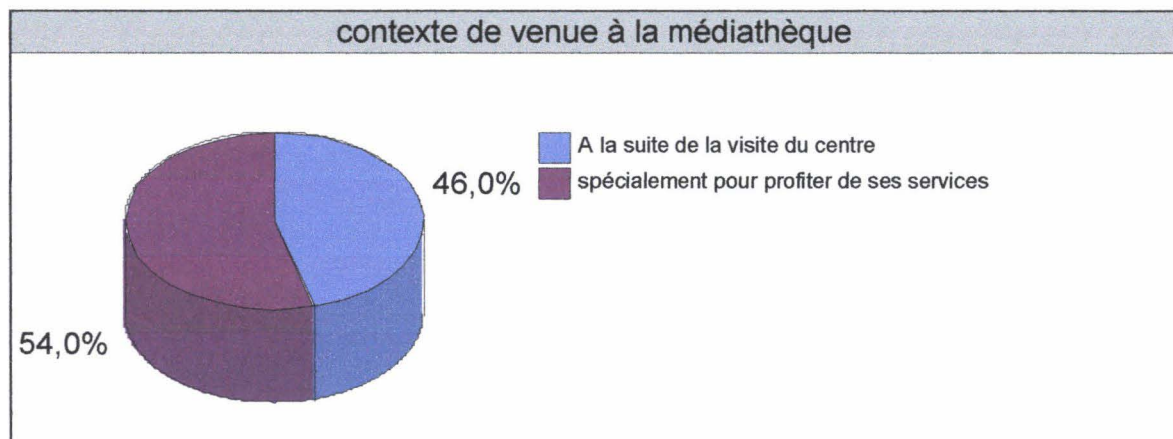
Le tableau donne les modalités les plus fréquemment citées.

Il existe un lien très marqué entre la fréquence de venue et le nombre de venues comme le montre très bien le graphique ci-après.

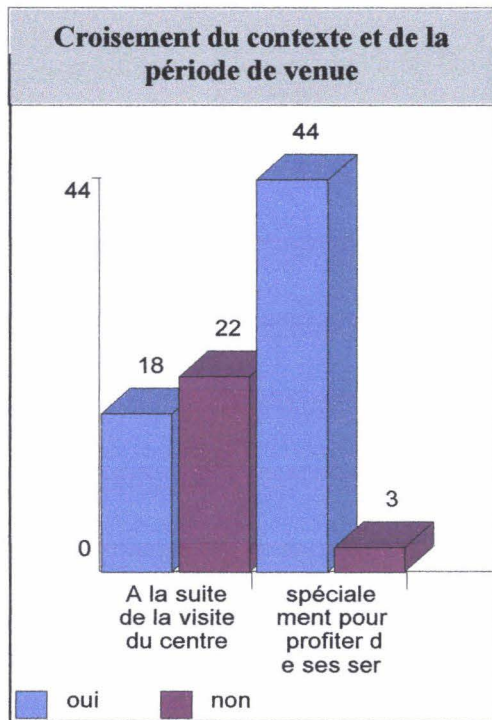


La dépendance est très significative. $\chi^2 = 25,89$, ddl = 6, 1-p = 99,98%.

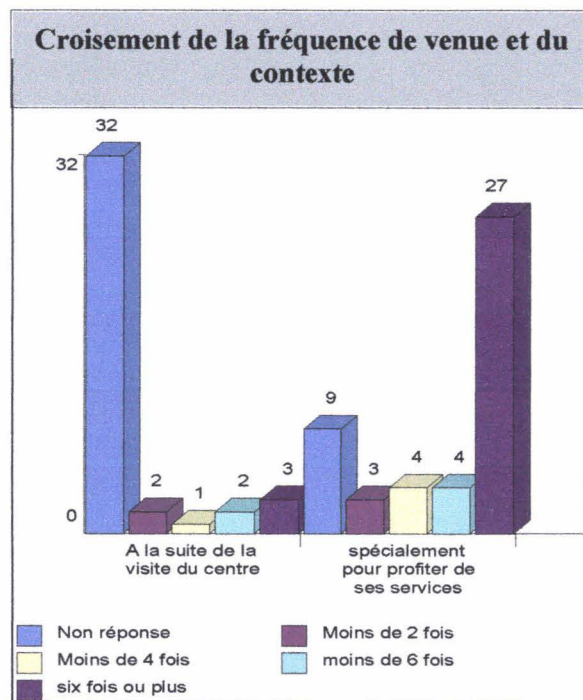
Ces analyses sont confortées par la forte proportion d'interrogés qui viennent spécialement à NAUSICAA pour profiter des services de la médiathèque.



Comme le mettent en évidence les graphiques qui suivent, la majorité des personnes qui étaient déjà venues en médiathèque auparavant (44 individus) et qui viennent souvent (27 individus), fréquentent le centre de documentation spécialement pour profiter de ses services. Cependant il faut remarquer que trois personnes sont venues spécialement pour la médiathèque sans être venues préalablement au moins une fois à NAUSICAA.



La dépendance est très significative. $\chi^2 = 24,94$, $ddl = 1$, $1-p = >99,99\%$.



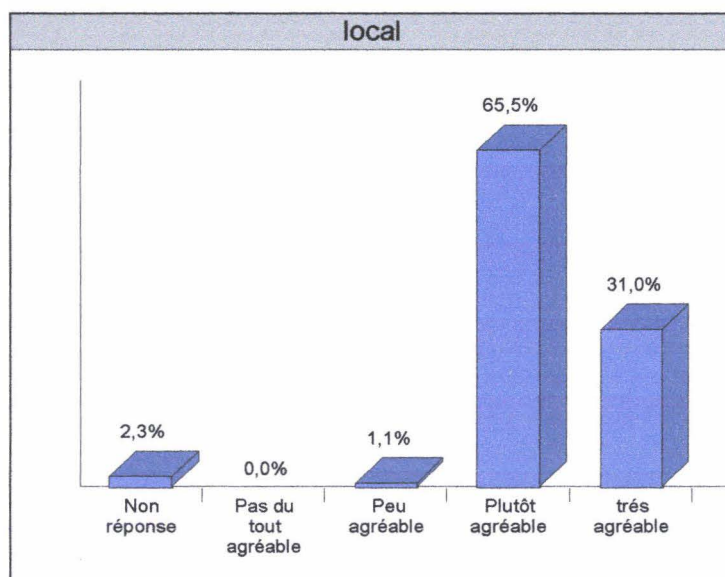
La dépendance est très significative. $\chi^2 = 34,43$, $ddl = 4$, $1-p = >99,99\%$.

Ces taux se rapprochent approximativement de ceux obtenus dans l'enquête menée à la médiathèque du Mémorial de Caen puisque 67,5 % des interrogés venaient spécialement à la médiathèque pour ses services.

Il est également intéressant de noter que 18 personnes étant déjà venues à la médiathèque auparavant avaient, le jour de l'enquête dans la médiathèque, visitées le centre. Cela veut donc dire qu'elles ont intégré le passage à la médiathèque dans leur schéma de visite du centre. Elles la considèrent comme un service à part entière dans lequel elles ont plaisir à s'arrêter.

3.7.1.4 La médiathèque : environnement et service.

Le local.



Locaux adaptés ?	Nb. cit.	Fréq.
oui	82	97,6%
non	2	2,4%
TOTAL CIT.	84	100%

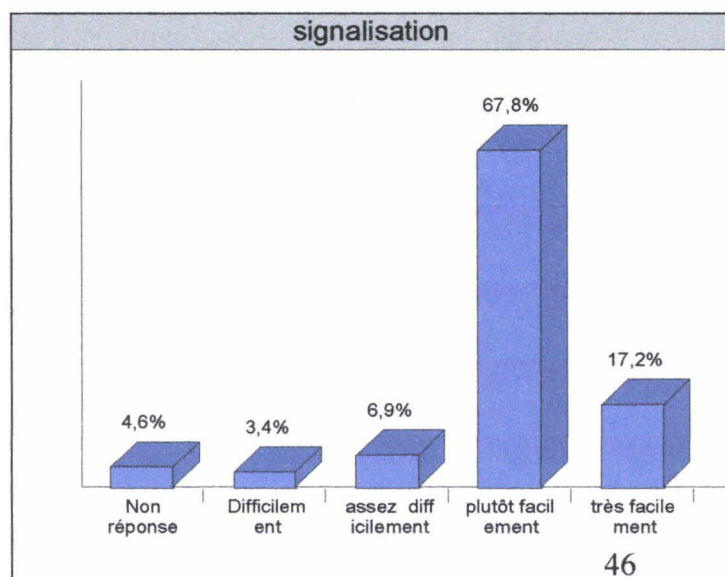
La question est à réponse unique sur une échelle.

Le tableau est construit sur 87 observations.

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations

A 96,5 %, les locaux sont jugés agréables voire très agréables et à 97,6 %, ils sont adaptés aux besoins des usagers. Les deux personnes qui ont répondu par la négative ont invoqué un coin revues inadapté et des sièges peu confortables. Etant donné que 71 % des utilisateurs interrogés sont plus ou moins des réguliers de la médiathèque, ce bilan se révèle très positif.

La signalisation est jugée correcte par 68 % des intéressés. Le taux de personnes qui se repèrent très facilement est relativement peu important si l'on compare avec la question de satisfaction par rapport au local et il faut noter que 10 % ont du mal à s'orienter dans l'espace alors qu'il s'agit de personnes qui ont effectivement pénétré au moins une fois dans la médiathèque.

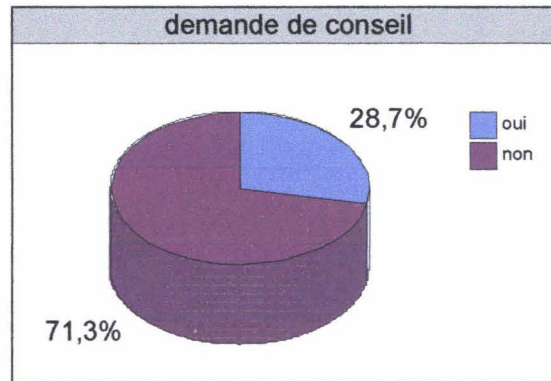


Un effort serait donc à faire sur ce point afin d'obtenir des taux plus satisfaisants d'autant que les taux de satisfaction obtenus à Caen étaient de 96 % à la question « la signalétique est-elle suffisante ? »

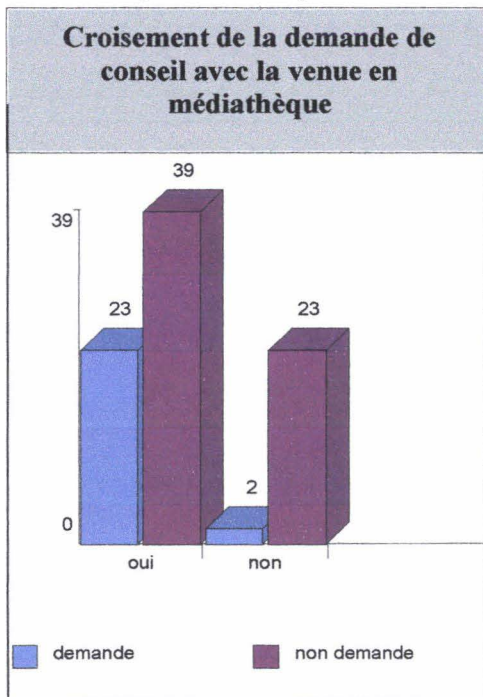
Moyenne = 3,04 Ecart-type = 0,63

La question est à réponse unique sur une échelle. Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (Difficilement) à 4 (très facilement).

La demande de conseil.



Un quart des usagers avait déjà demandé conseil aux documentalistes. Trois quarts n'en éprouvaient pas le besoin à 88,5 % ; 5 % avait peur de déranger et une personne ne savait pas que les documentalistes pouvaient la renseigner. Les autres raisons invoquées sont la recherche personnelle pour deux individus et un manque de temps pour le troisième.



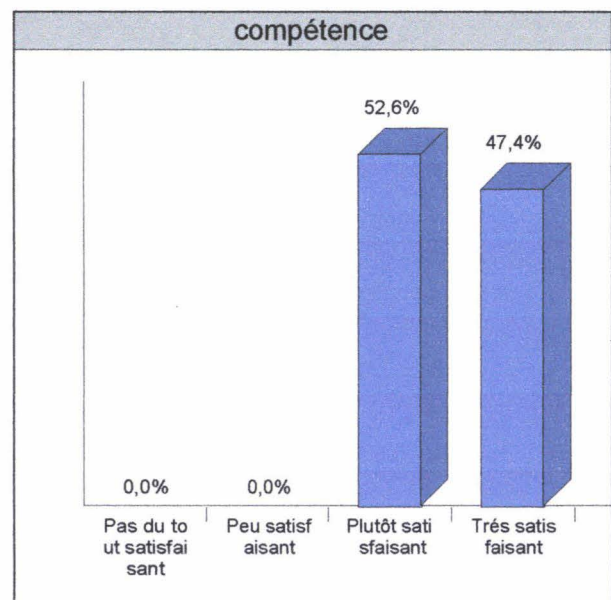
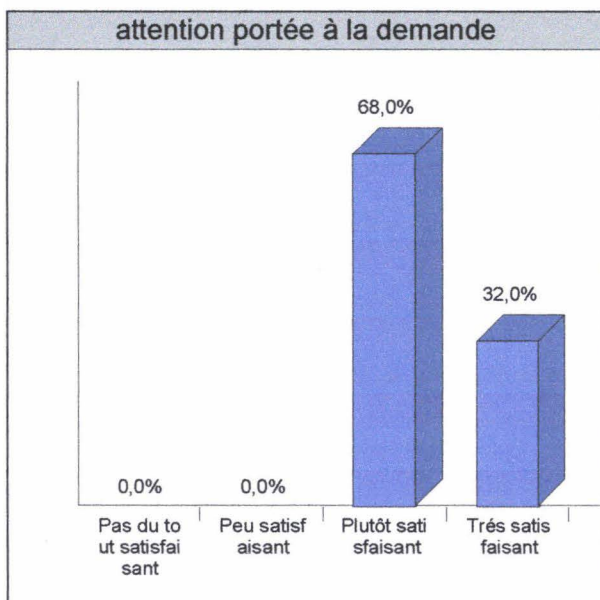
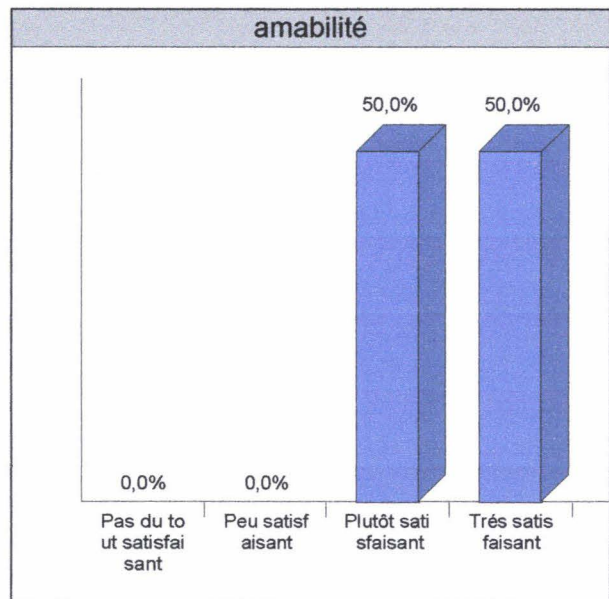
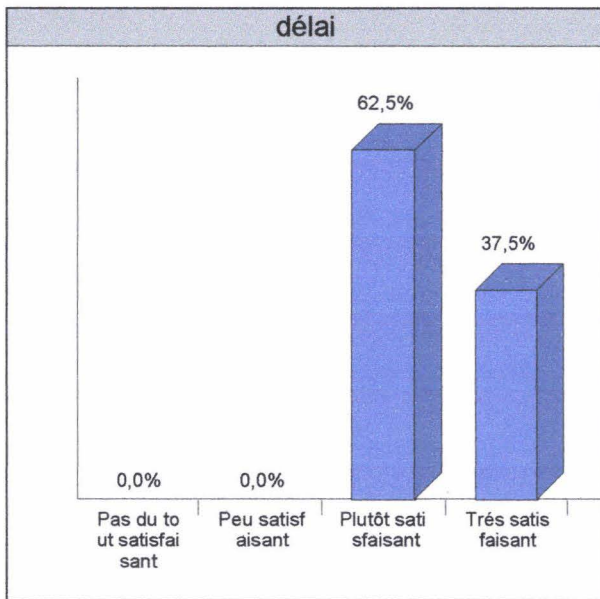
La dépendance est très significative. $\chi^2 = 7,37$, ddl = 1, 1-p = 99,34%.

Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Un lien fort existe entre la première venue ou non en médiathèque et la demande de conseil, comme le montre le graphique ci-après. En effet, les personnes qui s'adressent aux documentalistes sont celles qui sont déjà venues. Cependant, l'inverse ne se vérifie pas : une personne qui ne demande pas de conseil ne vient pas forcément à la médiathèque pour la première fois. Quoi qu'il en soit, les personnes s'étant déjà adressées aux documentalistes ont toujours obtenu des informations correspondant à leurs besoins.

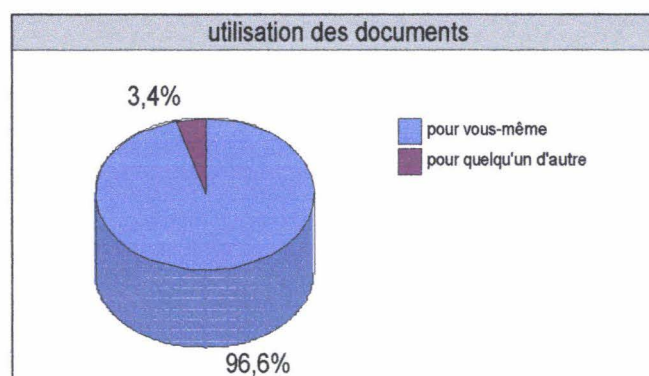
Le service.

Aucune insatisfaction n'est à relever concernant la qualité du service dans sa globalité (délai, amabilité, attention portée aux demandes et compétence). Les 24 usagers sont satisfaits ou très satisfaits mais de manière variable cependant. L'amabilité du personnel donne lieu à un fort taux de grande satisfaction ce qui est moins le cas pour l'attention portée à la demande.



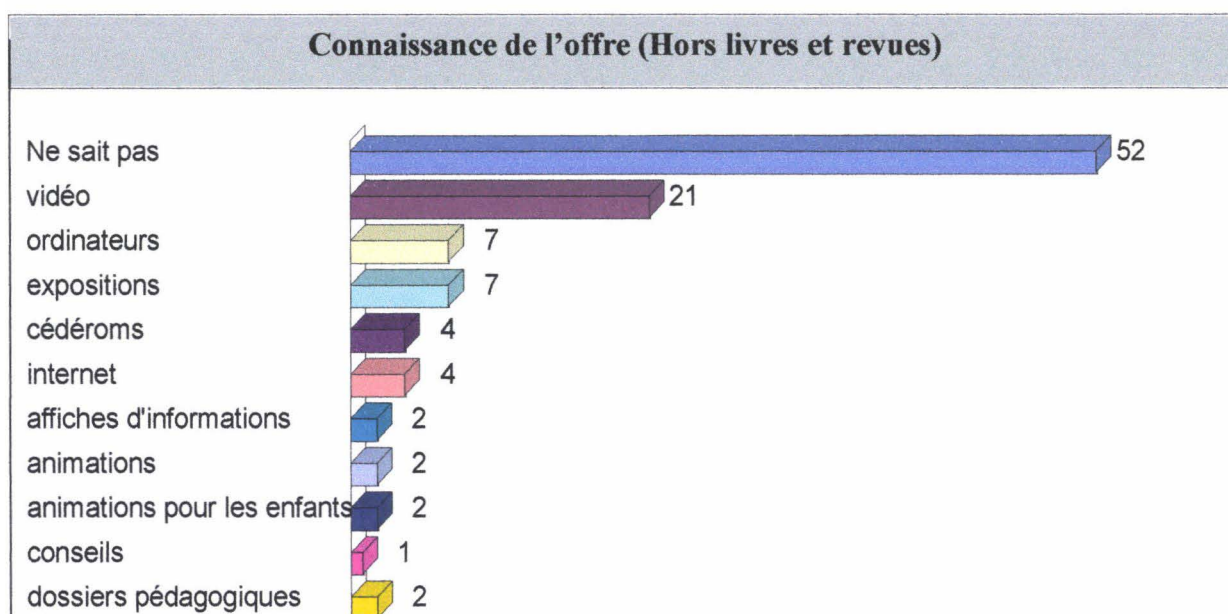
3.7.1.5 L'utilisation de la médiathèque.

La connaissance de la médiathèque.



Les personnes se rendent à la médiathèque à 96,6 % pour leurs propres besoins ou plaisir. Seules deux personnes ont déclaré être là pour leurs enfants et une pour le travail.

Une question ouverte portait sur la connaissance de la médiathèque : « Pourriez-vous me citer des produits ou services disponibles à la médiathèque en dehors des livres et des revues ? ». Les enquêtés étaient parfois assez désemparés devant cette interrogation alors même qu'ils pouvaient venir souvent et depuis longtemps dans ce lieu. Les réponses sont donc assez significatives de la mise en valeur des produits et services car sans se servir de quelque chose, on peut du moins l'avoir remarqué.

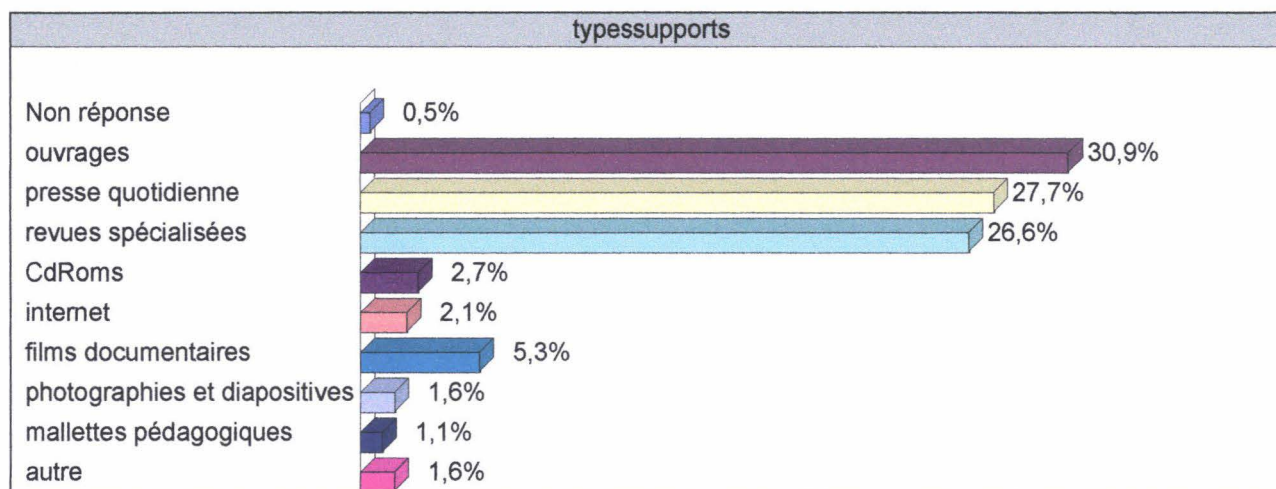


Il est intéressant de constater que la moitié des usagers ne savent pas ce qu'ils peuvent trouver en médiathèque comme produits ou services outre le fonds documentaire classique.

Le manque de communication vers l'extérieur est donc prégnant. Par ailleurs, si les différents types de supports sont plus ou moins remarqués, les services sont complètement oubliés : une seule personne cite les conseils donnés par les documentalistes. Peut-être est-ce simplement considéré comme une évidence. De plus, personne ne parle du service photocopie sur place. Sur ce point, une carence d'information de l'utilisateur existe véritablement. En effet, une photocopieuse était installée dans la médiathèque avant le passage à l'euro. La conversion de la machine n'étant pas rentable, les copies sont maintenant faites directement par le personnel de l'accueil (service payant : 0,30^E la copie). Cependant nulle information n'est transmise à ce sujet. Les nouveaux arrivants ne peuvent donc en avoir connaissance sans s'adresser directement aux documentalistes. Pour preuve, deux personnes ont suggéré la possibilité de photocopier comme idée d'amélioration (!)

L'utilisation de la pluralité du fonds

La question portait sur les types de supports ayant déjà été consultés en médiathèque.



Le nombre de citations est supérieur au nombre d'observations du fait de réponses multiples

Une personne n'a pu répondre à cette question car elle accompagnait son enfant pour le concours de dessin. Sinon, les réponses étaient souvent multiples.

Les ouvrages restent les ressources utilisées prioritairement, talonnés de près par la presse quotidienne et les revues spécialisées. Cette constatation n'est pas complètement en adéquation avec les possibilités d'acquisition de la médiathèque. Le non-renouvellement des livres constituent donc implicitement un manque pour les usagers puisque c'est ce type de support qu'ils utilisent le plus.

La maigre utilisation des vidéos confirme les statistiques effectuées sur ces dernières années. La ressource est là mais n'est plus demandée.

L'utilisation moindre des ressources informatiques s'explique quant à elle d'une autre manière : elle est en partie due à la fermeture du réseau pendant la période de l'enquête (pour les raisons énoncées supra). Néanmoins nous avons vu que la majorité des enquêtés ne venaient pas pour la première fois. On peut en déduire une méconnaissance de l'existence du support, de son fonctionnement ou des possibilités qu'il offre. Une meilleure sensibilisation et un accompagnement des usagers serait sans doute utile pour optimiser le serveur lorsque celui-ci sera remis en place.

Sur quatre enseignants interrogés, deux ont cité l'utilisation de mallettes pédagogiques. Le faible nombre d'enseignants ayant répondu est sans doute dû à la période de fin d'année scolaire. De plus, les enseignants qui se rendaient en médiathèque demandaient généralement des renseignements directement à l'accueil sans se préoccuper du fonds

documentaire de la médiathèque. Ils ne rentraient donc pas dans les critères de mon échantillon. Une optimisation du travail avec les classes dans la médiathèque pourrait améliorer la fréquentation de la structure et ainsi mettre plus en valeur le fonds.

Il est à remarquer que deux personnes ont noté la lecture du journal de Jean-Louis Etienne dans la rubrique « autre ». Celui-ci n'existant pas encore lorsque j'ai élaboré le questionnaire, je n'ai pu le soumettre au jugement des usagers comme je l'ai fait pour les bornes d'actualités et le programme des émissions de télévision sur la mer.

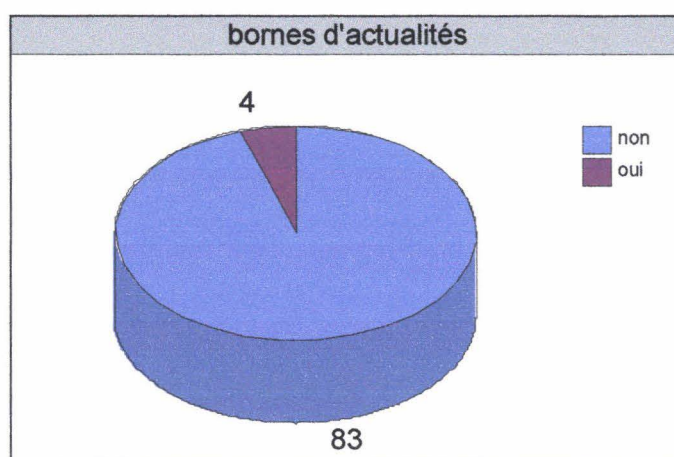
Par ailleurs, il est intéressant de noter que les variables « types de support » et « âge » ne sont pas concomitantes. Les jeunes n'utilisent pas beaucoup plus les ressources multimédia que les plus âgés et les ouvrages et revues ne sont pas consultés forcément par une tranche d'âge spécifique même si le troisième âge est assez adepte de la presse et des périodiques.

typesupports /âge	moins de 18 ans	entre 18 et 29 ans	entre 30 et 39 ans	entre 40 et 49 ans	entre 50 et 59 ans	plus de 60 ans	TOTAL
ouvrages	10	7	8	14	7	11	57
presse quotidienne	5	8	5	10	8	15	51
revues spécialisées	5	8	6	8	7	16	50
CdRoms	2	1	1	1	0	0	5
internet	2	0	0	0	2	0	4
film documentaire	2	3	1	0	0	3	9
photographies diapositives	0	0	0	1	0	2	3
mallettes pédagogiques	0	0	0	2	0	0	2
autre	0	0	0	1	2	0	3
TOTAL	26	27	21	37	26	47	184

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 46,43$, ddl = 40, 1-p = 77,56%.

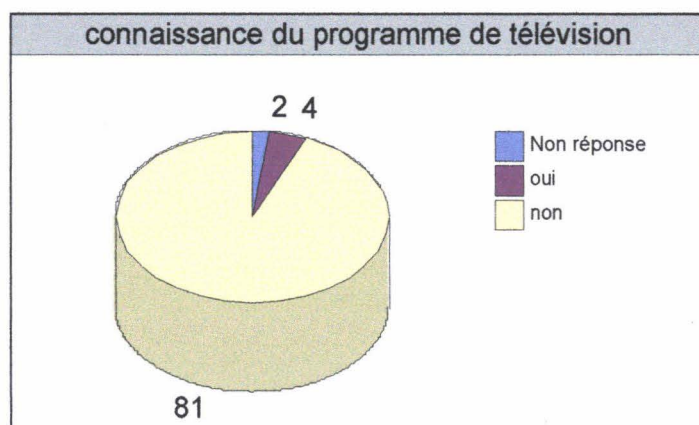
Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Les produits documentaires.



Seules quatre personnes ont connaissance de l'existence de bornes d'actualité. Il est vrai que celles-ci n'étant pas en marche au moment de l'enquête, 25 personnes sur les 87 ne pouvaient en avoir connaissance puisqu'elles venaient pour la première fois. Toutefois, mon analyse rejoint celle effectuée précédemment sur l'offre informatique.

Sur les quatre réponses positives, je n'ai pu obtenir que trois appréciations car la dernière personne ne se souvenait plus de ce qu'elle en avait pensé. Les trois autres ont jugé le produit plutôt intéressant.



Une méconnaissance similaire est à déplorer quant au programme de télévision. Les gens étaient d'ailleurs parfois aussi surpris et qu'intéressés de découvrir cette offre par l'intermédiaire du questionnaire.

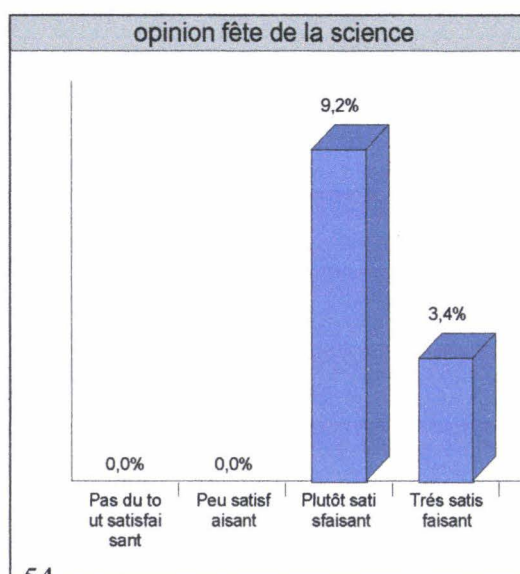
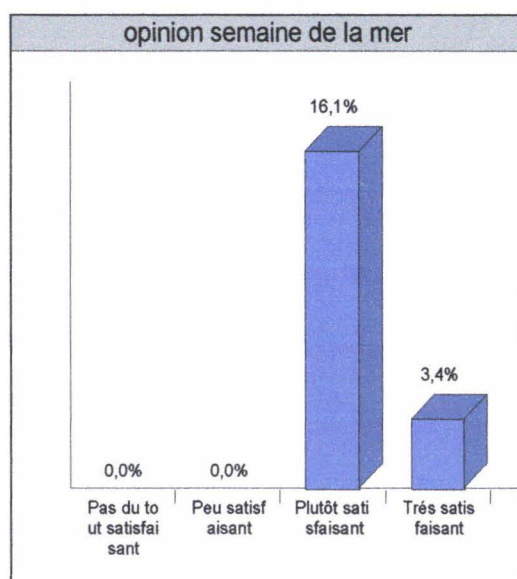
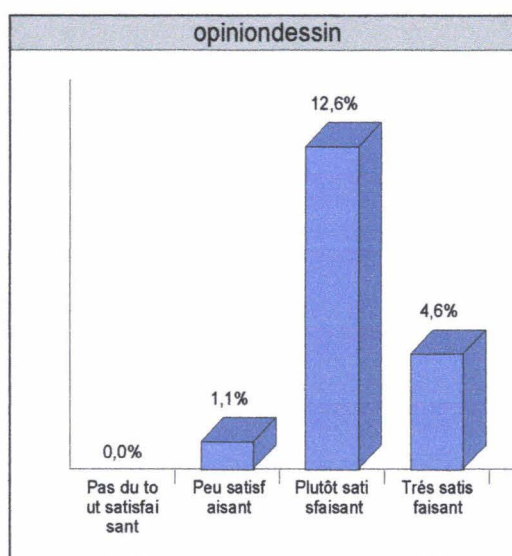
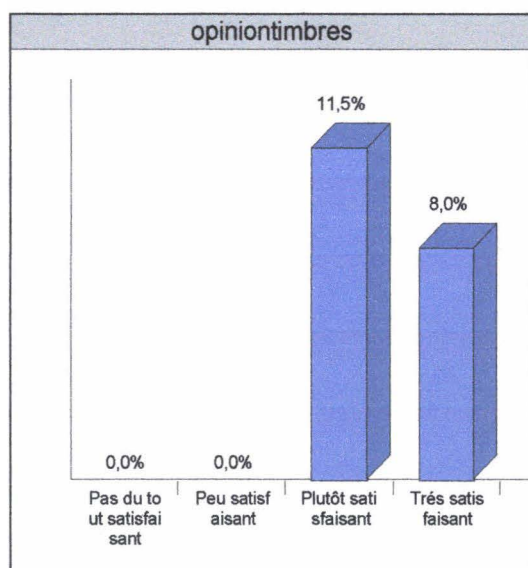
Trois des quatre personnes le connaissant l'ont consulté moins de deux fois et une seule plus de quatre fois.

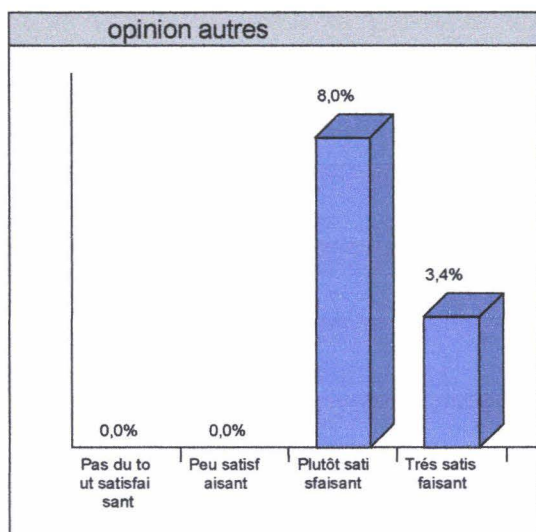
Les manifestations organisées par la médiathèque.



Le tableau est construit sur 87 observations.

Un peu moins de la moitié des personnes interrogées ont assisté à au moins une manifestation organisée par la médiathèque. Sur les 47 restantes, 25 venaient pour la première fois à la médiathèque. On peut en déduire que les animations et expositions ont touché deux tiers des personnes.

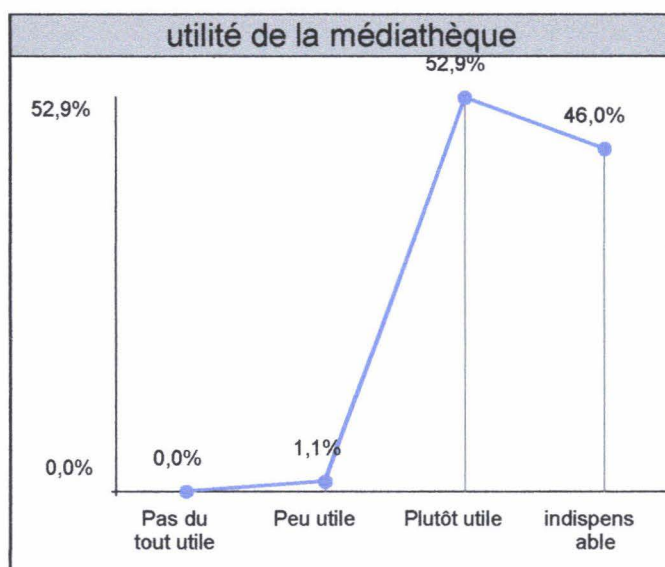




Les autres manifestations mentionnées ont été majoritairement l'exposition de photos sur la région (6 personnes), la course du Figaro (2 personnes) et une exposition de poèmes d'enfants (1 personne).

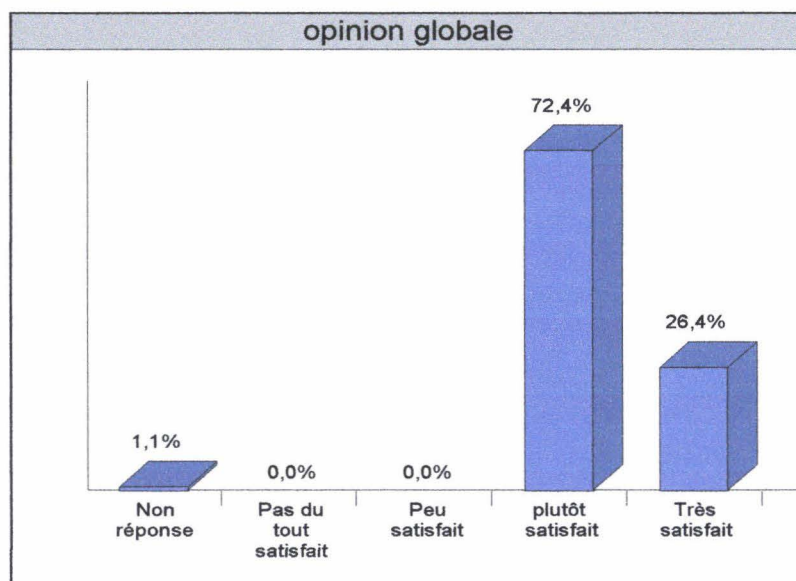
Si personne n'a évoqué le printemps du conte, les autres manifestations sont généralement jugées satisfaisantes. L'exposition de timbres a remporté un taux important d'opinions très satisfaisantes par rapport aux autres. Une seule personne a émis une opinion peu satisfaisante par rapport au concours de dessin.

3.7.1.6 Opinion globale



La question est à réponse unique sur une échelle.

99 % des intéressés estiment que la médiathèque est utile ou indispensable. Malgré une relative méconnaissance des offres de service, les gens expriment donc un réel intérêt par rapport à ce lieu.



La question est à réponse unique sur une échelle.

Cette dernière remarque couplée avec un taux de satisfaction de presque 100 % dont 26% de très grande satisfaction, permet d'aboutir à la conclusion que le maintien de la médiathèque destinée au grand public est nécessaire puisque celle-ci répond à une demande. L'objectif serait maintenant d'accroître le taux de très grande satisfaction. Les idées d'amélioration émises par le grand public peuvent permettre d'atteindre ce but.

	Effectif	%
1. LES LOCAUX		
1.1 L'espace		
<i>1.1.1 Agrandir</i>	6	8,5%
<i>1.1.2 Plus de places assises</i>		
1.2 Le décor et l'ambiance		
<i>1.2.1 Un aquarium dans la médiathèque</i>	2	2,8%
<i>1.2.2 Plus de décor</i>	4	5,6%
<i>1.2.3 Fond musical (mer)</i>	1	1,4%
1.3 Le confort	1	1,4%
<i>1.3.1 Problème de la chaleur</i>	7	9,9%
<i>1.3.2 Fauteuils enfants ne sont pas propres et agréables</i>		
<i>1.3.3 Trop de bruit</i>	6	8,5%
<i>1.3.4 Fauteuils plus confortables</i>	1	1,4%
<i>1.3.5 Plus de lumière dans la salle de lecture</i>	1	1,4%
<i>1.3.6 Ballons d'eau froide l'été</i>	1	1,4%
2. FONDS DOCUMENTAIRE		
2.1 Exhaustivité		
<i>2.1.1 Plus de livres</i>	9	12,7%
<i>2.1.2 Presse quotidienne plus diversifiée</i>	1	1,4%
<i>2.1.3 Plus de films documentaires</i>	1	1,4%
<i>2.1.4 Plus de CD audio</i>	1	1,4%
<i>2.1.5 Plus de cédéroms et d'ordinateurs</i>	2	2,8%
2.2 Renouvellement	2	2,8%
<i>2.2.1 Livres enfants qui sont vieux et abîmés</i>	1	1,4%
<i>2.2.2 Référentiels chiffrés</i>	1	1,4%
<i>2.2.3 Vidéos</i>	1	1,4%
2.3 Accès		
<i>2.3.1 Mettre des ordinateurs (catalogue en ligne)</i>	1	1,4%
<i>2.3.2 Signalisation à améliorer</i>	4	5,6%
<i>2.3.3 Faire une liste des CDRoms</i>		
<i>2.3.4 Elargir les horaires le matin</i>	1	1,4%
2.4 Informations sur l'environnement maritime local (pollution...)		
3. LES PRODUITS ET SERVICES		
3.1 Photocopies	2	2,8%
<i>3.1.1 Photocopies couleur de bonne qualité et peu onéreuses</i>		
<i>3.1.2 Photocopies couleur en arrêt sur image des cassettes vidéo</i>		
3.2 Vidéothèque		
<i>3.2.1 Sélection des vidéos indispensables à un passionné de la mer</i>		
<i>3.2.2 Ecrans vidéo mal situés : reflets gênent pour voir les films</i>		
3.3 Bornes informatiques tactiles	1	1,4%
3.4 Emprunt	3	4,2%
3.5 Portail sur Internet		

4. COMMUNICATION	1	1,4%
4.1 Mettre en évidence l'accès libre à la médiathèque en français et en anglais		
4.2 Savoir si les livres sont empruntables		
4.3 Les services et produits documentaires		
<i>4.3.1 Mise en valeur dans la médiathèque</i>	4	5,6%
<i>4.3.2 Envoyer un récapitulatif aux abonnés une fois par an</i>		
<i>4.3.3 Communiquer les manifestations mises en place par la médiathèque</i>	1	1,4%
4.4 Faire visiter la médiathèque		
4.5 Mettre en évidence le fonds anglophone		
5. ANIMATIONS		
5.1 Petites expositions		
<i>5.1.1 sur des thèmes précis en rapport avec NAUSICAA</i>	2	2,8%
<i>5.1.2 sur la littérature et la mer (ex. : année V.Hugo)</i>	1	1,4%

Nombre de valeurs différentes : 31

'2.1.1' est le plus cité : 9 observations.

Il y a 43 non-réponses.

Le tableau ainsi constitué est valable pour les abonnés et le public interrogé en médiathèque.

La demande la plus forte concerne une augmentation du nombre de livres (documentaires, romans, bandes dessinées) sur des thèmes très variés : les coraux et les poissons tropicaux..., le Boulonnais..., de la vulgarisation en aquariophilie et en construction de bateaux amateurs... Dans cette ligne, davantage de CD audio, cédéroms et ordinateurs sont demandés. Un renouvellement des livres destinés aux enfants et des référentiels chiffrés a également été cité.

Pour accéder à ce fonds documentaire, un espace plus grand et une signalisation plus visible ont été suggérés. En outre, un usager souhaiterait pouvoir accéder au catalogue informatisé. Le décor et le confort sont globalement à améliorer : un aquarium, un fond musical, la climatisation, une insonorisation, des fauteuils plus confortables, une salle de lecture plus claire...

3.7.1.7 Les visiteurs de Nausicaä et la médiathèque

Six visiteurs seulement interrogés dans le hall s'étaient déjà rendus en médiathèque. L'exploitation de si peu de résultats est peu fiable. Néanmoins, un résumé rapide peut en être fait, pour information.

Tous se sont rendus à la médiathèque à la suite de la visite du centre. Trois sont venus dans l'année et deux au cours du mois qui précédait. Quoiqu'il en soit, aucune de ces trois personnes n'est venue à plus de quatre reprises au cours de l'année.

Le local leur a semblé (à 50/50) agréable et très agréable et tous ont trouvé les locaux adaptés à leurs besoins. La signalisation leur a semblé plutôt facile (4) ou très facile (1) excepté pour une personne qui s'est repérée assez difficilement.

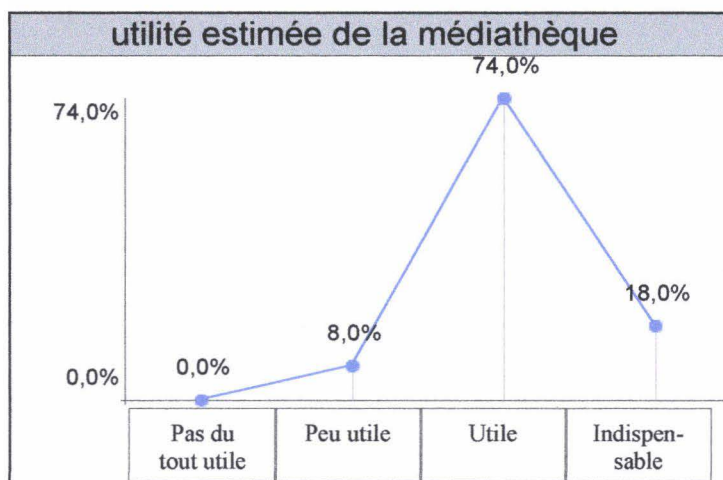
Deux personnes avaient déjà demandé conseil aux documentalistes, les autres n'en éprouvant pas le besoin. L'information transmise s'est alors révélée adéquate pour une personne et trop technique pour l'autre. Délai, amabilité, attention portée à la demande ont été estimés plutôt satisfaisants à chaque fois. Les avis divergent au niveau de la compétence des interlocuteurs puisque une personne l'a trouvé peu satisfaisante et l'autre, au contraire, très satisfaisante.

La connaissance du fonds est peu développée même si les personnes vont à la médiathèque pour répondre à leurs besoins propres. Cinq personnes ne savent pas du tout ce qu'elles peuvent trouver en sus des livres et revues. Un unique usager cite les cédéroms et les films.

Les ouvrages restent les supports les plus utilisés (50 %). Presse, revues, internet et films documentaires sont cités une fois chacun. Le programme des émissions de télévision sur la mer était connu d'une personne, ce qui est déjà beaucoup pour un si petit échantillon. Elle l'avait utilisé moins de quatre fois. Les manifestations visitées se limitent à la semaine de la mer (deux personnes) et la journée de lancement des timbres sur la mer (une personne). Les personnes concernées étaient satisfaites et très satisfaites de ces animations.

Le bilan final est positif pour quatre des usagers et très positif pour les deux autres. Une seule personne a souhaité donner une idée d'amélioration. Celle-ci concernait l'agrandissement du fonds documentaire.

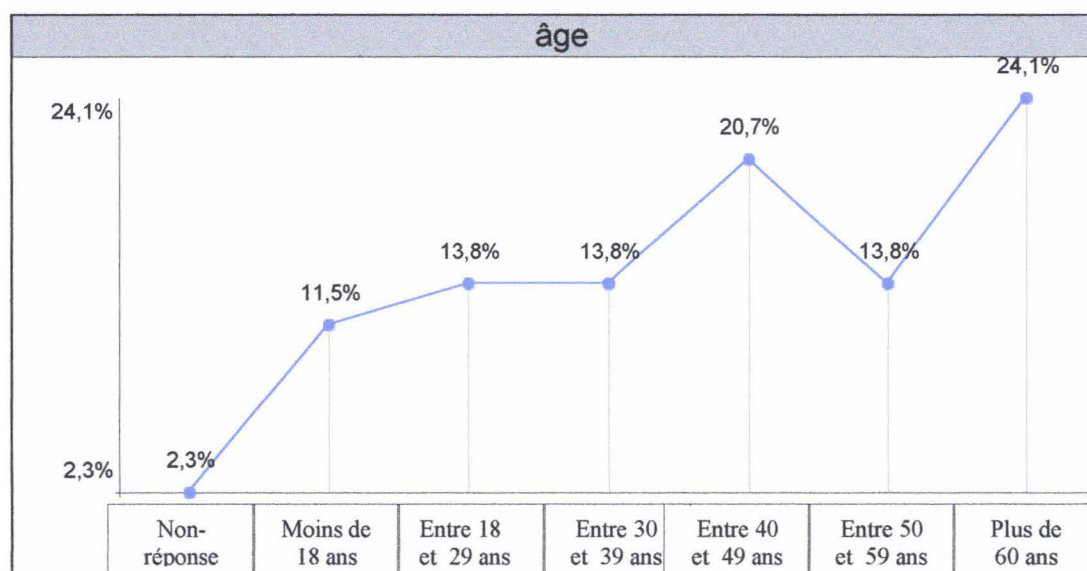
La question de l'utilité de la médiathèque dans un centre comme Nausicaä a été posée à toutes les personnes interrogées. La plupart ne connaissaient donc pas ce service mais à 74 % il a été jugé utile et à 18 % indispensable, 8 % ont estimé qu'il était peu utile.



3.7.1.8 Qui sont les personnes interrogées ?

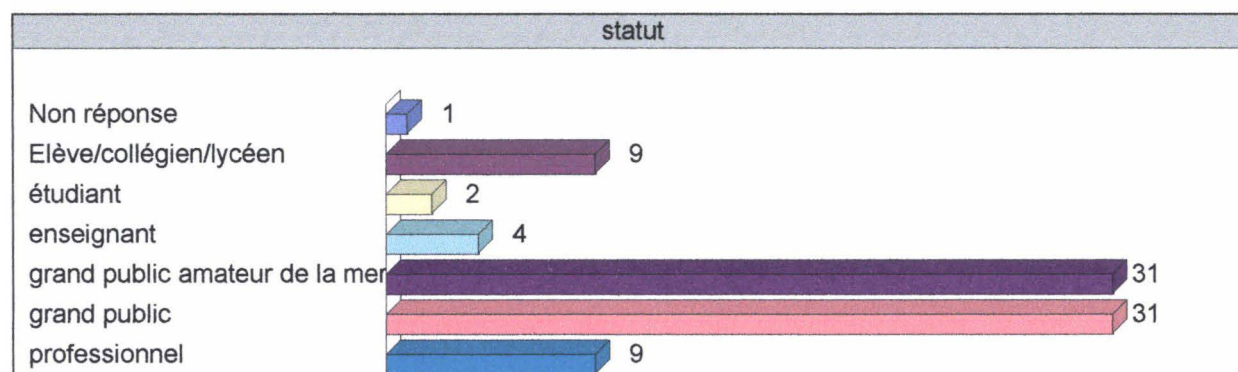
L'échantillon de la médiathèque (87 personnes)

Le public qui entre à la médiathèque et qui utilise les ressources documentaires est plutôt situé dans la tranche des plus de 60 ans ou entre 40 et 49 ans.



La question est à réponse unique sur une échelle.

La médiathèque de Nausicaä est un service spécialisé sur la mer. Cependant, le public auquel s'adresse la structure est plus large que celui des seuls amateurs de la mer ou des professionnels de ce secteur qui ne représentent que deux cinquième des usagers comme l'illustre le tableau infra.



professionnel	Nb. cit.	Fréq.
entreprise dans le domaine maritime	4	4,6%
entreprise hors du domaine maritime	2	2,3%
association	1	1,1%
musée	1	1,1%
centre de recherche	2	2,3%
aquarium	2	2,3%
TOTAL OBS.	87	

La somme des pourcentages est inférieure à 100% du fait des suppressions.
Une personne peut donner plusieurs réponses.

A 58 %, ce sont des personnes du Pas-de-Calais qui se rendent à la médiathèque. A noter que 38 % sont Boulonnais. En outre, 15 % des usagers viennent du Nord. Angleterre et Belgique sont plus représentés que la plupart des départements français. Si l'on divise sommairement le reste de la France, on dénombre :- pour le Nord quatre personnes,- pour le sud, sept,- pour l'est, une et - pour la région parisienne, cinq.

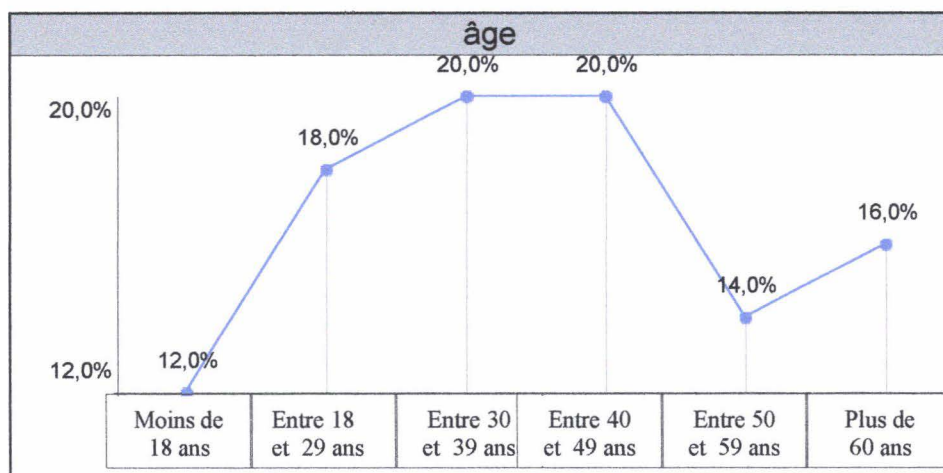
62	50	58,1%
59	13	15,1%
76	3	3,5%
Angleterre	3	3,5%
Belgique	3	3,5%
60	2	2,3%
80	2	2,3%
13	1	1,2%
21	1	1,2%
31	1	1,2%
33	1	1,2%
42	1	1,2%
51	1	1,2%
64	1	1,2%
67	1	1,2%
83	1	1,2%
93	1	1,2%

62200	33	38,4%
62480	3	3,5%
Angleterre	3	3,5%
Belgique	3	3,5%
59800	2	2,3%
60490	2	2,3%
62230	2	2,3%
62930	2	2,3%
76000	2	2,3%

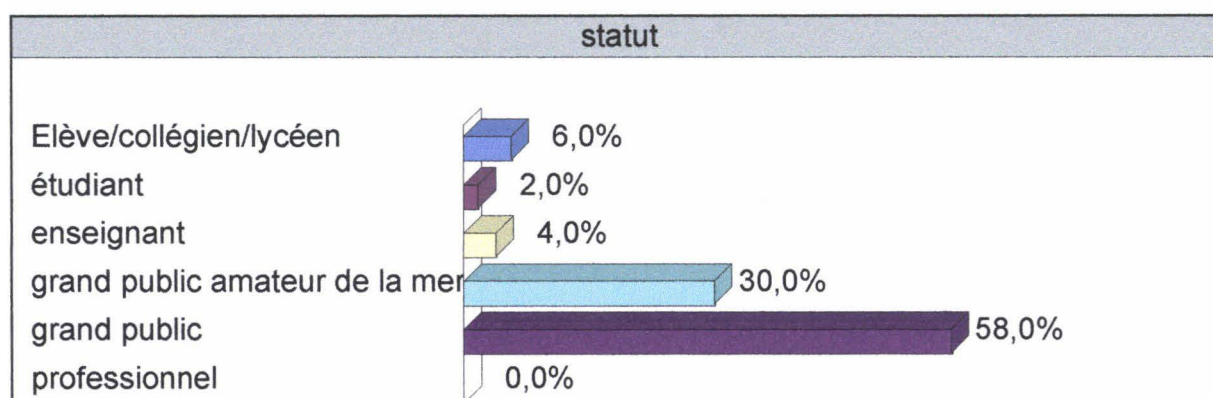
Nombre de valeurs différentes : 17
'62' est le plus cité : 50 observations.
Il y a 1 non-réponses.

L'échantillon des visiteurs de Nausicaä (50 personnes).

La difficulté a été de respecter les critères définis dans l'échantillon. Les tranches d'âge ne sont donc pas identiques au niveau de leur poids et fluctuent de 6 à 10 personnes. Trouver des personnes ayant moins de 18 ans étant capables de répondre au questionnaire s'est avéré le plus difficile (trop d'esquives ou parole confisquée par les adultes accompagnateurs). La tranche 50-59 ans était par ailleurs peu facilement identifiable et il est souvent arrivé que les personnes aient plus de 59 ans ou moins de 50 ans.



Plus de la moitié se sont définis comme grand public. 30 % étaient amateurs de la mer. Si l'on compare avec les résultats de la médiathèque, on se rend compte que Nausicaä est considéré comme un loisir pour la plupart des visiteurs. Le besoin d'information supplémentaire émane plus d'un public amateur de la mer.



Le Nord-Pas-de-Calais reste la région la plus représentée par les visiteurs du centre. Le public se partage ensuite entre la région parisienne (4 personnes), le sud de la France (4 personnes) et les pays étrangers: Belgique, Angleterre, Danemark, Norvège et Canada.

62	17	34,0%
59	10	20,0%
Belgique	7	14,0%
76	2	4,0%
Angleterre	2	4,0%
02	1	2,0%
06	1	2,0%
26	1	2,0%
34	1	2,0%
69	1	2,0%
77	1	2,0%
93	1	2,0%
95	1	2,0%
98	1	2,0%
Canada	1	2,0%
Danemark	1	2,0%
Norvège	1	2,0%

Belgique	7	14,0%
59155	2	4,0%
62120	2	4,0%
62700	2	4,0%
Angleterre	2	4,0%

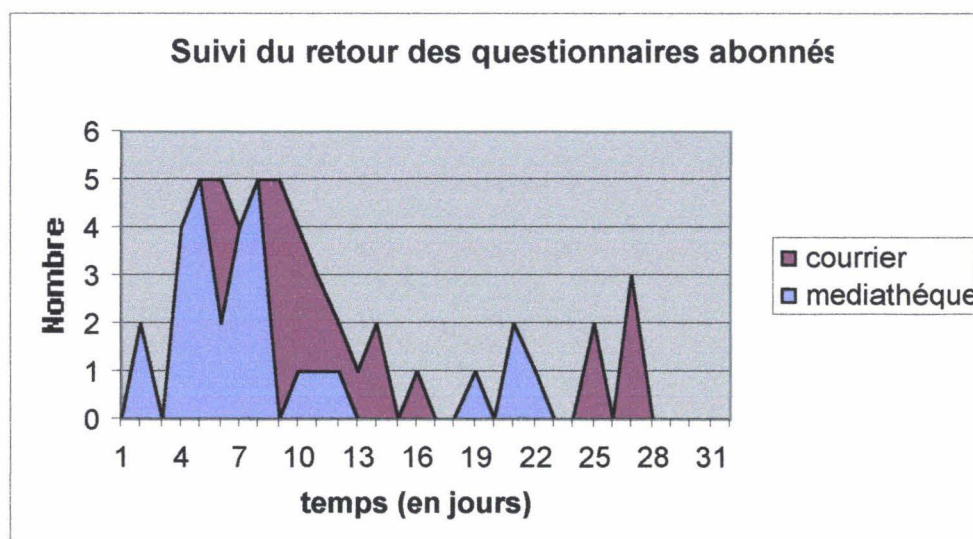
Nombre de valeurs différentes : 17
'62' est le plus cité : 17 observations.

Les visiteurs forment un public hétérogène, on peut toutefois repérer un groupe particulier de visiteurs. En effet, Nausicaä offre en effet la possibilité aux visiteurs réguliers du centre de s'abonner. Les personnes optant pour ce choix le font pour des motifs divers mais sont réunies par le fait de venir fréquemment au sein de la structure.

3.7.2 Les abonnés de NAUSICAA.

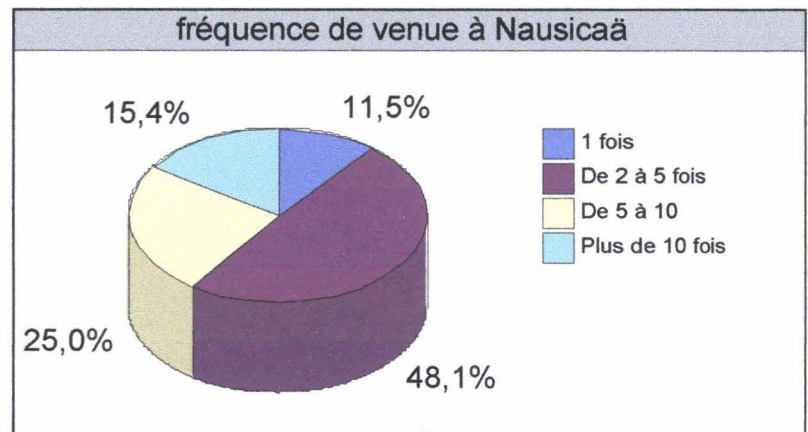
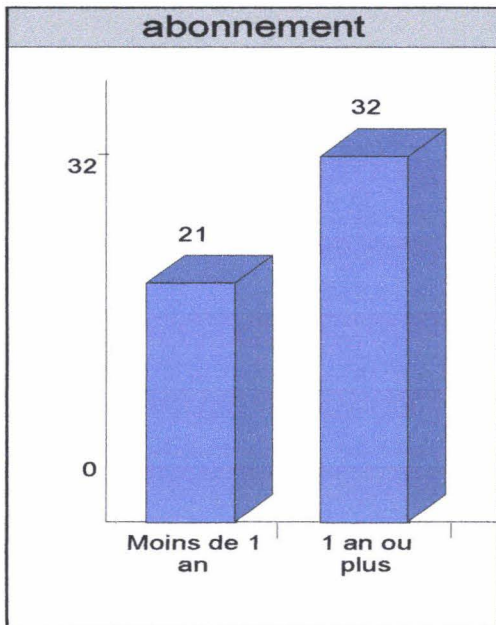
520 questionnaires ont été envoyés aux abonnés. Le taux de retour a été de 10 % soit 52 personnes. Ce taux correspond aux estimations faites dans le manuel de Sophie Millot (op. cit. supra) qui considère qu'un questionnaire adressé à une clientèle de particuliers génère 10 à 15 % de retour. Le nombre reste cependant assez faible et la fiabilité des réponses est par suite mise en péril. Toutefois, les questions étant pour la plupart identiques au questionnaire administré en médiathèque, les réponses pourront se compléter. Le précédent questionnaire constitue de la sorte la référence avec laquelle les comparaisons seront faites.

Un peu plus de la moitié des abonnés a déposé directement à la médiathèque l'enquête renseignée. 23 enquêtes ont été renvoyées par courrier. Les derniers renvois sont arrivés le 8 juillet, soit environ un mois après l'envoi du courrier initial. Le cumul des retours donne le graphique suivant.

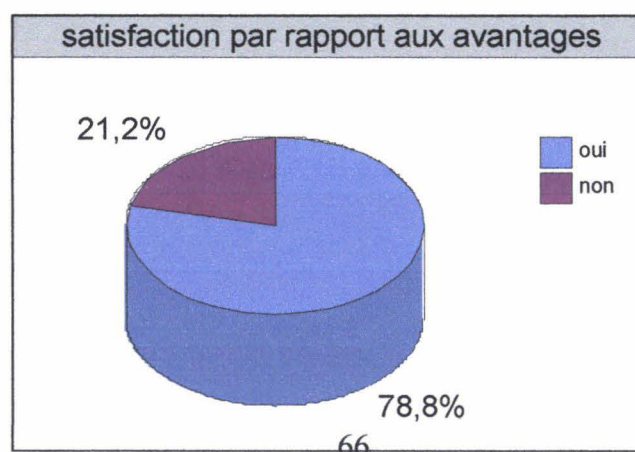


Remarque : Le temps est indiqué en jours mais les nombres indiqués ne correspondent à des dates effectives de retour.

60 % des abonnés ayant renvoyé le questionnaire sont inscrits à Nausicaä depuis plus d'un an. La moitié sont venus entre deux et cinq fois, un quart entre cinq et dix fois et 15 % plus de dix fois dans l'année. Ils connaissent donc généralement bien le centre et semblent l'apprécier puisqu'ils renouvellent leur abonnement.



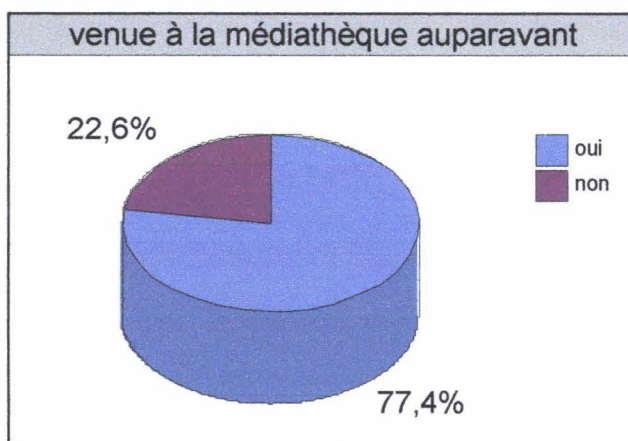
Cette satisfaction est pourtant à relativiser puisque 21 % déclarent n'être pas ou plus satisfaits des avantages offerts par le Pass. Douze personnes sur quinze se plaignent d'avoir acheté les Pass sur la base d'une entrée gratuite au parc d'attraction de Bagatelle et d'une entrée gratuite à Aqualud comme cela se faisait les années précédentes et comme cela était promis cette année. Cette promesse n'a cependant pas pu être tenue et certaines personnes ne renouvelleront donc pas leur abonnement par la suite. Les trois autres requêtes concernent l'absence du Pass pour aller en Angleterre en bateau (comme ils en avaient la possibilité les années précédentes), la demande d'ajout d'une place accompagnateur pour le papa, et la communication plus régulière du programme des films projetés. La non-satisfaction de 21 % abonnés met en péril leur réabonnement et cela peut se répercuter sur la fréquentation de la médiathèque.



3.7.2.1 Les abonnés et la médiathèque.

77 % des réponses sont positives à la question : « Etes-vous déjà venu à la médiathèque ? ». Malheureusement, je ne peux rien en déduire sur la fréquentation de la médiathèque par les abonnés, l'effectif total étant trop faible. Néanmoins, en considérant ce résultat, je peux affirmer que le fort taux de non-réponses est sans doute dû en partie à un oubli de ma part. J'aurai dû préciser dans le courrier qui accompagnait le questionnaire que même les réponses des personnes qui ne se rendaient pas à la médiathèque étaient importantes. En effet, on peut penser que certains l'auraient volontiers renvoyé mais n'en ont pas senti l'utilité puisqu'ils ne pouvaient juger du lieu et du service.

Venue méd	Nb. cit.	Fréq.
oui	41	77,4%
non	12	22,6%
TOTAL CIT.	53	100%



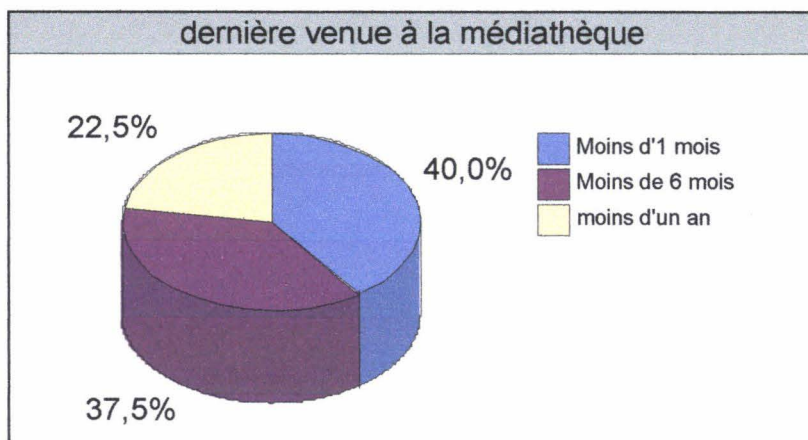
Le taux de fidélisation est pratiquement de 100 % car sur les 41 personnes qui se sont déjà rendues en médiathèque, 40 l'ont fait il y a moins d'un an. Toutefois, si l'on compare avec les résultats obtenus en médiathèque, les personnes viennent moins souvent et moins régulièrement.

périodevenueeméd	Nb. cit.	Fréq.
Moins d'1 mois	16	40,0%
Moins de 6 mois	15	37,5%
moins d'un an	9	22,5%
TOTAL CIT.	40	100%

La question est à réponse unique sur une échelle.

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

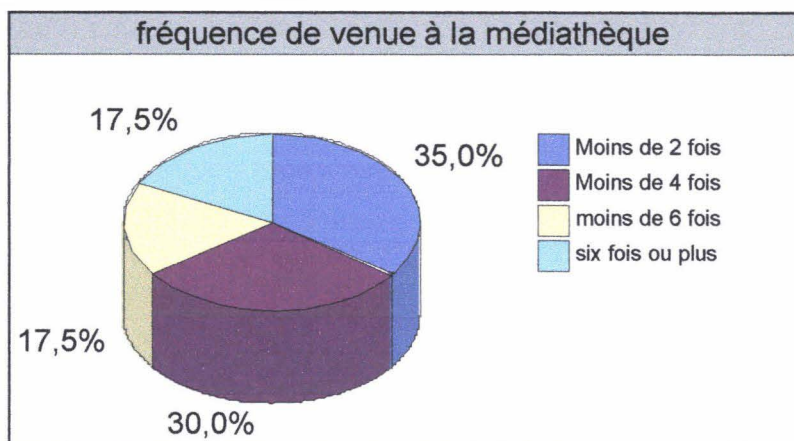


fréquencevenueemed	Nb. cit.	Fréq.
Moins de 2 fois	14	35,0%
Moins de 4 fois	12	30,0%
moins de 6 fois	7	17,5%
six fois ou plus	7	17,5%
TOTAL CIT.	40	100%

La question est à réponse unique sur une échelle.

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

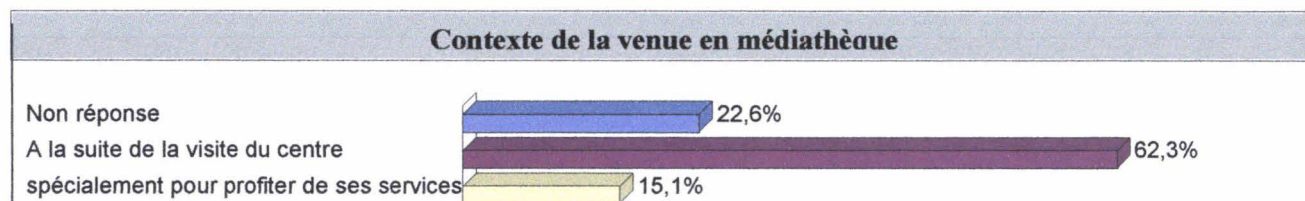


Il est difficile de dégager des habitudes de la médiathèque parmi eux comme le montre le croisement ci-dessous.

	périodevenueemed	âge
Moins de 2 fois (14)	Moins de 6 mois (6) moins d'un an (5)	entre 50 et 59 ans (6) plus de 60 ans (3) entre 18 et 29 ans (2)
Moins de 4 fois (12)	Moins de 6 mois (6)	entre 30 et 39 ans (5) entre 18 et 29 ans (3) entre 50 et 59 ans (2)
moins de 6 fois (7)	Moins d'1 mois (4) Moins de 6 mois (2)	entre 40 et 49 ans (3) moins de 18 ans (2) entre 50 et 59 ans (1)
six fois ou plus (7)	Moins d'1 mois (6)	entre 30 et 39 ans (3) moins de 18 ans (1) entre 18 et 29 ans (1)
ENSEMBLE (53)	Moins d'1 mois (16) Moins de 6 mois (15) moins d'un an (9)	entre 18 et 29 ans (11) entre 50 et 59 ans (11) entre 30 et 39 ans (10)

Le tableau donne les modalités les plus fréquemment citées.

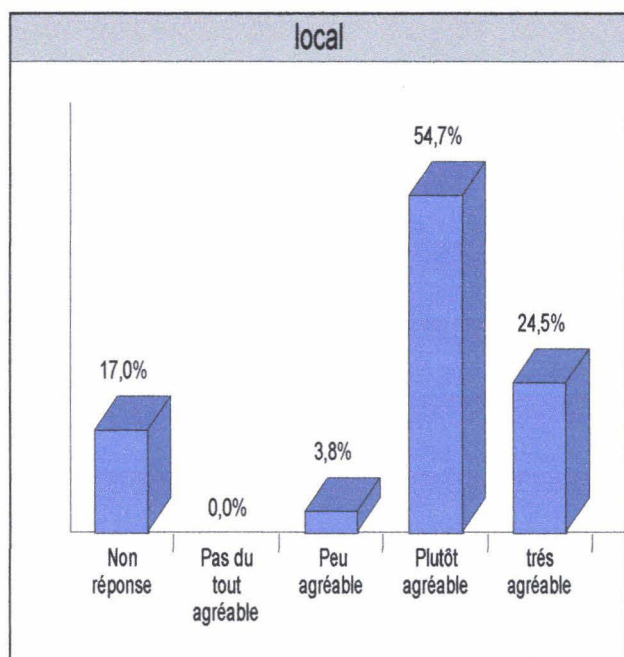
Compte-tenu de l'abonnement au centre, il est normal que les personnes viennent davantage à la suite de la visite du centre (62 % contre 46% en médiathèque). Cependant, il faut relever que huit personnes viennent quand même spécialement pour profiter des services de la médiathèque.



3.7.2.2 La médiathèque : environnement et service.

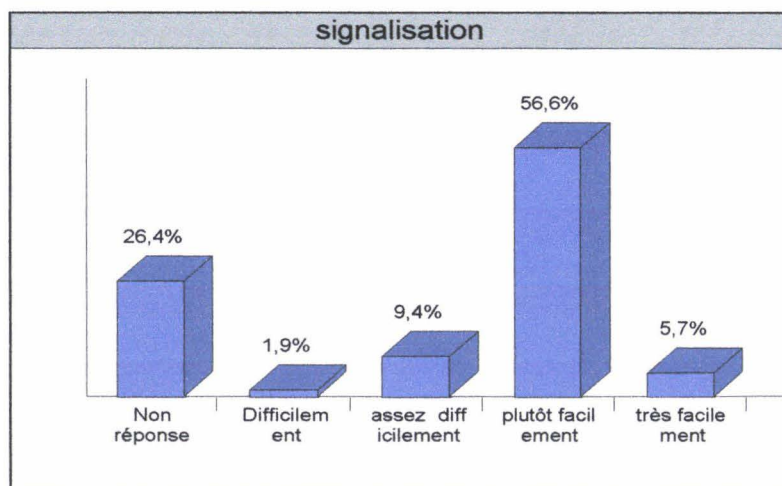
Le local.

Le local est toujours largement jugé agréable ou très agréable. Deux personnes signalent qu'elles le trouvent peu agréable mais une seule le dit peu adapté à ses besoins : elle estime que l'ambiance ressemble trop à celle d'une salle de travail et que le local est trop petit. Les non-réponses correspondent approximativement aux personnes qui ne sont pas venues en médiathèque.



adaptation locaux	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	13	24,5%
oui	39	73,6%
non	1	1,9%
TOTAL CIT.	53	100%

Les remarques par rapport à la qualité de la signalisation sont moins positives encore que celle de l'enquête précédente : le taux de très grande satisfaction est tombé de 17 à 5,7 % et 11 % considèrent que l'orientation est difficile voire très difficile. En moyenne, la satisfaction est plus faible. Cela est d'autant plus significatif qu'il s'agit d'une population relativement habituée à la signalétique du centre.



Moyenne = 2,90 Ecart-type = 0,55

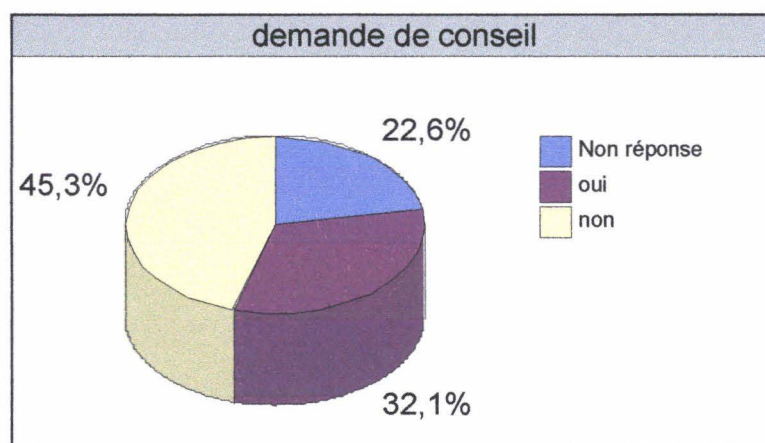
La question est à réponse unique sur une échelle.

Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (Difficilement) à 4 (très facilement).

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.

Les demandes de conseil.

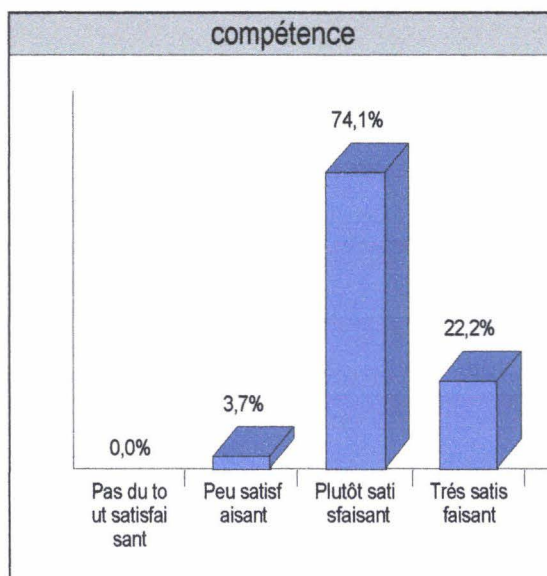
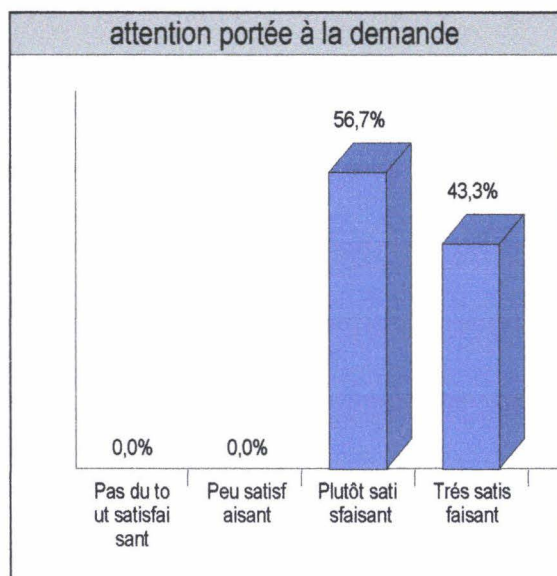
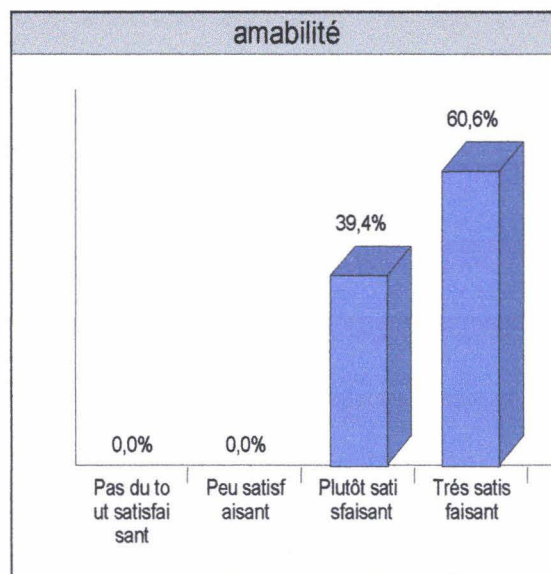
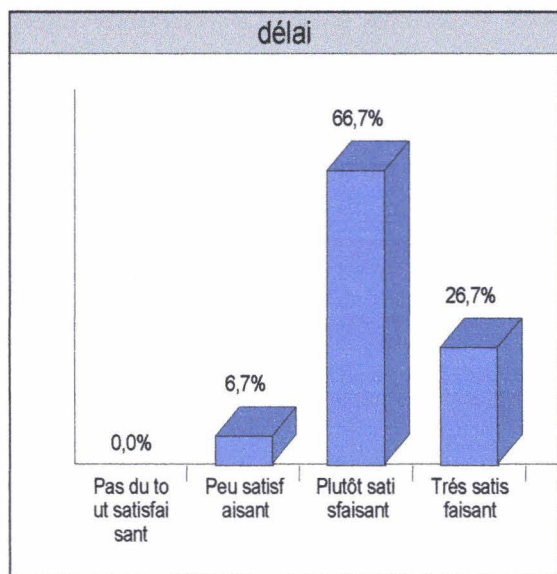
Un tiers des abonnés a déjà demandé conseil aux documentalistes. Les 45 % qui ont répondu « non » n'en éprouvent, pour la plupart, pas le besoin et deux avaient « peur de déranger ». Cette réponse surprenante avait déjà été faite précédemment. Cela s'explique peut-être par la situation des documentalistes dans la médiathèque : elles sont presque entièrement cachées derrière la borne d'accueil ce qui ne facilite l'abord par l'utilisateur. D'autre part, et dans la même thématique, une personne a évoqué le fait qu'elle ne savait pas que les documentalistes pouvaient la renseigner. En outre, une autre personne ne connaissait pas l'existence d'autres supports que les livres et les revues or, pour ces deux types de documents, elle n'avait pas besoin de conseil.



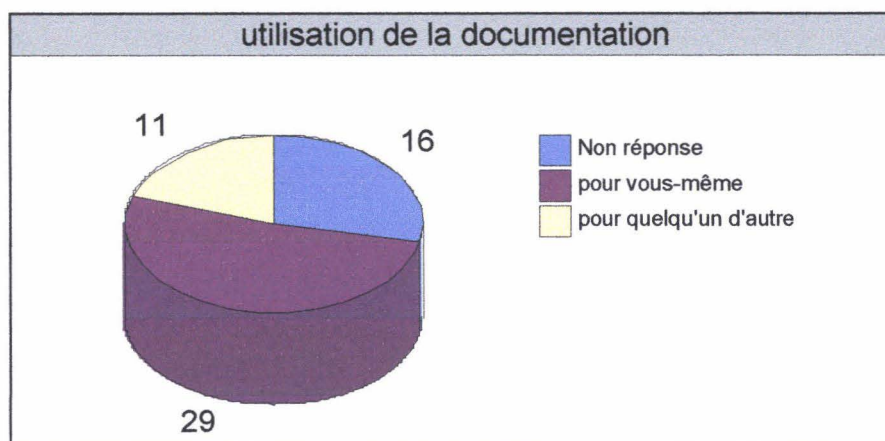
Parmi les personnes s'étant adressées aux documentalistes, deux ont trouvé les informations insuffisantes ce qui révèle que le 100 % de satisfaction sur ce point obtenu en médiathèque est à relativiser.

Le service.

Si les 13 enquêtés concernés sont globalement plus satisfaits de l'amabilité et de l'attention portée à la demande, ils le sont moins des délais et de la compétence que les usagers du questionnaire précédent. Le fait que le questionnaire ne soit pas administré directement a peut-être permis une plus grande liberté d'expression ou davantage de réflexion car le panel de réponses est plus diversifié et les opinions semblent plus marquées dans ce questionnaire.



3.7.2.3 La connaissance de la médiathèque



Les abonnés se rendent moins à la médiathèque pour eux-même que les usagers interrogés sur place. Sept venaient pour accompagner leurs enfants et trois pour l'école (soit en tant qu'enseignant, soit en tant qu'élève).

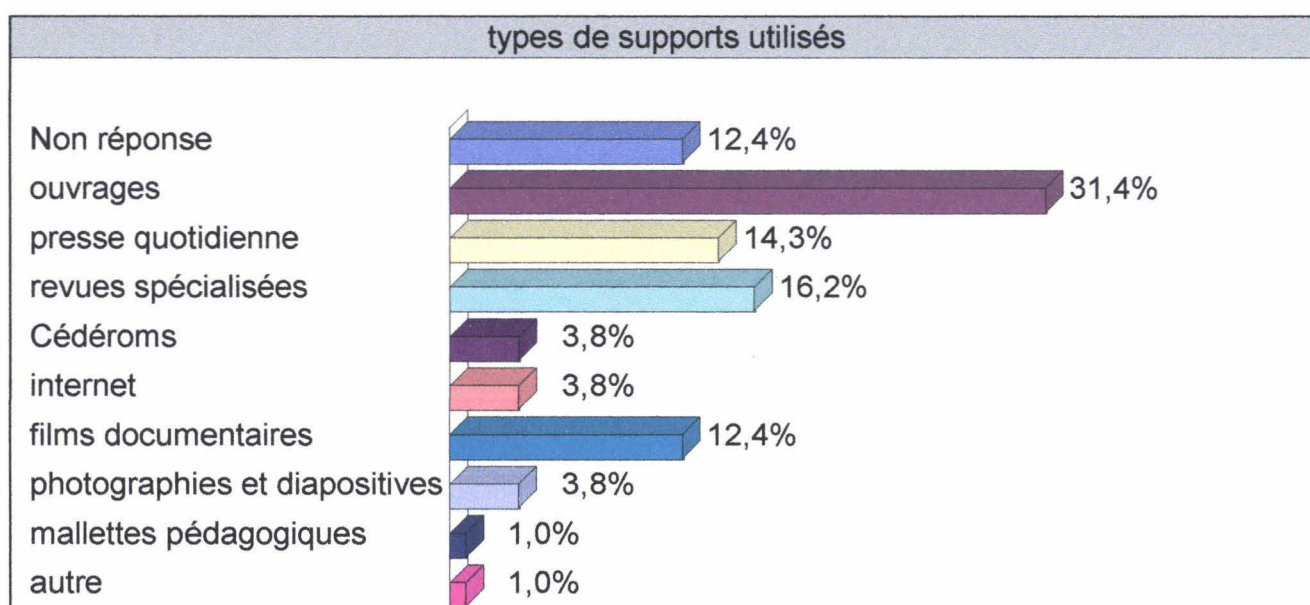
Sur les 41 abonnés, 18 ne savaient pas ce qu'ils pouvaient trouver en plus du fonds documentaire en lui-même. C'est proportionnellement moins que précédemment : les abonnés semblent avoir une connaissance plus étendue des ressources disponibles. Par ailleurs, ce n'est plus la vidéo qui revient en premier mais Internet. Il est en outre intéressant de noter qu'une personne pense que les ouvrages sont empruntables. On revient au même constat du manque d'information des usagers. Une feuille de présentation est certes disponibles à l'accueil mais photocopiée en noir et blanc et perdue au milieu de tant d'autres, elle passe complètement inaperçue.

	Nb. cit.
NSP	18
internet	7
vidéo	5
cédéroms	2
Dessins pour enfants	2
expositions	1
ordinateurs	1
prêt	1

L'utilisation de la pluralité du fonds.

On observe une utilisation inégale de l'offre : les usagers abonnés exploitent plus spécifiquement les documents spécialisés sur la mer, la presse généraliste (quotidienne) restant un peu en retrait alors que les autres usagers exploitent plus cette offre. Cédéroms et Internet assez connus comme nous l'avons vu, sont peu cités cependant. Les aléas du réseau peuvent en partie expliquer ce manque d'engouement pour ces médias.

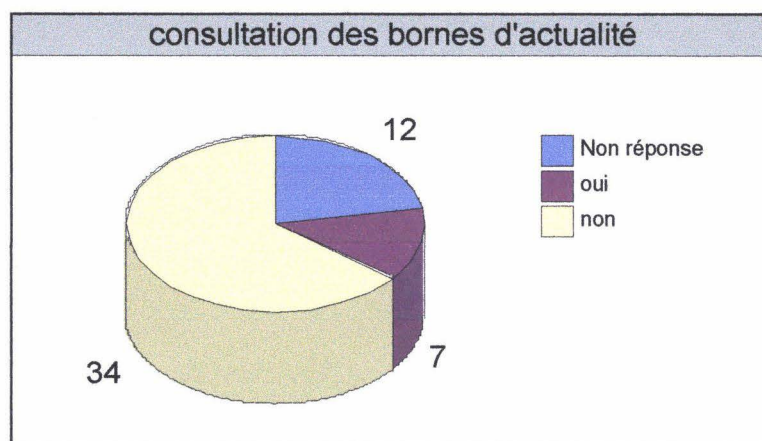
La comparaison avec les résultats de l'enquête menée à la médiathèque de Caen donne lieu à une échelle similaire d'utilisation des supports. Néanmoins, les vidéos sont beaucoup plus utilisées, de même que les cédéroms et l'Internet malgré un tarif d'utilisation de ce dernier média de 20F (environ 3^E) par demi-heure.



Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

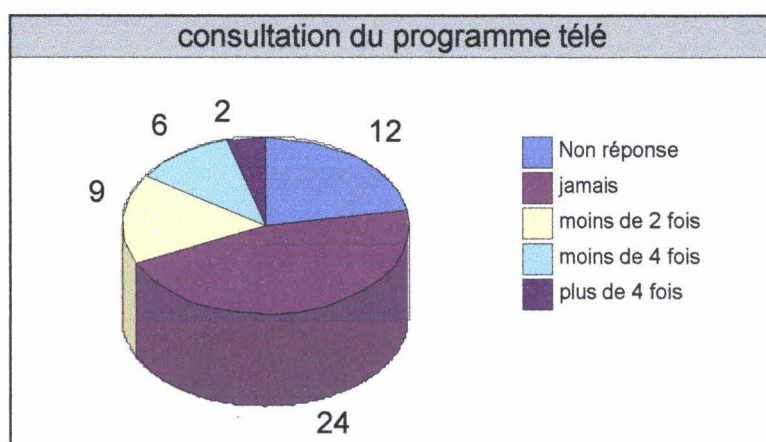
Les produits documentaires.

Les abonnés connaissent davantage que les autres les bornes d'actualité. Celles-ci étant consultables dans l'exposition, l'inverse aurait été surprenant. Cependant le nombre de personnes les ayant déjà consultées n'est que de 13 %.



L'évaluation de ce produit est bonne : six le trouvent plutôt intéressant et deux très intéressant. En conséquence, un effort de communication devrait améliorer sensiblement la consultation de ce produit qui est apprécié sur le fond mais encore largement méconnu.

41 % des répondants connaissent l'existence du programme de télévision des émissions sur la mer : 21 % l'ont consulté au moins une fois et 19 % plus de deux fois. Ce produit obtient donc un certain succès et suscite de l'intérêt contrairement à ce que l'on aurait pu penser au vu des résultats précédents. Les abonnés sont certes un public particulier : ils passent plus souvent à Nausicaä et sont donc ouverts à ce genre de produits. Pour autant, une mise en valeur plus forte permettrait d'élargir le public des utilisateurs.



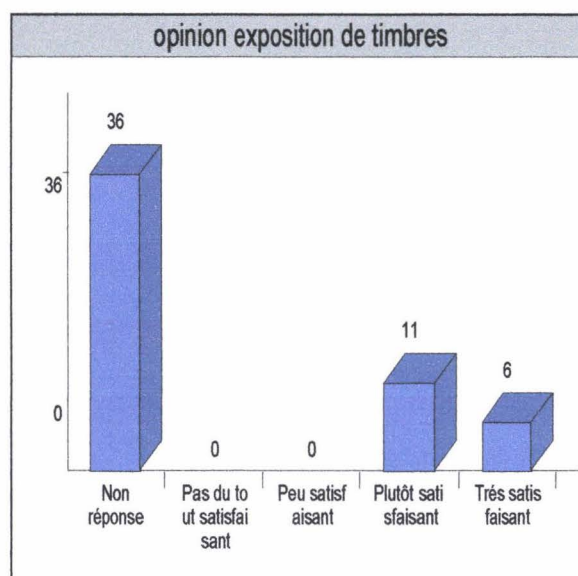
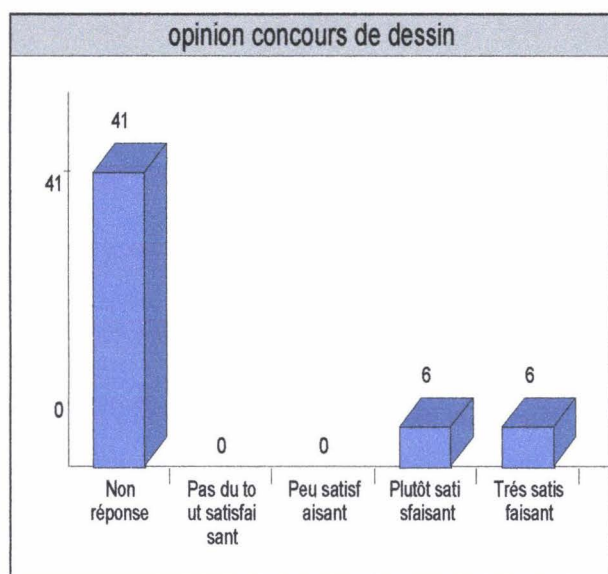
Les manifestations organisées par la médiathèque.

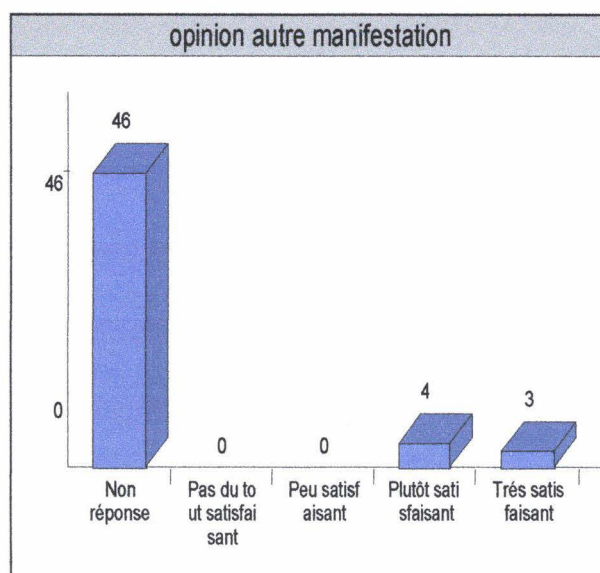
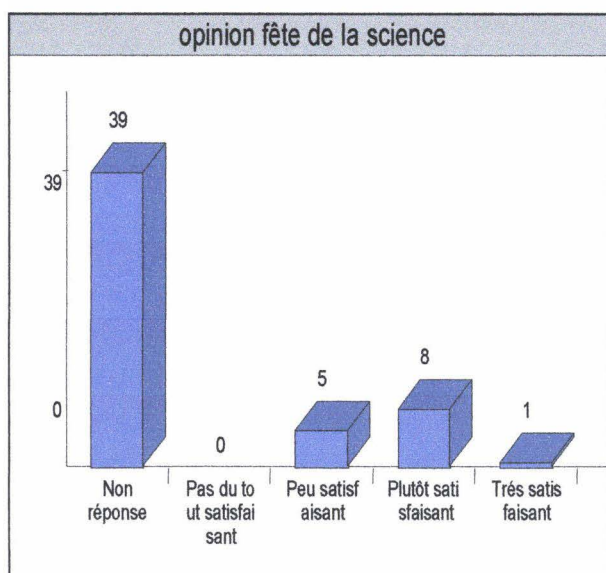
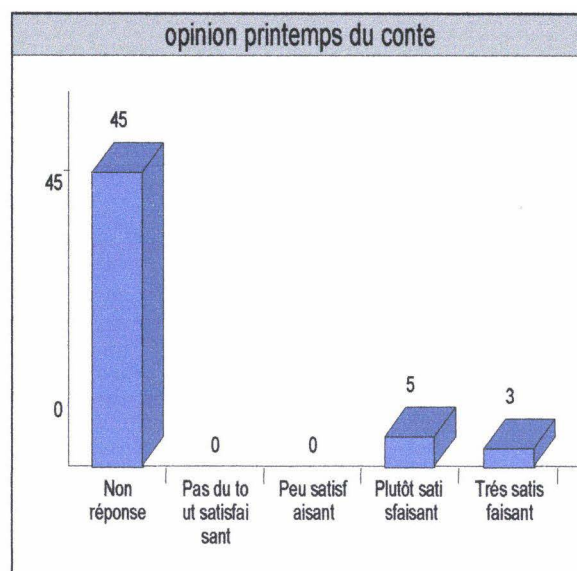
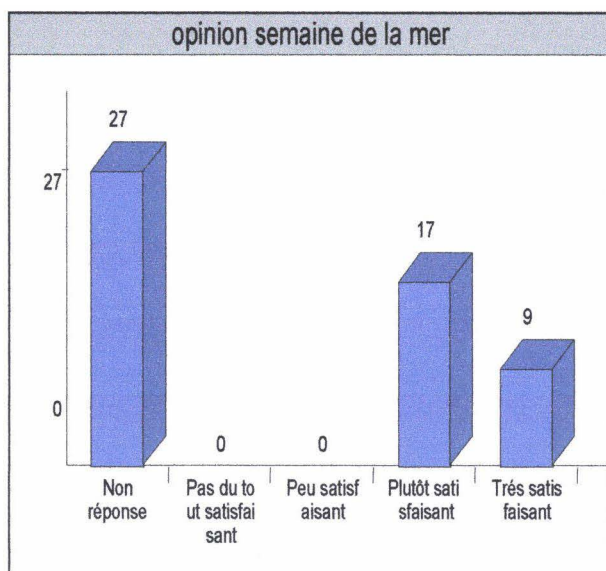
Toutes les manifestations ont fait l'objet de visites d'abonnés et seul un faible pourcentage d'entre eux n'a assisté à aucune des animations ou expositions organisées par la médiathèque. Les « Semaines de la mer » ont eu une assez forte fréquentation par rapport aux autres manifestations.



Le tableau est construit sur 53 observations.

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre de citations.

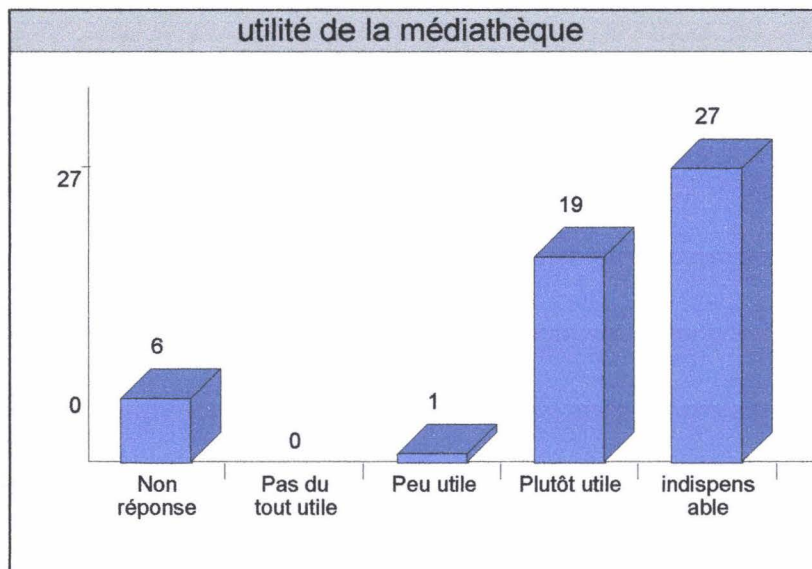




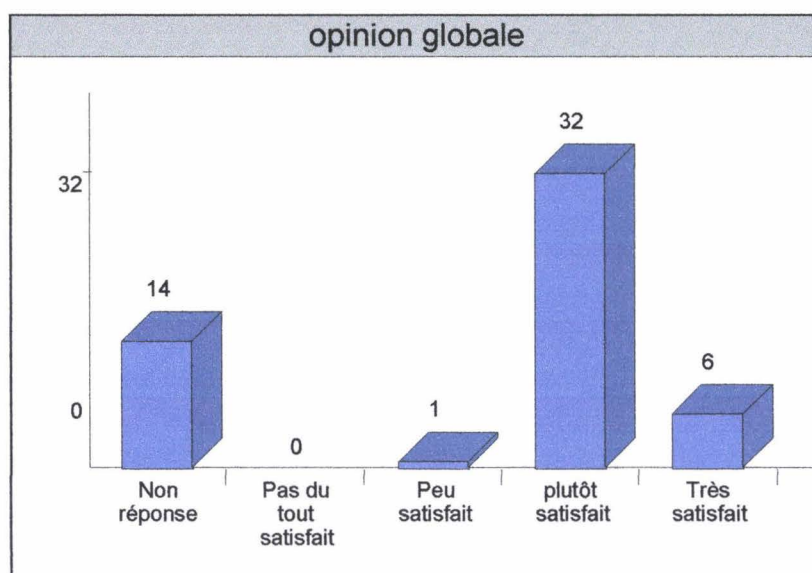
Les personnes ayant coché la case « autre » n'ont pas dit ce qu'elles entendaient par là : une seule personne a évoqué la présentation de la course du Figaro. La Fête de la Science constitue l'unique animation ayant fait l'objet de remarques de moindre satisfaction. Comme pour les usagers, la tendance est au « satisfaisant » plutôt qu'au « très satisfaisant », mais globalement, ces manifestations sont appréciées.

3.7.2.4 Synthèse

Parmi les abonnés, l'opinion qui se dégage à plus de 50 % est la nécessité absolue d'une médiathèque à NAUSICAA.



L'opinion globale est également très bonne puisque, sans compter le taux de non-réponses très élevé qui correspond approximativement aux personnes n'étant jamais venues en médiathèque, la satisfaction est pratiquement maximale. Une seule personne s'estime peu satisfaite du lieu.



Afin d'atteindre une satisfaction encore plus grande des abonnés, les demandes d'amélioration doivent être prises en compte.

	Médiathèque		Abonnés	
	Effectif	%	Effectif	%
1. LES LOCAUX				
1.1 L'espace				
<i>1.1.1 Agrandir</i>	6	8,5%	3	8,33
<i>1.1.2 Plus de places assises</i>			1	2,78
1.2 Le décor et l'ambiance				
<i>1.2.1 Un aquarium dans la médiathèque</i>	2	2,8%	2	5,56
<i>1.2.2 Plus de décor</i>	4	5,6%	2	5,56
<i>1.2.3 Fond musical (mer)</i>	1	1,4%		
1.3 Le confort	1	1,4%		
<i>1.3.1 Problème de la chaleur</i>	7	9,9%		
<i>1.3.2 Fauteuils enfants ne sont pas propres et agréables</i>			1	2,78
<i>1.3.3 Trop de bruit</i>	6	8,5%	1	2,78
<i>1.3.4 Fauteuils plus confortables</i>	1	1,4%		
<i>1.3.5 Plus de lumière dans la salle de lecture</i>	1	1,4%		
<i>1.3.6 Ballons d'eau froide l'été</i>	1	1,4%		
2. FONDS DOCUMENTAIRE				
2.1 Exhaustivité				
<i>2.1.1 Plus de livres</i>	9	12,7%	2	5,56
<i>2.1.2 Presse quotidienne plus diversifiée</i>	1	1,4%		
<i>2.1.3 Plus de films documentaires</i>	1	1,4%		
<i>2.1.4 Plus de CD audio</i>	1	1,4%		
<i>2.1.5 Plus de cédéroms et d'ordinateurs</i>	2	2,8%		
2.2 Renouvellement	2	2,8%		
<i>2.2.1 Livres enfants qui sont vieux et abîmés</i>	1	1,4%	1	2,78
<i>2.2.2 Référentiels chiffrés</i>	1	1,4%		
<i>2.2.3 Vidéos</i>	1	1,4%		
2.3 Accès				
<i>2.3.1 Mettre des ordinateurs (catalogue en ligne)</i>	1	1,4%	1	2,78
<i>2.3.2 Signalisation à améliorer</i>	4	5,6%		
<i>2.3.3 Faire une liste des CDROMs</i>				
<i>2.3.4 Elargir les horaires le matin</i>	1	1,4%		
2.4 Informations sur l'environnement maritime local (pollution...)			1	2,78
3. LES PRODUITS ET SERVICES				
3.1 Photocopies	2	2,8%		
<i>3.1.1 Photocopies couleur de bonne qualité et peu onéreuses</i>			1	2,78
<i>3.1.2 Photocopies couleur en arrêt sur image des cassettes vidéo</i>			1	2,78
3.2 Vidéothèque				
<i>3.2.1 Sélection des vidéos indispensables pour un passionné de la mer</i>			1	2,78
<i>3.2.2 Ecrans vidéo mal situés : reflets gênent pour voir les films</i>			2	5,56
3.3 Bornes informatiques tactiles	1	1,4%		
3.4 Emprunt	3	4,2%	1	2,78
3.5 Portail sur Internet				

4. COMMUNICATION	1	1,4%	1	2,78
4.1 Mettre en évidence l'accès libre à la médiathèque en français et en anglais			3	8,33
4.2 Savoir si les livres sont empruntables			3	8,33
4.3 Les services et produits documentaires				
<i>4.3.1 Mise en valeur dans la médiathèque</i>	4	5,6%	1	2,78
<i>4.3.2 Envoyer un récapitulatif aux abonnés une fois par an</i>			3	8,33
<i>4.3.3 Communiquer les manifestations mises en place par la médiathèque</i>	1	1,4%	2	5,56
4.4 Faire visiter la médiathèque			1	2,78
4.5 Mettre en évidence le fonds anglophone			1	2,78
5. ANIMATIONS				
5.1 Petites expositions				
<i>5.1.1 sur des thèmes précis en rapport avec NAUSICAA</i>	2	2,8%		
<i>5.1.2 sur la littérature et la mer (ex. : année V.Hugo)</i>	1	1,4%		

Il y a 35 non-réponses.

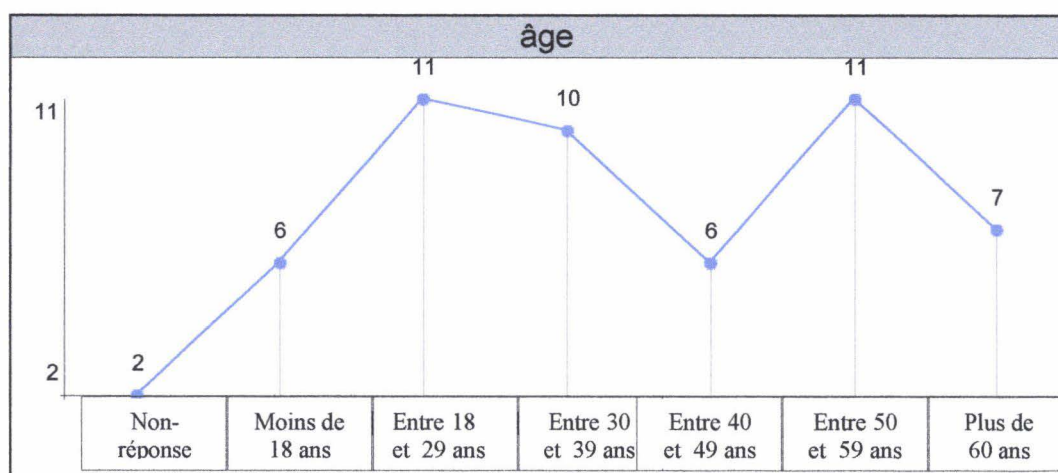
La majorité des requêtes portent sur l'aspect communicationnel : mettre en évidence l'accès libre, privilégier, dans la mesure du possible, une offre de services et de produits bilingues, faire savoir que le prêt des livres n'est pas possible (même s'il est souhaité), envoyer un récapitulatif des activités de la médiathèque une fois par an avec une liste des manifestations mises en place par la médiathèque seraient autant d'éléments faciles à réaliser et qui amélioreraient sensiblement l'information du public et l'attractivité de la médiathèque.

D'autre part, un local plus vaste, mieux décoré et insonorisé, accueillant davantage de livres moins vieux et moins abîmés, dont les références seraient directement accessibles par l'utilisateur sur ordinateur sont attendus par les abonnés.

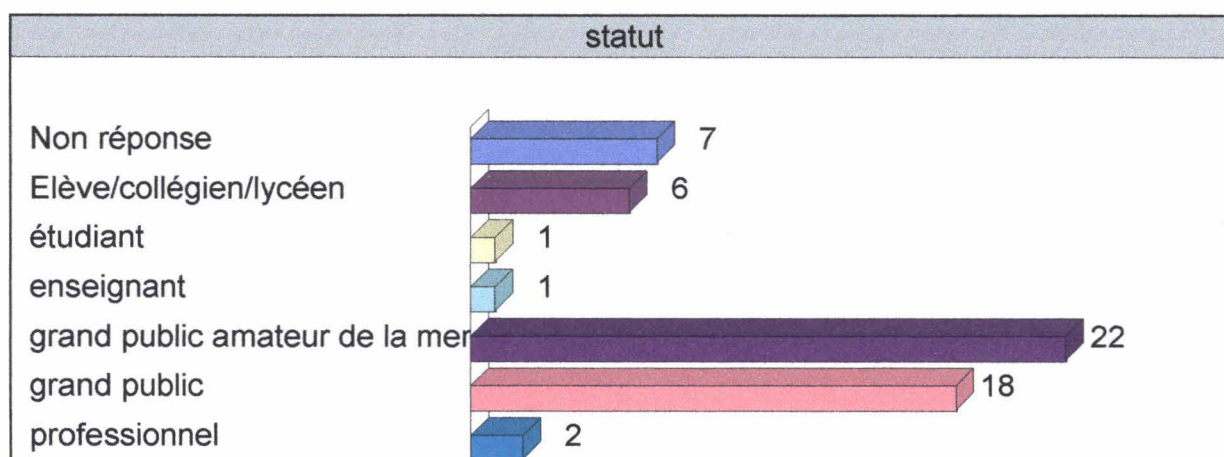
Ces idées recourent en partie celles proposées par les usagers interrogés in situ.

3.7.2.5 Le profil des abonnés.

En ce qui concerne l'âge des sondés, les pointes ne se situent plus entre 40 et 49 et après 60 ans, mais plutôt autour des 18-39 ans et des 50-59 ans. Les deux questionnaires sont donc complémentaires car ils ont permis d'interroger toutes les tranches d'âge de façon à peu près équilibrée.



Les abonnés se partagent entre public amateur de la mer et grand public. Les personnes scolarisées viennent ensuite. Deux professionnels ont répondu : ils appartiennent à un centre de recherche. Ce panel reste cependant peu significatif de part le faible effectif sur lequel il repose.



Comme l'on pouvait facilement s'en douter, les abonnés de NAUSICAA sont majoritairement des habitants du Pas-de-Calais en général et de Boulogne-sur-Mer en particulier. Néanmoins, le cercle s'étend jusqu'à la région parisienne au sud et jusqu'en Angleterre à l'ouest.

62	46	90,2%
59	2	3,9%
75	1	2,0%
92	1	2,0%
Angleterre	1	2,0%

Nombre de valeurs différentes : 5
 '62' est le plus cité : 46 observations.
 Il y a 2 non-réponses.

62200	23	45,1%
62930	4	7,8%
62230	3	5,9%
62480	3	5,9%
62	2	3,9%
62100	2	3,9%
62126	2	3,9%
62360	2	3,9%

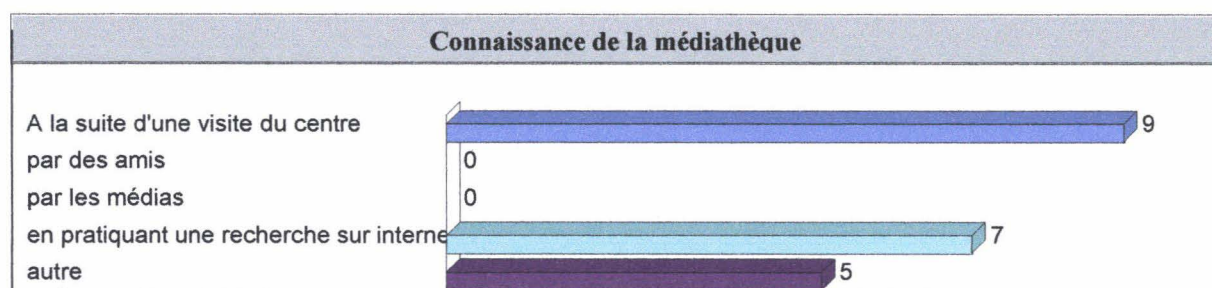
Un dernier type de public reste maintenant à sonder : les personnes ne se rendant pas au centre mais faisant appel aux services de la médiathèque par courrier ou e-mail.

3.7.3 L'enquête courrier.

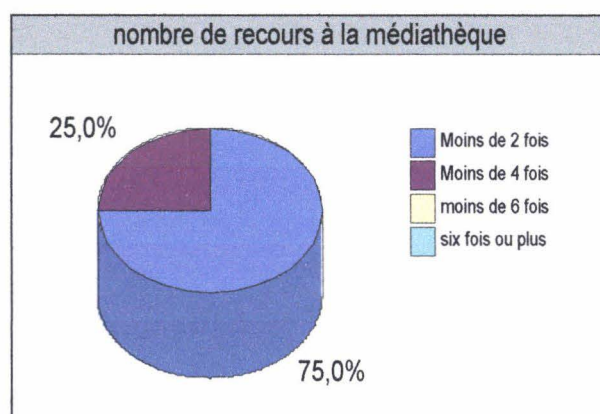
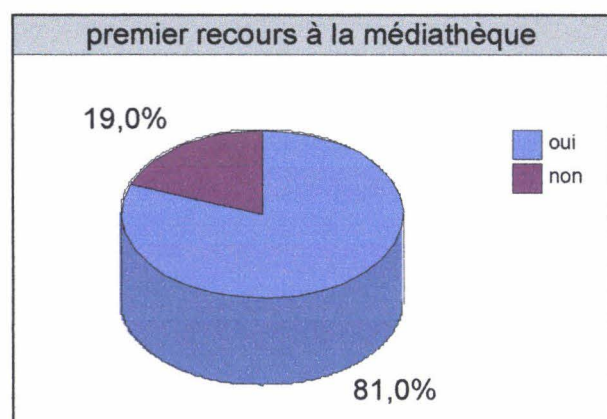
3.7.3.1 Comment connaît-on la médiathèque ?

Vingt et une réponses ont été reçues pour l'enquête menée auprès des 57 personnes ayant fait une demande de recherche d'information cette année, soit un taux de retour moyen de 36,8 %. Il est d'ailleurs assez étonnant de constater que le pourcentage de retour est plus important par voie postale que par mail (par Internet, les gens répondent vite ou pas du tout).

Les interrogés ont eu connaissance de la médiathèque par divers biais : la visite du centre est le plus fréquemment cité, suivi de près par les recherches Internet. Deux personnes ont eu l'information en téléphonant directement à NAUSICAA, une l'a su en regardant dans un livre, une autre par son école.

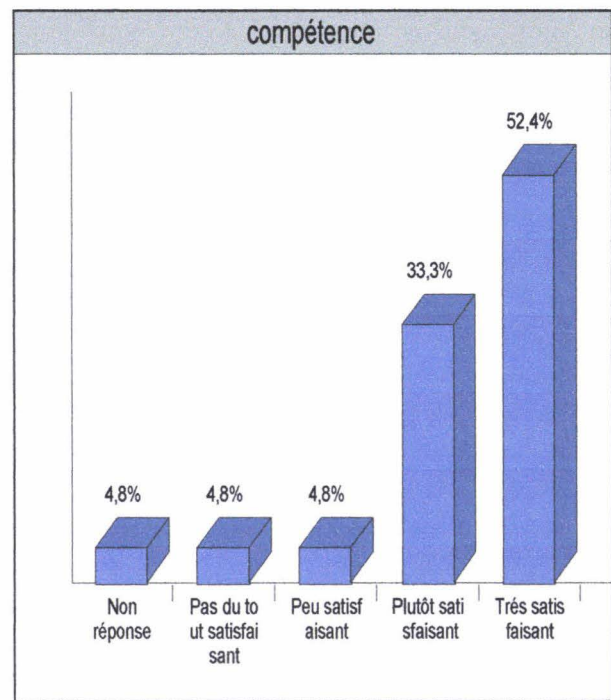
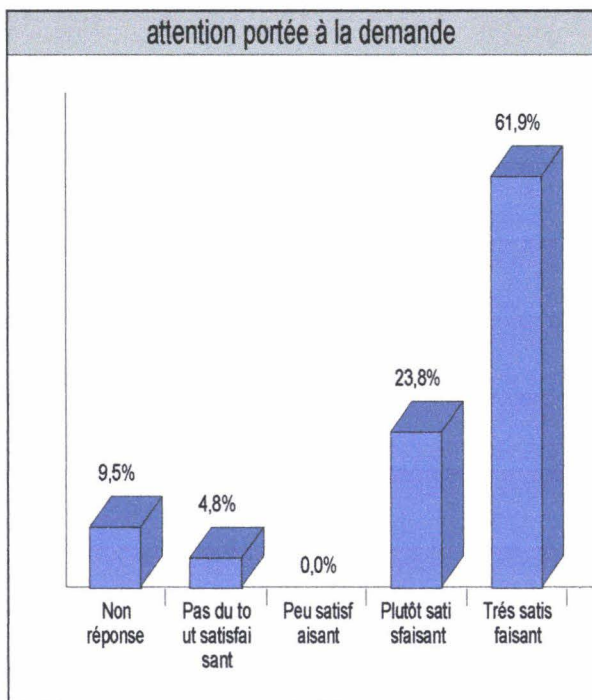
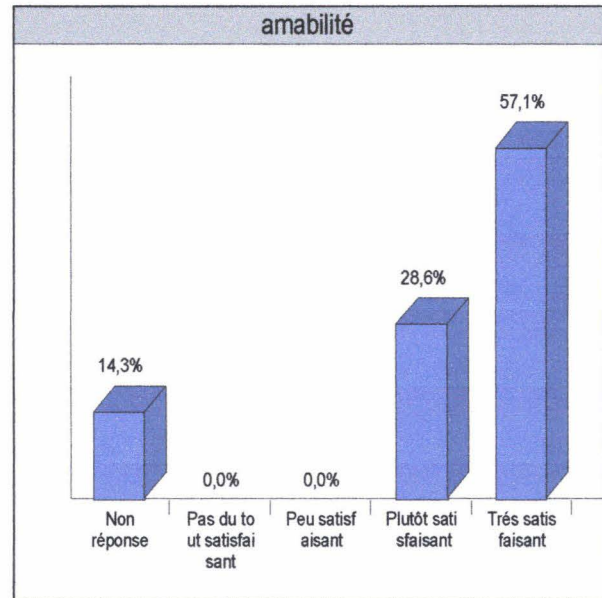
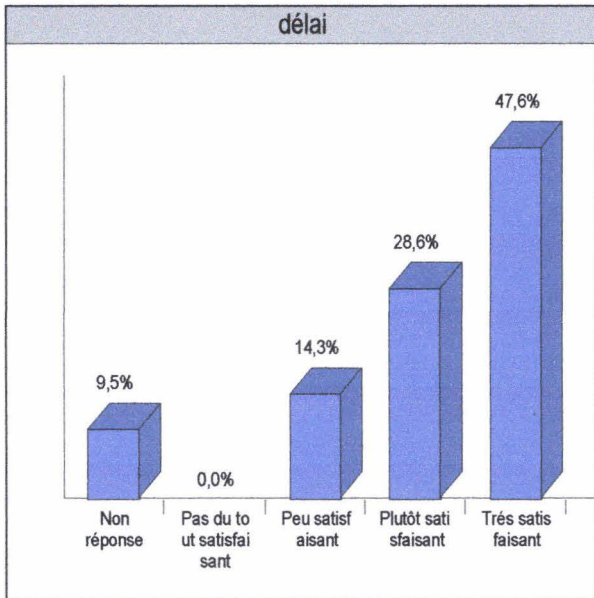


Les demandes effectuées sont généralement ponctuelles et isolées. Quatre personnes seulement avaient déjà eu recours à la médiathèque et pour trois d'entre eux c'était la seconde fois. Les personnes font, dans la majorité des cas, des demandes pour elles-mêmes et 19 % les effectuent pour leur travail ou pour quelqu'un de leur famille.

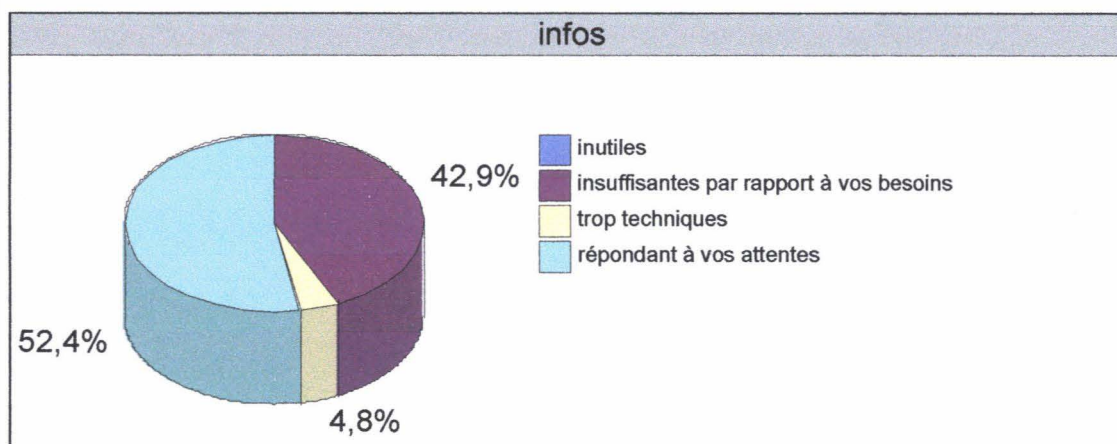


4.7.3.2 La qualité du service.

L'enquête fait apparaître que les sondés ont été majoritairement satisfaits du service rendu. Cependant on constate un fait nouveau par rapport aux enquêtes précédentes : quelques personnes ont été peu ou pas du tout satisfaites. L'amabilité donne toujours entière satisfaction. Le délai est peu satisfaisant pour trois personnes, l'attention portée à la demande et la compétence de l'interlocuteur sont insatisfaisantes pour une.



En outre, le degré de satisfaction par rapport aux informations obtenues est beaucoup moins fort qu'auprès des trois autres publics. Si les informations données répondent une fois sur deux aux attentes du demandeur, elles sont souvent insuffisantes par rapport à ses besoins. En effet, la réponse à une recherche spécifique donne lieu à l'envoi d'une liste bibliographique avec résumé du contenu de chaque référence (ouvrages et/ou revues). Des photocopies payantes peuvent ensuite être faites sur demande. Cependant, les demandeurs (et surtout les jeunes comme le montre le tableau) s'attendent généralement à recevoir l'information directement. Ils sont par conséquent déçus du résultat. La solution serait peut-être d'apporter en plus une petite sélection de sites de références sur la question afin que les personnes qui, de toutes les façons, n'achèteront pas de photocopies, puissent cependant être satisfaites.



infos/âge	moins de 18 ans	entre 18 et 29 ans	entre 30 et 39 ans	entre 40 et 49 ans	entre 50 et 59 ans	plus de 60 ans	Total
inutiles	0	0	0	0	0	0	0
insuffisantes par rapport à vos besoins	6	1	1	1	0	0	9
trop techniques	0	1	0	0	0	0	1
répondant à vos attentes	3	3	2	1	1	1	11
TOTAL	9	5	3	2	1	1	21

Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

L'opinion globale concernant le service n'est pourtant pas défavorable puisque 81 % en sont satisfaits ou très satisfaits et que seulement deux personnes terminent par un bilan peu favorable.

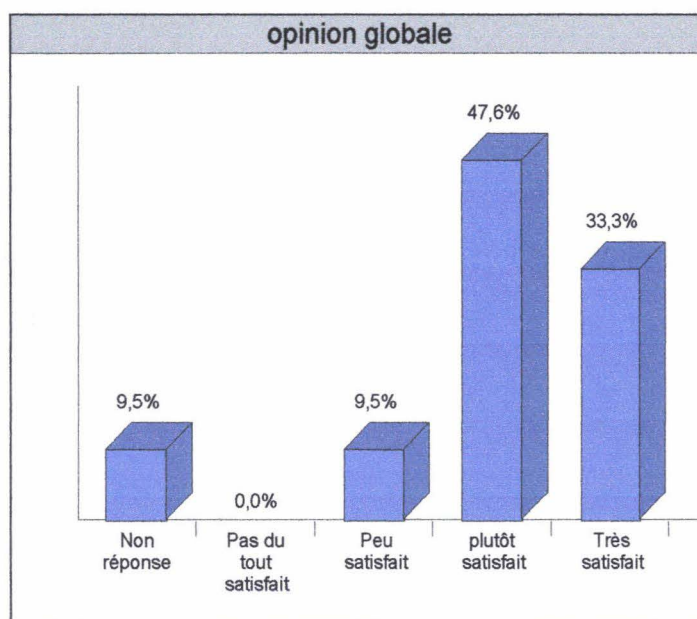
opinion globale	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	2	9,5%
Pas du tout satisfait	0	0,0%
Peu satisfait	2	9,5%
plutôt satisfait	10	47,6%
Très satisfait	7	33,3%
TOTAL OBS.	21	100%

Moyenne = 3,26 Ecart-type = 0,65

La question est à réponse unique sur une échelle.

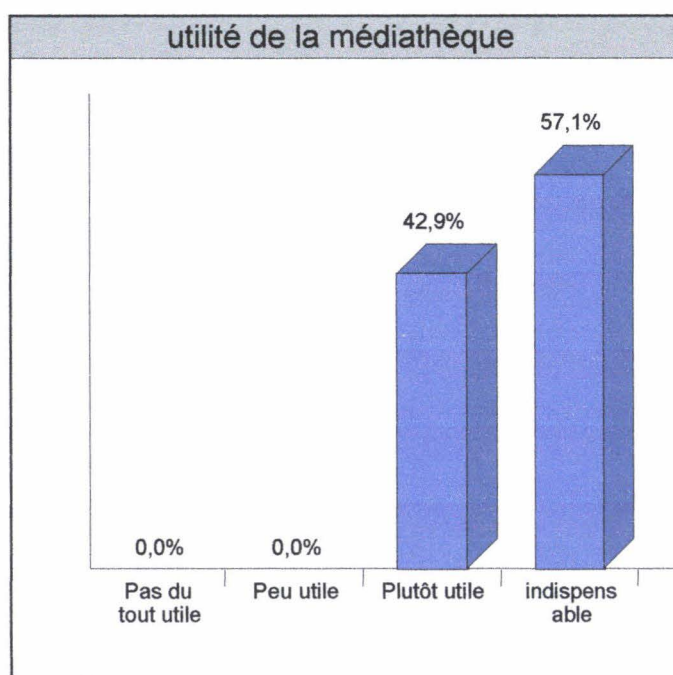
Les paramètres sont établis sur une notation de 1 (Pas du tout satisfait) à 4 (Très satisfait).

Les calculs sont effectués sans tenir compte des non-réponses.



L'insatisfaction est expliquée par une non-réception des documents désirés et/ou une insuffisance de renseignements.

La médiathèque est jugée indispensable par plus de la moitié des personnes ayant répondu. Une réelle attente d'amélioration se dégage donc de cette enquête. Le manque actuel de disponibilité des documentalistes, étant donné la double mission qui leur est confiée, gêne cependant l'entreprise d'une démarche dans cette direction.



Néanmoins, il est utile de considérer les remarques faites dans les questionnaires.

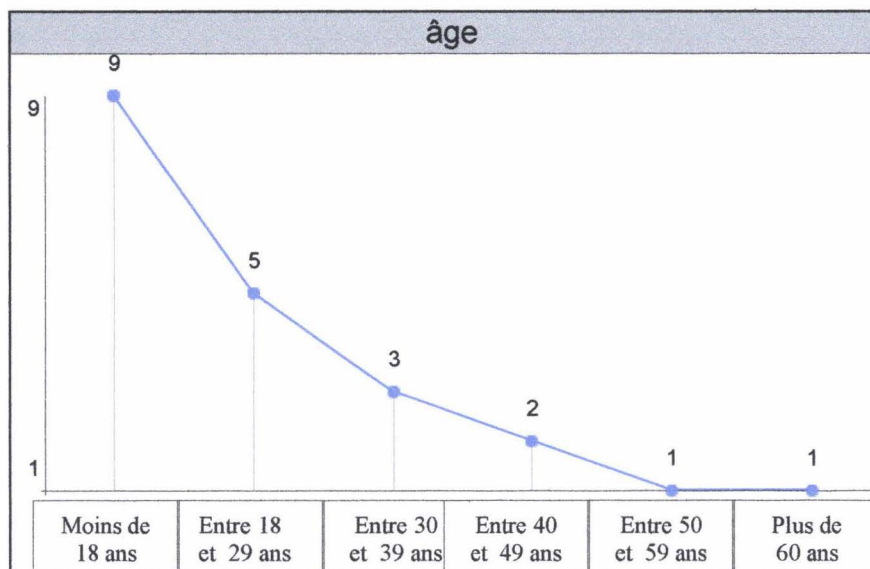
Idées d'amélioration	Nb
1. Fonds documentaire	
1.1 Documentation	
<i>1.1.1 Donner plus de documentation gratuite (posters, explications) pour les écoles car budget trop serré</i>	1
<i>1.1.2 Plus de documentation accessible pour les primaires</i>	1
<i>1.1.3 Donner plus de documentation écrite que d'images</i>	2
1.2 Exhaustivité	
<i>1.2.1 Livres plus complets</i>	1
2. Services et produits	
2.1 Développer un service d'exposition itinérante	1
2.2 Créer un pôle de renseignements interactif	1
Remerciements pour l'aide et l'accueil	2

Une véritable attente se dégage quant à la population scolaire. Certes la documentation pédagogique existe déjà mais elle est onéreuse et toutes les écoles ne disposent pas d'un budget permettant de se la procurer.

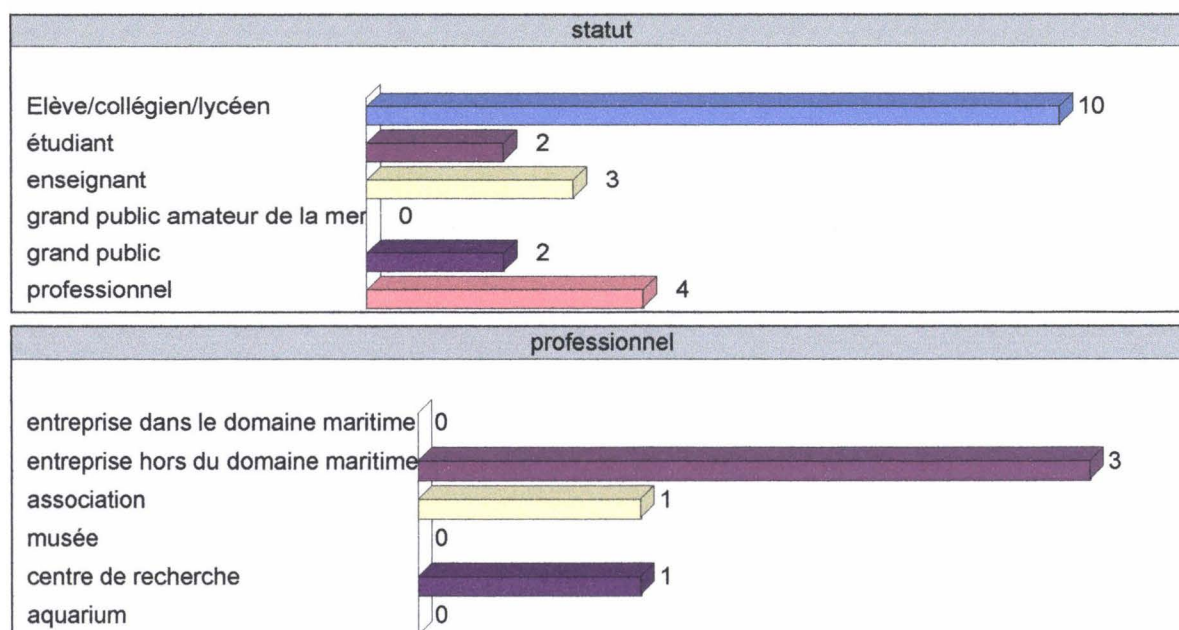
La création d'un forum interactif serait une idée intéressante à étudier. Un service d'exposition itinérante est en cours d'initialisation au sein de Nausicaä. Il concerne davantage des expositions de grande ampleur comme les expositions temporaires avec animaux vivants et moyens conséquents. Par ailleurs, la médiathèque peut pour l'instant renvoyer éventuellement à la Maison de la Nature et de l'Environnement qui possède quelques expositions sur la mer.

3.7.3.3 Identification des correspondants.

Le public ayant surtout répondu est assez jeune : les moins de 18 ans constituent 42,9 % des réponses. Il est difficile d'estimer une moyenne d'âge de ceux qui font des recherches puisque tout le monde n'a pas répondu.



On peut éventuellement penser que le fort taux de réponse des jeunes a été motivé par la perspective de gagner une entrée gratuite pour Nausicaä. Par conséquent il est assez logique que le nombre de personnes scolarisées ayant répondu soit si important (47,6 %). Trois enseignants et quatre professionnels ont également répondu. Ces derniers n'appartenaient pas à des entreprises du domaine maritime.



Le Nord-Pas-de-Calais se détache du reste de la France en ce qui concerne les demandes faites par courrier ou mail. Toutefois, aucune ville n'est citée deux fois. La partition géographique est assez déséquilibrée en faveur du nord et de la région parisienne.

59	5	26,3%
62	5	26,3%
13	1	5,3%
14	1	5,3%
27	1	5,3%
60	1	5,3%
76	1	5,3%
78	1	5,3%
80	1	5,3%
95	1	5,3%
Belgique	1	5,3%

Nombre de valeurs différentes : 19
Il y a 2 non-réponses.

Cette quadruple enquête donne des résultats assez satisfaisants et offre parallèlement de nombreuses pistes d'amélioration. Une synthèse exhaustive pourrait sembler lassante et répétitive pour le lecteur, néanmoins trois demandes sont saillantes : un fonds documentaire mieux alimenté, une information plus grande du public et un local mieux adapté au service. L'appréciation portée est la conséquence de l'écart existant ou non entre les attentes et la qualité du service perçu. En prenant conscience de ces écarts, il est possible de rectifier le fonctionnement de la structure afin que celle-ci soit davantage en adéquation avec son public.

Quatrième partie :

La mise en place d'indicateurs de performance.

4. La mise en place d'indicateurs de performance.

La démarche amorcée par l'enquête de satisfaction induit de nouvelles relations avec l'utilisateur, fondées sur la prise en compte renouvelée de ses besoins et de ses comportements et sur le désir d'une construction collective efficace. Il convient donc d'organiser un « retour d'information » systématique. Cette dernière partie constitue une synthèse des recherches effectuées en ce sens, afin que la médiathèque puisse trouver des repères pour poursuivre le processus.

4.1 Le processus qualité.

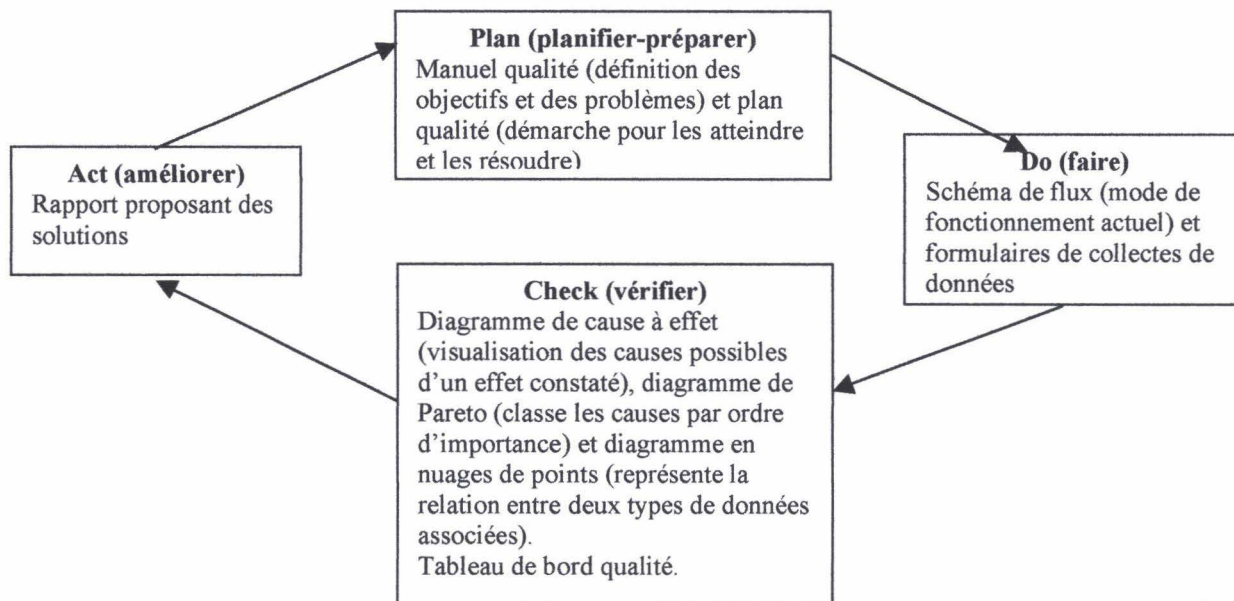
Les démarches qualité sont nées dans le monde de l'industrie de production au début du XXe siècle. Si elles sont longtemps restées inutilisées dans le domaine des services en général et de la documentation en particulier, les publications se multiplient maintenant depuis quelques années. En France, c'est vers la fin des années 80 que s'affirme la volonté d'une amélioration des relations entre les services publics et leur public. Mais qu'est-ce que la qualité et en quoi ce processus est-il adapté aux services d'information ?

4.1.1 Définition de la qualité et du management total de la qualité.

La qualité selon la norme est « l'aptitude d'un produit ou d'un service à satisfaire les besoins exprimés ou implicites des usagers dans des délais négociés et à un coût acceptable pour les deux parties » (NF X 50-120). La qualité est donc une réponse ajustée à un besoin donné et non une performance maximale. Elle n'est pas définie en soi mais comme une démarche adaptative.

Le management total de la qualité consiste dès lors à mettre en œuvre les processus nécessaires à la satisfaction du client afin de favoriser le développement de la structure. Le client est au centre de cette démarche.

Le cycle PDCA de Deming⁶ formalise la description de son fonctionnement.



Il s'agit donc d'un processus continu d'amélioration. Par ailleurs, quelques principes essentiels sont à retenir : la participation de tous les membres du personnel, l'importance des mesures et la définition par le client de ce qu'est la qualité.

4.1.2 Les normes relatives à l'assurance de la qualité.

Lorsque l'on s'engage dans un processus qualité, on s'appuie sur les normes ISO 9000. Elles accordent une importance fondamentale à l'écoute du client et à la mesure de satisfaction. La norme ISO 9001 constitue le référentiel d'organisation le plus exigeant : il couvre les activités de conception, réalisation et la livraison des produits. La norme ISO 9002 reprend l'ensemble des chapitres de ISO 9001 à l'exception des activités de conception. Enfin, la norme ISO 9003 spécifie des exigences en matière de système qualité à utiliser lorsque l'entreprise veut démontrer sa capacité à détecter toute non-conformité du produit et à maîtriser les dispositions correspondantes pendant les contrôles et essais finaux.

La phase finale du processus-qualité consiste en la reconnaissance du travail effectué par l'obtention de la certification accordée par un organisme certificateur. Cette certification pourra alors être communiquée tant en interne qu'en direction des usagers. La certification n'est cependant pas un privilège octroyé à vie. Son titulaire bénéficie du label pour une durée de trois ans. Entre-temps, des indicateurs doivent être mis en place pour donner des éléments de suivi.

⁶ J. Bessière, <http://www.enssib.fr/bibliotheque/documents/dcb/bessiere.pdf>, *Le management de la qualité en bibliothèque*, ENSSIB, 1997

4.2 La démarche qualité en centre de documentation.

4.2.1 Quel est l'intérêt pour un service documentaire d'adopter un processus qualité ?

Les besoins d'information s'amplifient sous l'effet des nouvelles technologies et les utilisateurs exigent la personnalisation des services qu'on leur rend. En tant que service, il s'agit de fournir au client-utilisateur un produit dans les délais prévus, répondant à ses attentes et ceci avec un service irréprochable. Il faut arriver à l'adéquation entre le besoin et le service proposé.

D'autre part, dans un domaine où le retour sur investissement n'est pas mesurable en termes directement économiques, il devient vital pour un centre de documentation de montrer que son service est performant et que la qualité du service peut encore être améliorée afin de légitimer son activité. Dans l'objectif de positionner la médiathèque par rapport à son environnement, d'évaluer la valeur ajoutée de son activité par rapport à la structure globale, il est important de disposer d'outils fiables et reconnus pour l'évaluation de sa performance.

En outre, l'aménagement d'indicateurs de performance est un moyen de dynamiser et de stimuler encore davantage le service et le personnel. Celui-ci positionne ainsi son action dans la perspective d'une amélioration constante de la satisfaction de l'utilisateur.

Enfin, la démarche qualité se rattache au projet de certification de l'entreprise Nausicaä dans sa globalité. Il s'agit donc de repenser l'organisation de la médiathèque afin d'être le plus efficace possible au meilleur coût : optimisation des dépenses et du temps consacré aux différentes tâches.

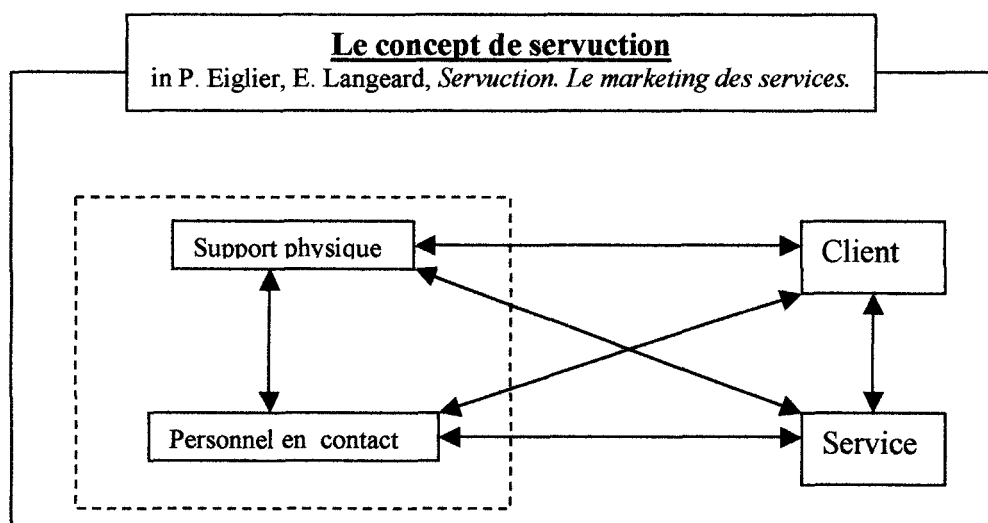
4.2.2 La particularité du processus qualité dans les services de documentation.

La notion de médiathèque comprend davantage que la simple accumulation de supports. Il s'agit d'un service directement tourné vers ses usagers, guidé par une idée dominante : l'accessibilité de tous à tous les documents sans obligation ni permission.⁷ Or, le service est un acte immatériel, non stockable, dont le résultat est un compromis entre plusieurs visions...

⁷ M. Briault, C. Leblond, F. Mei, V. Reymond, *Les médiathèques et leurs publics*, ENSSIB, 1997.

4.2.2.1 Le processus de servuction.

L'une des spécificités du service réside dans la simultanéité de la production et de la consommation. Un service ne peut s'effectuer qu'en interaction avec l'utilisateur qui participe au service et en est le coproducteur. Cette constatation a conduit à l'élaboration du concept de "servuction", (condensé des termes "service" et "production") développé par deux économistes, Pierre Eiglier et Eric Langeard. Il désigne l'interaction nécessaire ayant lieu entre l'utilisateur, le producteur du service et l'environnement dans lequel se situe l'action. Le client qui s'implique est placé au cœur de la prestation.



4.2.2.2 Une triple dimension dans l'analyse de la qualité.

Il faut en effet analyser la qualité du service lui-même : prestation et résultat final (par une enquête de satisfaction), analyser chaque élément du processus de servuction (le support physique, la qualité du personnel et la qualité de la participation de l'utilisateur), et estimer la qualité des interactions entre les éléments.

4.2.3 Marketing et qualité.

Considérer que la mission centrale de la médiathèque est la satisfaction des besoins de l'utilisateur et que la médiathèque doit, par ailleurs, se positionner par rapport aux attentes différentes des acteurs en jeu, revient à avoir une vision marketing de la bibliothèque. Les notions de qualité et de marketing sont intimement liées puisqu'elles définissent toutes deux l'activité de l'organisation par rapport à l'utilisateur. La démarche qualité est une démarche managériale. Pour exemple, la mise en place d'un indicateur mesurant le taux de succès des recherches documentaire, à savoir le nombre de recherches satisfaites par rapport à l'année d'avant, s'inscrit pleinement dans cette démarche.

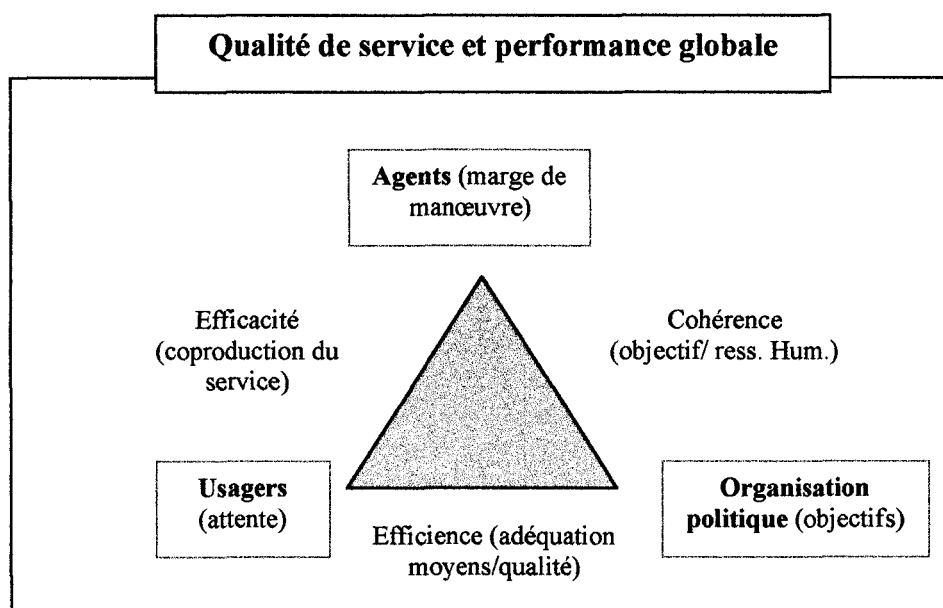
La perception qu'a le professionnel de sa médiathèque intègre et privilégie de façon systématique le point de vue de l'utilisateur.

4.3 La démarche à adopter pour la mise en place des indicateurs.

La qualité se mesure. Pour progresser, il faut que la médiathèque dispose de points de repère objectifs et chiffrés. La mise en place d'indicateurs spécifiques fait partie intégrante de la démarche qualité afin de savoir ce qui a été accompli et ce qui reste à améliorer. L'évaluation mesure ensuite l'écart entre les objectifs et les réalisations.

4.3.1 L'explicitation des missions.

Cette approche suppose la prise en compte de l'organisation au sens large : différents acteurs sont en jeu et interagissent. L'objectif est d'optimiser la réalisation des tâches de chacun, de coordonner de manière adéquate les différentes compétences et contingences logistiques.⁸



La médiathèque se fixe alors des objectifs opératoires (de moyens, de réalisations, d'organisation) qui établissent des niveaux de performance à atteindre. Quelles sont les ressources documentaires indispensables à maîtriser ? Quels sont les modes d'accès et de traitement des ressources à maintenir obligatoirement ? Quelles populations doit-on toucher nécessairement ? L'analyse de l'existant effectuée préalablement doit faciliter la définition de la stratégie de la médiathèque.

⁸ Andréas Agathocléous, « De la prise en compte de l'utilisateur à la performance globale », T.43, n°1, BBF, 1997.

La médiathèque doit ensuite pouvoir vérifier si elle atteint ses objectifs. Certains indicateurs sont actuellement en place. Quantitatifs, ils concernent la fréquentation de la médiathèque, les types de supports utilisés, l'attractivité des expositions et animations, le nombre de demandes documentaires internes et externes ainsi que la typologie des utilisateurs, les recettes issues de la vente des produits et des services, et diverses statistiques concernant le fonctionnement administratif. Toutefois, Nausicaä souhaite avoir connaissance de l'impact du message qu'elle diffuse sur les visiteurs. Il convient donc d'orienter certains indicateurs dans ce sens à la médiathèque. Il est de surcroît nécessaire de mettre en place des indicateurs plus qualitatifs.

4.3.2 Un langage commun⁹.

La norme NF ISO 11620, publiée en avril 1998, est exclusivement axée sur les indicateurs de performance des bibliothèques. Elle formule donc un langage commun et identifie clairement la notion de performance comme le meilleur équilibre entre l'efficacité (l'atteinte des objectifs) et l'efficience (la mise en œuvre des moyens). Par conséquent, pour évaluer le même service, il est nécessaire de croiser plusieurs indicateurs.

Un cadre de description des ces indicateurs a été établi et comprend plusieurs éléments, toujours disposés dans cet ordre :

- le nom de l'indicateur
- l'objectif : ce que l'indicateur a pour but d'évaluer
- le domaine d'application de l'indicateur : il peut concerner tel type de bibliothèque ou bien tous les types
- la définition de l'indicateur : les données à collecter et/ou les relations à établir entre ces données
- la description concise de la méthode
- l'interprétation des résultats mesurés par l'indicateur et les facteurs affectant ces résultats
- les indicateurs associés.

⁹ Carbone P., *Evaluer la performance des bibliothèques : une nouvelle norme*, in BBF, t.43, n°6, Paris, 1998.

4.3.3 Le tableau de bord qualité.

A un second niveau, il est donc nécessaire de mettre en place des outils de mesure de l'activité (statistiques et enquêtes), des points de contrôle qui permettent de vérifier l'adéquation entre les attentes et le service proposé. Deux sous-ensembles sont à considérer dans l'organisation du service : - les prestations documentaires réalisées avec l'utilisateur qui s'effectuent en « front-office », - la préparation du service ou sa maintenance qui se passe en « back-office ».

On cherche la « qualité » conjuguée de toutes les activités :
(liste effectuée en grande partie d'après la norme ISO 11620¹⁰)

Rubriques	Indicateurs	Réalisation ^o
- <i>L'opinion des usagers</i>	* Satisfaction des usagers	Fait
- <i>Services offerts au public</i>		
➤ Généralités	* Fréquentation	Fait
	* Coût par usager	Non fait
➤ Fourniture des documents	* Taux de consultation (ouvrages, revues, vidéos, internet, CDroms, animations)	Fait
	* Coût par usager et par type de support	Non fait
➤ Recherche d'information	* Demandes documentaires	Fait
	* Taux de succès de recherche (nb de recherches satisfaites par rapport avec l'année d'avant)	Non fait
➤ Recherche de documents	* Délai de recherche médian des documents en magasin	Non fait
	* Délai de recherche médian des documents en accès direct	Non fait
➤ Prêt des documents en interne	* Nombre de prêts	Fait
	* Nombre de prêts par personne	Non fait
	* Nombre de documents en prêt par personne	Non fait

^o Le commentaire indique ce qui est déjà en place dans la médiathèque.

¹⁰ Cf op. cit. p. 82

Rubriques	Indicateurs	Réalisation [°]
➤ Installations	* Taux d'utilisation des installations	Non fait
➤ Manifestations	* Nombre annuel de manifestations	Non fait
	* Satisfaction par rapport à ces manif.	Non fait
➤ Médiation pédagogique	* Compréhension du message Nausicaa	Non fait
<i>- Services internes</i>		
➤ Acquisition de documents	* Nombre d'acquisitions	Fait
	* Fréquence d'acquisition	Non fait
	* Taux de rotation des collections	Non fait
➤ Traitement des documents	* Délai de traitement médian	Non fait
➤ Diffusion (promotion des services)	* Enquête de connaissances des produits	Fait
➤ Conception des produits	* Connaissance des besoins	Non fait
	* Nombre de produits conçus	Non fait
➤ Gestion administrative et financière	* Coûts de fonctionnement	Fait
	* Recettes	Fait

[°] Le commentaire indique ce qui est déjà en place dans la médiathèque.

Chaque point de cette liste a été repris par mes soins et les tableaux de description de tous ces indicateurs sont disponibles en annexes[°]. En outre, deux types d'indicateurs ont été élaborés plus spécifiquement par mes soins. Il s'agit d'un questionnaire de satisfaction à joindre à chaque envoi par courrier ou mail d'une part et de feuilles de dessin destinées aux enfants venant en médiathèque d'autre part^{°°}. Ces dernières ont la particularité de comporter chacune une question différente sur les messages que le centre désire transmettre. Elles serviront donc directement à la démarche qualité du centre en lui-même.

[°] Cf Annexe n° V 1.

^{°°} Cf Annexes n° V 2, V 3.

4.3.4 Une démarche de progrès

Loin de se poser en norme immuable, la démarche qualité est un processus dynamique axé vers le progrès. On peut toujours faire mieux dans les services rendus et les produits mis à disposition. La mise à plat des dysfonctionnements observés permet, à court terme, de générer des actions correctrices et, à moyen terme, une amélioration des processus concernés afin d'éviter la réapparition des défauts.

Les démarches qualité sont modestes sur le court terme et ambitieuses dans le moyen-long terme. Souvent, elles ne sont véritablement perceptibles pour l'utilisateur que trois à quatre ans après leur lancement.

4.3.5 Les usagers peuvent-ils cependant constituer à eux seuls la référence pour définir la qualité du service ?

Le Commissariat à la Réforme de l'Etat relève sur ce point la nécessité d'arbitrage permanent entre les attentes des usagers et l'intérêt général pour établir la notion de qualité. Il est alors indispensable de faire un compromis entre les exigences et les contraintes.

En guise de conclusion...

Conclusions

L'enquête s'inscrit dans une démarche d'optimisation des relations entre la médiathèque et son environnement. Tout en tenant compte des réalités de l'entreprise, la médiathèque oriente ses choix de développement dans une optique-client et se pose ainsi en acteur majeur du centre. L'enquête de satisfaction a permis d'établir un bilan de la qualité du service après dix ans de fonctionnement. Ce bilan s'avère globalement positif surtout en ce qui concerne l'avis du grand public. La majorité des usagers trouvent la médiathèque utile voire indispensable et sont satisfaits du service proposé. L'enquête conforte ainsi le personnel et la direction dans l'utilité du travail effectué. Les attentes sont plus fortes en interne : le personnel désire des services plus spécifiques aux centres de documentation en entreprise. Ainsi, les missions correspondant à chacun des segments divergent véritablement. Dans cette perspective, l'éclatement des services destinés au grand public - la séparation du ludique et du documentaire par exemple - et la prise en compte plus accentuée des besoins internes à l'entreprise sont à envisager afin de mieux pouvoir répondre aux attentes de chacun et d'être ainsi reconnu véritablement comme un service à part entière au sein de Nausicaä.

A une échelle moindre, certaines constatations faites au cours de l'analyse de l'existant sont confirmées par l'enquête et donnent des pistes d'action. Ainsi, être à l'écoute de l'utilisateur signifie élargir le fonds, lui permettre davantage d'autonomie dans ses recherches, le former et le guider dans l'usage des technologies numériques, mettre en place plus de services à forte valeur ajoutée et surtout mieux les faire connaître. Un véritable budget et un remaniement de la médiathèque sont donc nécessaires pour effectuer les modifications attendues. Néanmoins, l'information au public constitue l'un des problèmes majeur auquel se heurte la médiathèque et celui-ci peut être résolu, en partie du moins, assez rapidement. Il est en effet dommage de constater que 40 % des personnes interrogées dans le hall de Nausicaä ne connaissaient pas l'existence de la médiathèque ou ne l'avaient pas vue. Il est surprenant de voir que beaucoup de personnes étaient désarçonnées quand je leur demandais si elles connaissaient l'existence d'outils documentaires autres que les livres et les revues. L'effort effectué dans le sens d'une plus grande communication doit en conséquence être poursuivi. Certaines démarches sont simples à mettre en oeuvre : donner une feuille d'information sur la médiathèque à chaque nouvel abonné par exemple, renseigner les autres services des initiatives prises par la médiathèque par l'intermédiaire du système du courrier interne...

L'enquête est une étape indispensable dans un processus plus vaste et plus complexe. Elle doit mener vers une systématisation des contrôles dans l'optique éventuelle d'une certification. La démarche qualité agit comme un moteur et tout le personnel doit tendre à un service toujours plus proche des attentes des publics.

Beaucoup de pistes nouvelles ou pressenties sont ressorties de l'enquête. Le choix d'une démarche multi-méthodologique s'est révélé très riche et bien adaptée aux différents types de publics concernés. Pratiquement, le nombre de réponses obtenu reste toutefois encore trop limité quant aux questionnaires envoyés ou administrés. Un minimum de 200 questionnaires constituait mon objectif de départ. Cependant, j'attendais plus de retour du mailing envoyé aux abonnés. Capter l'attention et l'intérêt des usagers reste une démarche difficile qui demande sans doute davantage de temps et de moyens.

Néanmoins j'ai perçu ce stage comme un excellent tremplin vers la vie active en centre de documentation. La démarche qualité étant d'actualité - pour preuve le nouvel ouvrage de E. Sutter paru en 2002¹¹ -, il me paraît très utile d'en avoir expérimenté de façon active la mise en place dans l'entreprise. Mettre l'utilisateur au centre des préoccupations des centres de documentation doit devenir une démarche incontournable et être considéré comme un axe majeur de développement. Aussi, il ne faut pas cesser d'utiliser les « yeux des autres » pour « voir ses défauts ».

¹¹ Sutter E., *Documentation, information, connaissance : la gestion de la qualité*, ADBS Editions, Paris, 2002.

Bibliographie

Ouvrages

- Bessière J., <http://www.enssib.fr/bibliotheque/documents/dcb/bessiere.pdf>, *Le management de la qualité en bibliothèque*, ENSSIB, 1997
- Briault M., Leblond C., Mei F., Reymond V., *Les médiathèques et leurs publics*, ENSSIB, 1997.
- Martin L., *Traitement statistique de données avec le logiciel Sphinx*, Les éditions SMG, Trois-Rivières, 1998.
- Millot S., *L'enquête de satisfaction. Guide méthodologique*, AFNOR, 2001.
- Muet F., Salaün J.M., *Stratégie marketing des services d'information. Bibliothèques et centres de documentation*, Cercle de la librairie, Paris, 2001.
- de Singly F., *L'enquête de satisfaction et ses méthodes : le questionnaire*, Nathan, 1992.
- Sutter E., *Services d'information et qualité. Comment satisfaire les utilisateurs*, ADBS Editions, Paris, 1992.
- Sutter E., *Documentation, information, connaissance : la gestion de la qualité*, ADBS Editions, Paris, 2002.

Articles

- Agathocléous A., *De la prise en compte de l'utilisateur à la performance globale*, in BBF, t.43, n°1, Paris, 1997.
- Carbone P., *Evaluer la performance des bibliothèques : une nouvelle norme*, in BBF, t.43, n°6, Paris, 1998.
- Greslou J.-C., *Les outils et la démarche de management de la qualité*, in BBF, t.43, n°1, Paris, 1997.
- Mayère A., Muet F., *La démarche qualité appliquée aux bibliothèques et services d'information*, in BBF, t.43, n°1, Paris, 1997.
- Ranjard S., *Pratiques et attentes des publics des médiathèques*, in BBF, t.45, n°5, Paris, 2000.
- Sutter E., *La démarche qualité en bibliothèque*, in BBF, t.43, n°1, Paris, 1997.

Table des annexes

- La médiathèque.
 - Organigramme de la médiathèque..... I 1
 - Plan de classement I 2
 - Exemple de notice bibliographique..... I 3
 - Biographie de Jean-Louis Etienne..... I 4
 - Exemple d'un programme des émissions de télévision sur la mer..... I 5

- Les questionnaires.
 - Questionnaire pour le public de la médiathèque II 1
 - Traduction anglaise du questionnaire pour le public de la médiathèque II 2
 - Lettre et questionnaire pour les abonnés II 3
 - Lettre d'accompagnement du cadeau abonnés..... II 4
 - Lettre et questionnaire-courrier par voie postale..... II 5
 - Lettre et questionnaire-courrier par voie électronique II 6
 - Lettre d'accompagnement du cadeau courrier II 7
 - Questionnaire pour le public de NAUSICAA..... II 8
 - Le planning de gestion des questionnaires II 9
 - Le planning d'administration des questionnaires pour le public de la médiathèque II 10
 - Le planning d'administration des questionnaires pour le public de NAUSICAA II 11
 - Table de codification des questions ouvertes II 12

- Les entretiens.
 - Le guide d'entretien III 1
 - Lettre adressée aux chefs de service..... III 2
 - Planning des entretiens..... III 3
 - Le tableau d'analyse des entretiens..... III 4

- Article et questionnaire paru dans Boulogne-sur-Mer Magazine. IV 1

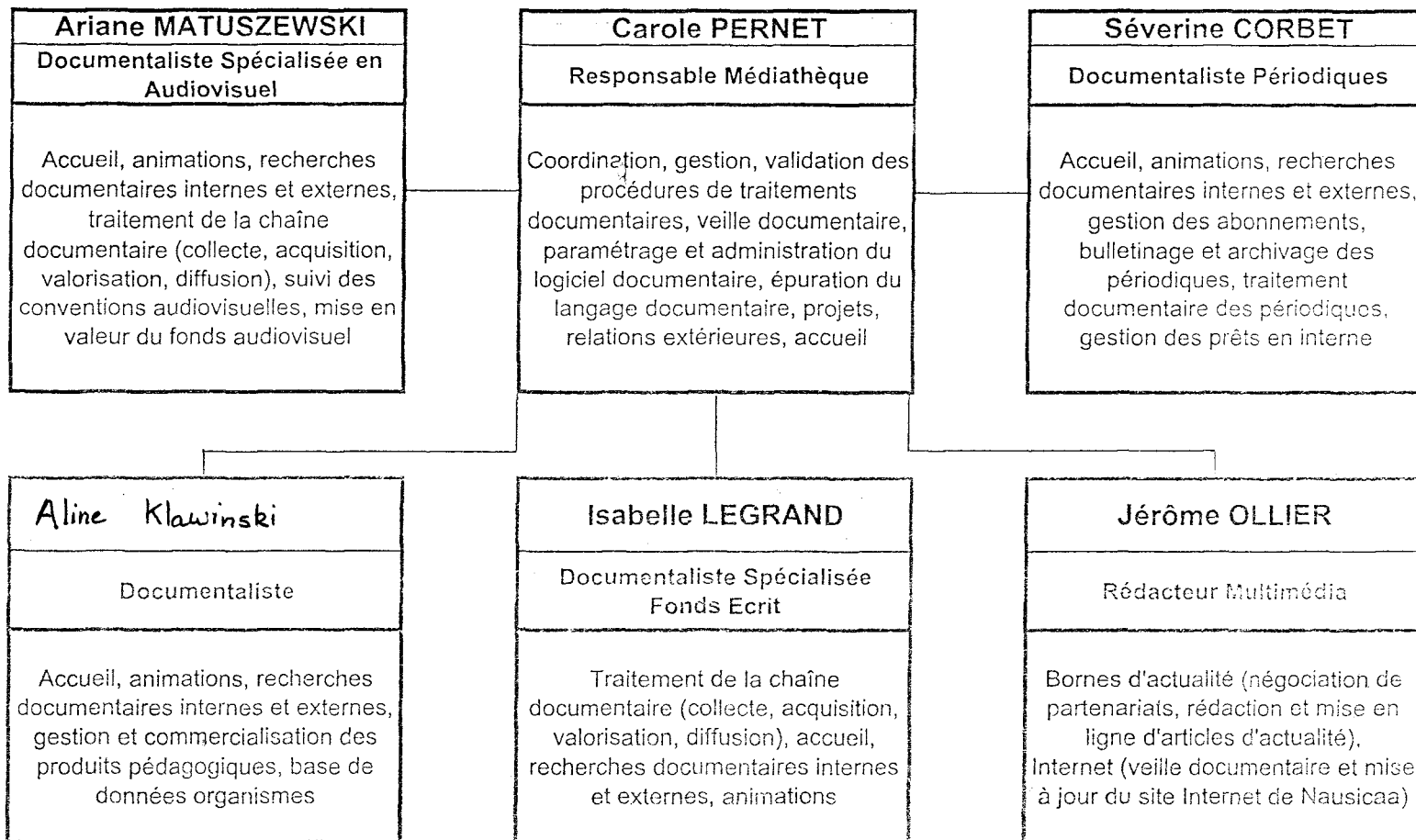
➤ Les indicateurs de qualité.

- Tableaux de description des indicateurs de performance..... V 1
- Indicateur de performance courrier V 2
- Indicateurs de performance enfants..... V 3

Annexe I :
La médiathèque.

févr-01

ORGANIGRAMME DE LA MEDIATHEQUE



Annexe I2 : Plan de classement

PLAN DE CLASSEMENT

R OUVRAGES DE REFERENCES

- R 1 Annuaires
- R 2 Atlas
- R 3 Bibliographies - Catalogues
- R 4 Dictionnaires - Encyclopédies - Usuels
- R 5 Répertoires - Recueils généraux
- R 6 Enseignement - Education

A ACTIVITES ET TECHNIQUES MARITIMES

A 1 EXPLOITATION DES RESSOURCES MARINES

A 11 Recherche océanologique - Plongée profonde

A 12 Exploitation des ressources biologiques

A 121 Généralités

A 122 Réglementation

A 123 Politique - Cadre institutionnel et administratif

A 124 Economie des ressources biologiques (analyse, statistique)

.1 Circuit économique - Développement
(investissement, commercialisation, distribution...)

.2 Marché des produits de la mer

A 125 Culture marine - Aquaculture

.1 Généralités - Géographie de l'aquaculture

.2 Elevage des poissons

.3 Elevage des crustacés (crabes, crevettes, écrevisses...)

.4 Elevage des mollusques (huîtres, moules...)

.5 Elevage d'autres espèces animales

.6 Elevage des algues

.7 Pathologie

.8 Gestion des installations

.9 Industrie aquacole

A 126 Pêche

.1 Généralités - Géographie de la pêche

.2 Type de pêche (pêche artisanale, industrielle, par espèce...)

.3 Techniques et engins de pêche

.4 Gestion scientifique

.5 Recherche halieutique

.6 Industrie de la pêche

A 13 Exploitation des ressources minérales et énergétiques

A 131 Généralités

A 132 Réglementation

A 133 Politique - Cadre institutionnel et administratif

A 134 Economie des ressources minérales et énergétiques

A 135 Technique d'exploitation

.1 Recherche et exploration

.2 Exploitation industrielle

A 14 Autres activités d'exploitation

A 141 Activités extractrices (gravière, sablière)

A 142 Dessalinisation - Exploitation salinière

A 2 CONSTRUCTION NAVALE ET GENIE HYDRAULIQUE

A 21 Généralités

A 22 Réglementation

A 23 Politique navale - Cadre institutionnel et administratif

A 24 Economie de la construction navale

A 241 Circuit économique

A 242 Marché du navire

.1 Bateaux de commerce

.2 Bateaux de pêche

.3 Bateaux de plaisance

.4 Autres navires

A 25 Technique du génie naval

A 251 Architecture navale

A 252 Chantiers de construction navale

A 253 Construction amateur - Construction navale traditionnelle

A 254 Types de bâtiments

.1 Bâtiments anciens

.2 Bâtiments de commerce

.3 Bâtiments de pêche

.4 Bâtiments de plaisance

.5 Autres bâtiments

A 255 Différents éléments des bâtiments

.1 Coques

.2 Gréement et équipement

.3 Moteurs - Propulsion

A 256 Maintenance - Réparation - Entretien

- A 26 Génie hydraulique
 - A 261 Ports - Rades
 - A 262 Installations portuaires (docks, jetées)
 - A 263 Opérations sous l'eau (tunnels...)

- A 27 Sciences et techniques appliquées au génie naval et hydraulique

A 3 NAVIGATION - SECURITE EN MER

- A 31 Généralités
- A 32 Réglementation
- A 35 Navigation maritime
 - A 351 Code et signalisation
 - A 352 Aide à la navigation (cartes, guides, instruments)
 - A 353 Météo
 - A 354 Equipement optique et électronique de navigation (radar, radio, télécommunication...)
 - A 355 Autres équipements de géonavigation (phares, bateaux-phares, balises, bouées, amers...)
 - A 356 Technique de navigation
 - A 357 Manoeuvre et matelotage
 - A 358 Navigation astronomique
- A 36 Sécurité en mer
 - A 361 Sécurité - Prévention - Sauvetage
 - A 362 Santé - Vie à bord
 - A 363 Evénements de mer

A 4 MARINE MARCHANDE - TRANSPORT MARITIME

- A 41 Généralités
- A 42 Réglementation
- A 43 Politique des transports - Cadre institutionnel et administratif
- A 44 Economie des transports
- A 45 Transport maritime - Marine marchande
 - A 451 Armement (conférence, consortium, ligne)
 - A 452 Flotte
 - A 453 Trafic (cabotage, trafic de ligne, tramping, cargaison, piraterie...)
 - A 454 Transport de voyageurs

- A 46 Port
 - A 461 Statut
 - A 462 Aménagement portuaire
 - .1 Port de commerce
 - .2 Port de pêche
 - .3 Port de plaisance
 - .4 Autres ports
 - A 463 Outillage et équipement portuaire
 - A 464 Exploitation portuaire

A 5 MARINE MILITAIRE

- A 51 Généralités
- A 52 Génie naval militaire
- A 53 Marine Nationale
- A 54 Marine étrangère

B BIOLOGIE - SCIENCES DE LA MER - ENVIRONNEMENT

B 1 GENERALITES - DIVERS OCEANS

B 2 GEOLOGIE MARINE ET GEOPHYSIQUE

- B 21 Géodynamique
- B 22 Géomorphologie
- B 23 Tectonique

B 3 CLIMATOLOGIE - METEOROLOGIE

B 4 PALEONTOLOGIE

- B 41 Généralités
- B 42 Paléobotanique
- B 43 Protozoaires et autres formes fossiles simples
- B 44 Invertébrés fossiles
- B 45 Mollusques fossiles
- B 46 Poissons fossiles
- B 47 Mammifères marins fossiles
- B 48 Oiseaux marins fossiles
- B 49 Autres animaux fossiles

B 5 OCEANOGRAPHIE - BIOLOGIE

- B 51 Généralités - Instrumentation - Campagnes océanographiques
- B 52 Océanographie chimique
- B 53 Océanographie physique

- B 54 Biologie marine
 - B 541 Généralités
 - B 542 Microbiologie - Bactériologie
 - B 543 Botanique
 - .1 Thallophytes (algues - phycologie)
 - B 544 Zoologie marine
 - .1 Généralités
 - .2 Plancton
 - .3 Protozaires
 - .4 Invertébrés
 - .41 Spongiaires
 - .42 Cnidaires (coraux, méduses...)
 - .43 Annélides
 - .44 Bryozoaires
 - .45 Mollusques
 - .46 Crustacés
 - .47 Echinodermes
 - .48 Autres invertébrés
 - .5 Procordés
 - .6 Vertébrés
 - .61 Poissons (Ichtyologie)
 - .62 Mammifères
 - .63 Oiseaux
 - .64 Reptiles
 - B 545 Ecosystèmes marins
 - B 546 Faune et flore littorales

B 6 AQUARIOLOGIE

B 7 ENVIRONNEMENT - POLLUTION

- B 71 Généralités
- B 72 Réglementation
- B 73 Pollution marine
 - B 731 Type de pollution (par origine)
 - B 732 Gestion des déchets
 - B 733 Moyen anti-pollution
- B 74 Environnement côtier
 - (aménagement, gestion du littoral, action touristique, défense des côtes)

C CULTURE ET LOISIRS

C 1 CULTURE GENERALE

- C 11 Archéologie marine
- C 12 Patrimoine maritime (archives, muséologie...)
- C 13 Histoire et géographie maritimes (généralités)
 - C 131 Navigateurs - Marins - Corsaires - Flibustiers
 - C 132 Pêche
 - C 133 Marine marchande
 - C 134 Marine militaire
 - C 135 Plaisance - Voile
 - C 136 Sciences et techniques
 - C 137 Histoire et géographie régionale - Divers
- C 14 Expéditions - Découvertes - Récits de voyages et d'aventure
- C 15 Fonds local (Boulonnais)

C 2 ART ET LITTERATURE

- C 21 Cuisine - Gastronomie
- C 22 Modélisme
- C 23 Photographie - Cinéma
- C 24 Musique - Peinture - Dessins - Gravures - Sculptures
- C 25 Littérature - Poésie - Théâtre
- C 26 Bandes dessinées - Adultes
- C 27 Divers

C 3 SPORTS ET LOISIRS

- C 31 Généralités
- C 32 Réglementation
- C 33 Plaisance - voile et moteur
 - C 331 Croisières (côtières et hautières)
 - C 332 Courses et régates
- C 34 Sports nautiques
 - C 341 Généralités
 - C 342 Planche à voile - Surf
 - C 343 Sky nautique
 - C 344 Kayak - Canoë
 - C 345 Autres sports nautiques
- C 35 Natation et plongée
 - C 351 Natation
 - C 352 Plongée
 - C 353 Jeux aquatiques
- C 36 Pêche et chasse
 - C 361 Pêche amateur
 - C 362 Chasse sous-marine
 - C 363 Chasse aux oiseaux aquatiques

C 37 Tourisme. Voyage

C 38 Divers

D DROIT POLITIQUE ECONOMIE SOCIAL

D 1 DROIT

D 11 Droit international

D 111 Droit de la mer

Sources du droit (ONU, OMI, CNUCED)

Espaces marins

Milieu marin (océanologie, pollution)

D 112 Droit communautaire

D 12 Droit maritime

D 121 Navire - Navigation

D 122 Contrat (connaissance, charte partie)

D 123 Assurance maritime

D 124 Arraisonnement

D 125 Droit maritime étranger

D 13 Domaine public maritime et littoral

D 131 Domaine public maritime

D 132 Domaine portuaire

D 133 Occupation du domaine public

D 14 Réglementation (voir domaine d'application)

D 15 Contentieux (justice, arbitrage)

D 2 ECONOMIE ET POLITIQUE MARITIME

D 21 Généralités et statistiques

D 22 Cadre administratif et institutionnel

D 23 Politique nationale et régionale (plan d'aménagement...)

D 24 Politique communautaire

D 25 Relations internationales et coopération

D 3 SOCIAL (GENS DE MER)

D 31 Généralités

D 32 Législation et régime social

D 33 Statut social

D 34 Formation professionnelle - Education

D 35 Emploi - Conditions de travail

D 36 Syndicalisme - Conflits sociaux

D 37 Sociologie - Ethnologie maritime

D 371 Marins-pêcheurs

D 372 Marins du commerce

D 373 Marins militaires

D 374 Population littorale

Annexe I 3 : Exemple de notice bibliographique

référence : 25738
date de saisie : 3/12/2000
type Document : LIVRE
langue document : ANGLAIS
titre propre : Marine mammals and persistent ocean contaminants
lieu Edit/Prod : Bethesda (USA)
édit/Prod : Marine Mammal Commission
date Edit/Prod : 1999
page/Pl/Durée : 150 p.
illustrations : Tableaux, graphiques et schémas en n. et b.
complément : Bibliographie et annexes
résumé : Actes de colloque concernant les contaminants marins persistants et les mammifères marins : le point sur les connaissances actuelles, les contaminants retrouvés dans les mammifères marins (quantités, etc.), les effets potentiels de ces contaminants sur la santé de ceux-ci.

public visé : PS
manifestation :
C Personne :
C Collectivité :
not Nom Commun : BIOACCUMULATION/MAMMIFERE MARIN/POLLUTION CHIMIQUE/
TOXICOLOGIE

auteur Principal :
nom Auteur : O'SHEA
prénom : Thomas
nom Auteur : REEVES
prénom : Randall R.
nom Auteur : KIRK LONG
prénom : Alison
co-auteur :
auteur Second. :
collectif Auteur :
collectif Nom : MIDCONTINENT ECOLOGICAL SCIENCE CENTER
collectif subdivision : U.S. Geological Survey (Fort Collins, USA)
collectif Nom : OKAPI WILDLIFE ASSOCIATES
collectif subdivision : (Hudson, Canada)
collectif Nom : MARINE MAMMAL COMMISSION
collectif subdivision : (Bethesda, USA)
collectif Co-aut :
collectif Aut Se :
note : B 544.62 OSH
numéro Inventaire : L 3852

Annexe I4 : Biographie de J.L. Etienne

Jean-Louis Etienne. Biographie

Jean-Louis Etienne est né le 9 décembre 1946 [Tarn].

Après avoir obtenu un CAP d'ajusteur, Jean-Louis Etienne continue ses études pour décrocher une dizaine d'années plus tard le titre de docteur en médecine.

Nous sommes en 1975, J-L Etienne participe à sa première expédition... en Patagonie. La machine est lancée!

• Ses explorateurs préférés...

" Chronologiquement, par sensibilité, j'aime Nansen. Il est l'homme d'un fantastique engagement sur le terrain et dans sa vie. J'aime aussi l'ingénieur Andrée à cause de son approche irréaliste. On lui donnait 1% de chance de réussite avec son ballon. Il y est allé quand même. Il est mort parce que la balise Argos à l'époque n'existait pas.

" Et il y a Amundsen. Amundsen est un mélange exceptionnel de force, de solidité et de ténacité. C'est un vrai Viking.

" Enfin, j'ai une tendresse particulière pour le commandant Charcot, bien qu'il n'ai pas participé à la conquête du pôle Nord. Il était médecin comme moi. Il a consacré sa vie aux expéditions. J'aime sa destinée.

Entretien in Chasseurs de Pôles, p.173 / Nicolas Hulot - 1989.

• Les expéditions.

1979 - Des alpinistes et des marins dans un même bateau... voile et alpinisme au Groënland.

1980 - Broad Peak.

1983 - versant nord de l'Everest.

1985 - première tentative pour rejoindre le pôle nord.

Départ le 6 mars 1986 de l'extrême nord du Canada et arrivée le 14 mai 1986 au Pôle nord magnétique : 1000 km en 63 jours de marche, solo.

1988 traversée sud-nord du Groënland, traîneaux + chiens avec cinq compagnons. entraînement à Transantartica.

Juillet 1989-mars 1990 : Expédition internationale Transantartica, 6300 km / 7 mois.

Août 1991- Février 1992 : expédition Antartica, un an sur les océans entre Patagonie, Terre de feu..

Décembre 1993 - mars 1994 : expédition Erebus.

Novembre 1995 - Juin 1996 : Expé au Spitzberg. Antartica s'immobilise et reste prisonnier de la banquise.

Avril/Juillet 2002 - Traversée de l'Océan Arctique à bord de Polar Observer

Annexe I5: Exemple de programme TV sur la mer

Programme des émissions de télévision sur la Mer – 2002 (proposé par la Médiathèque de NAUSICAA)

Date	Chaîne	Horaire	Emission	Titre	Durée	Genre
Dimanche 1 ^{er} septembre	Canal +	18H00		Groupes, je suis un poisson ☞ Une petite fille est transformée en étoile de mer accidentellement son frère et son cousin se métamorphosent en poisson pour partir à sa recherche dans l'océan. ☞ Rediffusion le 03/09/02 à 17H05	80'	Dessin animé
	Teletoon	18H05		Un bob à la mer ☞ Diffusion tous les jours à 17H05 et 18H35	45'	Dessin animé
	Planète	18H35		Créatures des profondeurs	30'	Documentaire
	Voyage	21H00	Les voyages d'Antoine	En Grèce, aux îles Marquises et en Haïti	60'	Documentaire
	Escales	22H45	Perles océanes	Palau, l'archipel des coraux	30'	Documentaire
	TV Breizh	22H55		Capitaine Cook	55'	Série
	France 3	1H40		Titanic ☞ Film allemand de 1943	75'	Fiction
Lundi 2 septembre	France 5	11H10		Requins : ces tueurs silencieux	45'	Documentaire
	France 5	16H35		L'or blanc du Royal Captain ☞ Le 17 décembre 1773, près de Canton, le navire anglais Royal Captain rentre après un an avec une fortune à son bord.	60'	Documentaire
	France 5	19H00	La magazine de l'environnement	... Sommet Rio plus dix...	45'	Magazine
	Arte	20H15		Sir Peter Blake, expédition en Antarctique ☞ Plongeon sous l'Antarctique avec le navigateur Néo-Zélandais assassiné en 2001	30'	Documentaire
Mardi 3 septembre	Planète	18H20	Au fond des océans	L'océanographie : le temps des pionniers	55'	Documentaire
	M6	20H50	E=M6 découverte	Animaux menaçants, animaux menacés ☞ ...Fallait-il sauver Willy?...	120'	Magazine
Mercredi 4 septembre	France 5	10H40	La 5 ^{ème} dimension	Requins et ondes de choc	30'	Documentaire
	France 5	11H10		Les créatures du lagon noir ☞ Sur la côte du Costa Rica, en saison sèche...	55'	Documentaire
	National Geo	22H00		Chasseurs des océans	60'	Documentaire
	Eurosport	0H15	Sailing World	☞ Le magazine de la voile	30'	Documentaire
Jeudi 5 septembre	Pathé sport	12H45		Orange Biarritz Surf Festival	15'	Surf
	France 5	16H35	Des bateaux et des hommes	Rossiya, brise-glace nucléaire sur la route du Grand Nord	60'	Documentaire
	Planète	16H40	Au fond des océans		55'	Documentaire
	Odyssée	21H15	Le gros homme et la mer		60'	Documentaire
	Eurosport	22H30	Sailing World	☞ Le magazine de la voile	30'	Documentaire
Vendredi 6 septembre	France 3	20H55	Thalassa	Escale dans les îles Grecques ☞ l'île de Kalymnos et de Kastellorizzo / l'académie navale...	100'	Magazine
	Pathé Sport	17H30		Solitaire du Figaro	30'	Documentaire
	Odyssée	20H50	Alerte au climat	Demain l'enfer	115'	Documentaire
	Odyssée	22H45		Titanic, au delà du naufrage	30'	Documentaire
	Odyssée	23H15	Le gros homme et la mer	Carlos à l'île Maurice	25'	Documentaire
	Planète	23H30	Au fond des océans		55'	Documentaire
Samedi 7 septembre	France 5	7H20	Les aventures du Quest	La faune des Galápagos	50'	Documentaire
	France 5	11H55	Atlantis	La naissance d'un mythe 1/4	35'	Documentaire
	National Geo	21H30		Mammifères marins	30'	Documentaire
	Escales	21H50	Histoire d'îles	Marquises	40'	Documentaire

Ce programme est purement indicatif. Nausicaa ne peut en aucun cas être tenu pour responsable des changements de programmation opérés par les différentes chaînes.

Annexe II :
Les questionnaires.

Enquête de satisfaction

Venez-vous à NAUSICAA pour la première fois?

- Oui
- Non

Si non, combien de fois êtes-vous déjà venu cette année à NAUSICAA ?

- Aucune fois
- Une fois
- Entre deux et cinq fois
- Entre cinq et dix fois
- Plus de dix fois

La médiathèque

Etes-vous déjà venu à la médiathèque auparavant ?

- Oui
- Non

Si oui, êtes-vous venu à la médiathèque, il y a :

- Moins d'un mois
- Moins de six mois
- Moins d'un an

Si oui, sur l'année écoulée, combien de fois êtes-vous venu :

- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Moins de six fois
- Six fois ou plus

Etes-vous venu à la médiathèque :

- A la suite de la visite du centre
- Spécialement pour profiter de ses services

Le service et l'aménagement des locaux

Le local vous paraît-il :

- Pas agréable du tout
- Peu agréable
- Plutôt agréable
- Très agréable

Les locaux de la médiathèque sont-ils bien adaptés à vos besoins ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

La signalisation vous permet-elle de vous repérer dans la médiathèque ...

- Difficilement
- Assez difficilement
- Plutôt facilement
- Très facilement

A l'occasion de l'une de vos visites, avez-vous déjà demandé conseil aux documentalistes ?

- Oui
- Non

Si non, pour quelle raison ?

- Par peur de déranger
- Vous n'en éprouvez pas le besoin
- Vous ne savez pas qu'ils peuvent vous renseigner
- Autre

Si oui, vous avez trouvé les informations :

- Inutiles
- Insuffisantes par rapport à vos besoins
- Trop techniques
- Répondant à vos attentes

Si oui, pour chacun des points suivants, que pensez-vous de la qualité de :

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant	Sans opinion
Temps d'attente					
Amabilité de l'accueil					
Attention portée à vos demandes					
Compétence de l'interlocuteur					

Votre recherche documentaire

Pourriez-vous me citer des services disponibles à la médiathèque ?

- Les recherches thématiques sur demande
- Les bornes d'actualités
- Le programme des émissions de télévision sur la mer
- Les photocopies sur place
- Autre
- Ne sait pas

Quand vous utilisez les ressources documentaires, le faites-vous :

- Pour vous-même
- Pour quelqu'un d'autre

Précisez qui :

Parmi ces supports, quels sont ceux que vous avez déjà eu l'occasion de consulter :

- Ouvrages
- Presse quotidienne
- Revues spécialisées
- CD Roms
- Internet
- Films documentaires
- Photographies et diapositives
- Mallettes pédagogiques
- Autre

Avez-vous déjà consulté le service multimédia des actualités de la mer au cours de votre visite de Nausicaà ou dans la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si oui, avez-vous trouvé ce service :

- Inintéressant
- Peu intéressant
- Plutôt intéressant
- Très intéressant

Avez-vous des remarques à apporter ?

.....

Connaissez-vous l'existence de la feuille programme des émissions de télévision sur la mer disponible à la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si oui, l'avez-vous déjà consultée?

- Jamais
- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Plus de quatre fois

Si Oui à la question 1

Parmi les manifestations mises en place par la médiathèque, lesquelles ont fait l'objet de votre visite ?

- Printemps du conte
- Journée de lancement de timbres sur la mer
- Concours de dessin (enfants)
- Fête de la Science
- Semaines de la mer
- Autre

Qu'en avez-vous pensé ?

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Printemps du conte				
Journée de lancement de timbres sur la mer				
Concours de dessin (enfants)				
Fête de la Science				
Semaines de la mer				
Autre				

11

Satisfaction globale

Considérez-vous que, pour un centre comme Nausicaä, la médiathèque est un service :

- Inutile
- Peu utile
- Plutôt utile
- Indispensable

Globalement, que pensez-vous de la médiathèque ?

- Pas du tout satisfait
- Peu satisfait
- Satisfait
- Très satisfait

Si vous êtes peu ou pas du tout satisfait, pourriez-vous nous préciser les raisons?

.....

.....

.....

Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?

.....

.....

.....

.....

Quelques renseignements...

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- Entre 50 et 59 ans
- Plus de 60 ans

A quel titre venez-vous à la médiathèque ?

- Elève/Collégien/Lycéen
- Etudiant
- Enseignant
- Grand public amateur de la mer
- Grand public
- Professionnel

Si vous êtes un professionnel, dans quel type de structure travaillez-vous ?

- Entreprise dans le domaine maritime
- Entreprise hors du domaine maritime
- Association
- Musée
- Centre de recherche
- Aquarium

Pourriez-vous me donner le code postal de votre ville ?

Annexe II 2 : traduction anglaise du questionnaire pour le public de la médiathèque.

Satisfaction survey

Is it the first time that you come to the multimedia library?
 Yes
 No

If not, the last time you come was :
 Less than a month ago
 Less than six months ago
 Less than one year ago

If not, last year, how many times have you been there :
 Less than twice
 Less than four times
 Less than six times
 Six times or more

Did you come to the library :
 After the visit of the aquarium
 Specially to take advantage of its services

The service and the organisation of the room

The premise seems to you:
 not pleasant
 little pleasant
 rather pleasant
 very pleasant

Are the premises of the library well-adapted to your needs?
 Yes
 No

If no, why ?

The signs allow you to find your way in the library ...
 With difficulty
 Rather with difficulty
 Rather easily
 Very easily

During your visit(s), have you already asked for help to the library staff :
 Yes
 No

If not, why ?

- For fear of disturbing
- You don't feel the need to ask something
- You don't know that they can inform you
- Other

If yes, information were :

- Useless
- Insufficient with regard to your needs
- Too technical
- Matching with your expectations

If yes, for each of the following points, what do you think their quality is :

	In no way satisfied	Little satisfied	Satisfied	Very satisfied	No idea
Waiting time					
Kindness of the reception					
Attention taken to your requests					
Skills of your interlocutor					

Your research

Could you tell me several services available in the library ?

- Thematic researches on request*
- News online*
- The sea-related TV programs*
- Photocopies on the spot*
- Other.....*
- No idea*

When you use the documentary resources, do you do it :

- For yourself
- For someone else

Could you tell me who :

Among these different types of documents, which ones have you already used here :

- Books
- Daily press
- Specialized reviews
- CD Roms
- Internet
- Films
- Photos and slides
- Educational boxes
- Other

Have you already asked the multimedia facilities relatives to the news of the sea, during your visit of Nausicaä or in the library ?

- Yes
- No

If yes, have you found this facility

- Uninteresting
- Little interesting
- Rather interesting
- Very interesting

Do you have remarks ?

.....

If no at the question 1

Among the events organised by the library, which ones have you attended ?

- Spring of the tale
- themed stamps exhibition on the sea
- Drawing contest (children)
- The Week of Science
- The week of the sea
- Other

What did you think about them ?

	In no way satisfied	little satisfied	Satisfied	very satisfied
Spring of the tale				
Themed stamps exhibition on the sea				
Drawing contest (children)				
The Week of science				
The week of the sea				
Other				

General Satisfaction

Do you think that a library, in a centre like Nausicaä, is :

- Useless
- Little useful
- Rather useful
- Absolutely necessary

On the whole, what do you think of the library?

- In no way satisfied
- Little satisfied
- Satisfied
- Very satisfied

If you are little or not satisfied, could you tell me the reasons ?

.....

What would you suggest to improve the library ?

.....

Few information..?

How old are you ?

- Less than 18 years old
- Between 18 and 29 years old
- Between 30 and 39 years old
- Between 40 and 49 years old
- Between 50 and 59 years old
- More than 60 years old

Could you tell me if you are...

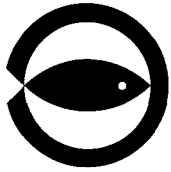
- A schoolboy/girl
- A student
- A teacher
- A sealoover
- General public
- A professional

If you're a professional, in what type of structure do you work ?

- Firm in the sea domain
- Firm out the sea domain
- Association
- Museum
- Research centre
- Aquarium


Could you tell me where you come from ?

.....



NAUSICAA

Centre National de la Mer

Boulogne/Mer 

Nausicaä, le 7 juin 2002

Objet : Enquête de satisfaction

Madame, Monsieur,

Afin d'améliorer le service aux usagers, la responsable de la médiathèque, Carole PERNET, m'a confiée comme projet de stage de maîtrise la réalisation d'une enquête de satisfaction.

Abonnés de NAUSICAA, vous êtes des visiteurs privilégiés du Centre. Dans ce cadre, vous avez certainement déjà eu recours aux services de la médiathèque. Par conséquent, il nous serait très agréable que vous nous accordiez un peu de votre temps pour compléter ce questionnaire. En effet, votre participation est précieuse dans la démarche qualité qui anime le service. Vous pouvez ainsi nous aider à mieux comprendre vos besoins, vos attentes, vos aspirations afin d'élaborer à l'avenir un service encore plus proche de vos désirs.

Pour les besoins de mon stage, il m'est indispensable de recevoir votre réponse dans les plus brefs délais. Aussi nous comptons sur votre amabilité pour renvoyer ce questionnaire avant le 5 juillet. Si vous répondez dans les dix premiers, nous aurons le plaisir de vous offrir le nouvel album de NAUSICAA.

En vous remerciant pour l'attention que vous porterez à ce courrier, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de notre considération distinguée.

Mélina DUPONT
Stagiaire à la médiathèque de NAUSICAA

Enquête de satisfaction

Vous êtes abonné à NAUSICAA...

Depuis combien de temps êtes-vous abonné ?

- Moins d'un an
- Un an ou plus

Combien de fois êtes-vous venu cette année à Nausicaä ?

- Une fois
- Entre deux et cinq fois
- Entre cinq et dix fois
- Plus de dix fois

Etes-vous satisfait des avantages qui vous sont offerts ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

La médiathèque

Etes-vous déjà venu à la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

Si oui, êtes-vous venu à la médiathèque, il y a :

- Moins d'un mois
- Moins de six mois
- Moins d'un an

Sur l'année écoulée, combien de fois êtes-vous venu à la médiathèque :

- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Moins de six fois
- Six fois ou plus

Etes-vous venu à la médiathèque :

- A la suite de la visite du centre
- Spécialement pour profiter de ses services

Le service et l'aménagement des locaux

Le local vous paraît-il :

- Pas agréable du tout
- Peu agréable
- Plutôt agréable
- Très agréable

Les locaux de la médiathèque sont-ils bien adaptés à vos besoins ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

La signalisation vous permet-elle de vous repérer dans la médiathèque ...

- Difficilement
- Assez difficilement
- Plutôt facilement
- Très facilement

A l'occasion de l'une de vos visites, avez-vous déjà demandé conseil aux documentalistes ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

- Par peur de déranger
- Vous n'en éprouvez pas le besoin
- Vous ne savez pas qu'ils peuvent vous renseigner
- Autre

Si oui, vous avez trouvé les informations :

- Inutiles
- Insuffisantes par rapport à vos besoins
- Trop techniques
- Répondant à vos attentes

En outre, pour chacun des points suivants, que pensez-vous de la qualité de :

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant	Sans opinion
Temps d'attente					
Amabilité de l'accueil					
Attention portée à vos demandes					
Compétence de l'interlocuteur					

(Cochez les cases qui conviennent)

Votre recherche documentaire

Pourriez-vous me citer des services disponibles à la médiathèque (en dehors du fonds documentaire en lui-même) ?

.....

Quand vous utilisez les ressources documentaires, le faites-vous :

- Pour vous-même
- Pour quelqu'un d'autre

Précisez qui :

Parmi ces supports, quels sont ceux que vous avez déjà eu l'occasion de consulter :

- Ouvrages
- Presse quotidienne
- Revues spécialisées
- CD Roms
- Internet
- Films documentaires
- Photographies et diapositives
- Mallettes pédagogiques
- Autre

Avez-vous déjà consulté le service multimédia des actualités de la mer au cours de votre visite de Nausicaä ou dans la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si oui, avez-vous trouvé ce service :

- Inintéressant
- Peu intéressant
- Plutôt intéressant
- Très intéressant

Avez-vous des remarques à apporter ?

.....

Avez-vous déjà consulté la feuille programme des émissions de télévision sur la mer mise à votre disposition ?

- Jamais
- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Plus de quatre fois

Parmi les manifestations mises en place par la médiathèque, lesquelles ont fait l'objet de votre visite ?

- Printemps du conte
- Journée de lancement de timbres sur la mer
- Concours de dessin (enfants)
- Fête de la Science
- Semaines de la mer
- Autre

Qu'en avez-vous pensé ?

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Printemps du conte				
Journée de lancement de timbres sur la mer				
Concours de dessin (enfants)				
Fête de la Science				
Semaines de la mer				
Autre				

Satisfaction globale

Considérez-vous que, pour un Centre comme Nausicaä, la médiathèque est un service :

- Inutile
- Peu utile
- Plutôt utile
- Indispensable

Globalement, que pensez-vous de la médiathèque ?

- Pas du tout satisfait
- Peu satisfait
- Satisfait
- Très satisfait

Si vous êtes peu ou pas du tout satisfait, pourriez-vous nous préciser les raisons?

.....

.....

.....

Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?

.....

.....

.....

.....

Quelques renseignements...

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- Entre 50 et 59 ans
- Plus de 60 ans

A quel titre venez-vous à la médiathèque ?

- Elève/Collégien/Lycéen
- Etudiant
- Enseignant
- Grand public amateur de la mer
- Grand public
- Professionnel

Si vous êtes un professionnel, dans quel type de structure travaillez-vous ?

- Entreprise dans le domaine maritime
- Entreprise hors du domaine maritime
- Association
- Musée
- Centre de recherche
- Aquarium


Pourriez-vous me donner le code postal de votre ville ?

Nous vous remercions d'avoir rempli ce questionnaire. Retournez-le aussitôt que possible ou déposez-le à la médiathèque.



NAUSICAA

Centre National de la Mer

Boulogne/Mer 

Nausicaä, le 8 juillet 2002

Objet : Album de NAUSICAA

Monsieur,

Vous avez été parmi les dix premiers abonnés à répondre à l'enquête de satisfaction réalisée par la médiathèque de NAUSICAA. Les renseignements que vous nous avez fournis constituent véritablement un apport précieux dans la démarche qualité qui est la nôtre.

Afin de vous remercier de votre participation et de votre fidélité, nous avons le plaisir de vous offrir le tout nouvel album de NAUSICAA : « Secrets d'une rencontre ». L'équipe de la Médiathèque reste entièrement à votre service.

En vous remerciant de votre confiance, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de notre considération distinguée.

Mélina DUPONT
Stagiaire à la médiathèque de NAUSICAA

MEMBER OF



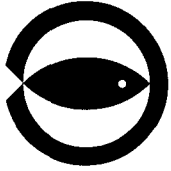
Boulevard Sainte-Beuve - BP 189 - 62203 Boulogne-sur-Mer Cedex France

Téléphone : 03.21.30.99.99 - Fax : 03.21.30.93.94

Site : <http://www.nausicaa.fr> - E-mail : info@nausicaa.fr - N° habilitation : HA 062 97 0006
Société d'Exploitation du Centre National de la Mer - SAFM au capital de 1 359 640 € - RCS Boulogne-sur-Mer B 378 074 744 00020



Annexe II 5 : Lettre et questionnaire - courrier par voie postale



NAUSICAA

Centre National de la Mer

Boulogne/Mer 

Nausicaä, le 7 juin 2002

Objet : Enquête de satisfaction

Madame, Monsieur,

Afin d'améliorer le service aux usagers, la responsable de la médiathèque, Carole PERNET, m'a confiée comme projet de stage de maîtrise la réalisation d'une enquête de satisfaction.

Vous avez fait confiance à l'équipe de la médiathèque lors d'une récente demande d'informations. Il nous serait très agréable que vous nous accordiez un peu de votre temps pour compléter ce questionnaire. En effet, votre participation est précieuse dans la démarche qualité qui anime le service. Vous pouvez ainsi nous aider à mieux comprendre vos besoins, vos attentes, vos aspirations afin d'élaborer à l'avenir un service encore plus proche de vos désirs.

Pour les besoins de mon stage, il m'est indispensable de recevoir votre réponse dans les plus brefs délais. Aussi nous comptons sur votre amabilité pour nous renvoyer ce questionnaire avant le 5 juillet. Si vous répondez dans les dix premiers, nous aurons le plaisir de vous offrir une entrée gratuite pour Nausicaä (valable pendant une année).

En vous remerciant pour l'attention que vous porterez à ce courrier, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de notre considération distinguée.

Mélina DUPONT
Stagiaire à la médiathèque de NAUSICAA

Enquête de satisfaction

Comment avez-vous eu connaissance de l'existence d'une médiathèque à Nausicaä ?

- A la suite d'une visite du centre
- Par des amis
- Par les médias
- En pratiquant une recherche sur Internet
- Autre

Est-ce la première fois que vous avez recours aux services de la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si non, sur l'année écoulée, l'avez-vous sollicitée :

- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Moins de six fois
- Six fois ou plus

Votre recherche documentaire

Pour chacun des points suivants, cochez les cases qui conviennent :
Que pensez-vous de la qualité de :

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant	Sans opinion
Délai de réponse					
Amabilité de l'accueil					
Attention portée à vos demandes					
Compétence de l'interlocuteur					

Les résultats donnés à votre recherche vous ont semblé :

- Inutiles
- Insuffisants par rapport à vos besoins
- Trop techniques
- Répondant à vos attentes

Quand vous effectuez une demande de recherche documentaire, le faites-vous :

- Pour vous-même
- Pour quelqu'un d'autre

Précisez qui :

Satisfaction globale

Considérez-vous que, pour un centre comme Nausicaä, la médiathèque est un service :

- Inutile
- Peu utile
- Plutôt utile
- Indispensable

Globalement, que pensez-vous des services proposés par la médiathèque ?

- Pas du tout satisfait
- Peu satisfait
- Satisfait
- Très satisfait

Si vous êtes peu ou pas du tout satisfait, pourriez-vous nous préciser les raisons ?

.....

Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?

.....

Quelques renseignements...

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- Entre 50 et 59 ans
- Plus de 60 ans

A quel titre avez-vous fait la demande de recherche documentaire ?

- Elève/Collégien/Lycéen
- Etudiant
- Enseignant
- Grand public amateur
- Grand public
- Professionnel

Si votre demande correspond à un besoin professionnel, dans quel type de structure travaillez-vous ?

- Entreprise dans le domaine maritime
- Entreprise hors du domaine maritime
- Association
- Musée
- Centre de recherche
- Aquarium

Pourriez-vous me donner le code postal de votre ville ?

Nous vous remercions d'avoir rempli ce questionnaire. Retournez-le le plus rapidement possible.

Si vous souhaitez recevoir une place gratuite pour NAUSICAA en répondant dans les dix premiers, laissez-nous vos coordonnées :

.....

Annexe II 6 : Lettre et questionnaire - courrier par voie électronique

Nausicaä, le 7 juin 2002

Objet : Enquête de satisfaction

Madame, Monsieur,

Afin d'améliorer le service aux usagers, la responsable de la médiathèque, Carole PERNET, m'a confiée comme projet de stage de maîtrise la réalisation d'une enquête de satisfaction.

Vous avez fait confiance à l'équipe de la médiathèque lors d'une récente demande d'informations. Il nous serait très agréable que vous nous accordiez un peu de votre temps pour compléter ce questionnaire. En effet, votre participation est précieuse dans la démarche qualité qui anime le service. Vous pouvez ainsi nous aider à mieux comprendre vos besoins, vos attentes, vos aspirations afin d'élaborer à l'avenir un service encore plus proche de vos désirs.

Pour les besoins de mon stage, il m'est indispensable de recevoir votre réponse dans les plus brefs délais. Aussi nous comptons sur votre amabilité pour nous renvoyer ce questionnaire avant le 5 juillet. Si vous répondez dans les dix premiers, nous aurons le plaisir de vous offrir une entrée gratuite pour Nausicaä (valable pendant une année).

En vous remerciant pour l'attention que vous porterez à ce courrier, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de notre considération distinguée.

Méline DUPONT
Stagiaire à la médiathèque de NAUSICAA

Note : Pour répondre et renvoyer ce questionnaire, sélectionner l'option "Répondre" puis placez une astérisque (*) devant vos choix.

Enquête de satisfaction

Comment avez-vous eu connaissance de l'existence d'une médiathèque à Nausicaä ?

- A la suite d'une visite du centre
- Par des amis
- Par les médias
- En pratiquant une recherche sur Internet
- Autre

Est-ce la première fois que vous avez recours aux services de la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si non, sur l'année écoulée, l'avez-vous sollicitée :

- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Moins de six fois
- Six fois ou plus

Votre recherche documentaire

Pour chacun des points suivants, cochez les cases qui conviennent :
Que pensez-vous de la qualité de :

- Délai de réponse :
 - Pas du tout satisfaisant
 - Peu satisfaisant
 - Satisfaisant
 - Très satisfaisant
 - Sans opinion

- Amabilité de l'accueil :
 - Pas du tout satisfaisant
 - Peu satisfaisant
 - Satisfaisant
 - Très satisfaisant
 - Sans opinion

- Attention portée à vos demandes :
 - Pas du tout satisfaisant
 - Peu satisfaisant
 - Satisfaisant
 - Très satisfaisant
 - Sans opinion

- Compétences de votre interlocuteur :
 - Pas du tout satisfaisant
 - Peu satisfaisant
 - Satisfaisant
 - Très satisfaisant
 - Sans opinion

Les résultats donnés à votre recherche vous ont semblé :

- Inutiles
- Insuffisants par rapport à vos besoins
- Trop techniques

- Répondant à vos attentes

Quand vous effectuez une demande de recherche documentaire, le faites-vous :

- Pour vous-même
- Pour quelqu'un d'autre

Précisez qui :

Satisfaction globale

Considérez-vous que, pour un centre comme Nausicaä, la médiathèque est un service :

- Inutile
- Peu utile
- Plutôt utile
- Indispensable

Globalement, que pensez-vous des services proposés par la médiathèque ?

- Pas du tout satisfait
- Peu satisfait
- Satisfait
- Très satisfait

Si vous êtes peu ou pas du tout satisfait, pourriez-vous nous préciser les raisons ?

.....

Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?

.....

Quelques renseignements...

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans

- Entre 50 et 59 ans
- Plus de 60 ans

A quel titre avez-vous fait la demande de recherche documentaire ?

- Elève/Collégien/Lycéen
- Etudiant
- Enseignant
- Grand public amateur
- Grand public
- Professionnel

Si votre demande correspond à un besoin professionnel, dans quel type de structure travaillez-vous ?

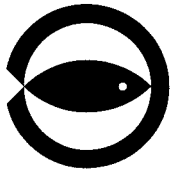
- Entreprise dans le domaine maritime
- Entreprise hors du domaine maritime
- Association
- Musée
- Centre de recherche
- Aquarium

Pourriez-vous me donner le code postal de votre ville ?

Nous vous remercions d'avoir rempli ce questionnaire. Retournez-le le plus rapidement possible.


Si vous souhaitez recevoir une place gratuite pour NAUSICAA en répondant dans les dix premiers, laissez-nous vos coordonnées :

.....



NAUSICAA

Centre National de la Mer

Boulogne/Mer 

Nausicaä, le 8 juillet 2002

Objet : Entrée gratuite à NAUSICAA

Madame,

Vous avez été parmi les dix premiers à répondre à l'enquête de satisfaction réalisée par la médiathèque de NAUSICAA. Les renseignements que vous nous avez fournis constituent véritablement un apport précieux dans la démarche qualité qui est la nôtre.

Afin de vous remercier de votre participation, nous avons le plaisir de vous offrir une entrée gratuite pour la visite de NAUSICAA (valable jusqu'au 31/12/2002). Nous espérons vous y recevoir prochainement et nous restons à votre disposition pour toute nouvelle demande d'informations.

En vous remerciant de votre confiance, nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de notre considération distinguée.

Mélina DUPONT
Stagiaire à la médiathèque de NAUSICAA

Enquête de satisfaction

Venez-vous à NAUSICAA pour la première fois?

- Oui
- Non

Si non, combien de fois êtes-vous déjà venu cette année à NAUSICAA ?

- Aucune fois
- Une fois
- Entre deux et cinq fois
- Entre cinq et dix fois
- Plus de dix fois

Au cours de votre visite, avez-vous eu suffisamment d'informations pratiques et scientifiques (orientation, animations, documentation ou autre...)?

- Oui
- Non

Si non, précisez

En visitant NAUSICAA, vous attendez-vous à avoir de l'actualité très récente sur la mer ?

- Oui
- Non

Si oui, qu'espérez-vous trouver ?

- Articles de presse
- Faits divers
- Nouveautés techniques
- Autre.....

La médiathèque

Etes-vous déjà allé à la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si non, pour quelle raison :

- Vous ne saviez pas qu'elle existe
- Vous ne l'aviez pas vue
- Vous ne saviez pas que vous pouvez y rentrer
- Vous n'en aviez pas envie
- Autre

Si oui, êtes-vous venu à la médiathèque, il y a :

- Moins d'un mois
- Moins de six mois
- Moins d'un an
- Plus d'un an

Si oui, sur l'année écoulée, combien de fois êtes-vous venu :

- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Moins de six fois
- Six fois ou plus

Etes-vous venu à la médiathèque :

- A la suite de la visite du centre
- Spécialement pour profiter de ses services

Le service et l'aménagement des locaux

Le local vous paraît-il :

- Pas agréable du tout
- Peu agréable
- Plutôt agréable
- Très agréable

Les locaux de la médiathèque sont-ils bien adaptés à vos besoins ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

La signalisation vous permet-elle de vous repérer dans la médiathèque ...

- Difficilement
- Assez difficilement
- Plutôt facilement
- Très facilement

A l'occasion de l'une de vos visites, avez-vous déjà demandé conseil aux documentalistes ?

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

- Par peur de déranger
- Vous n'en éprouvez pas le besoin
- Vous ne savez pas qu'ils peuvent vous renseigner
- Autre

Si oui, vous avez trouvé les informations :

- Inutiles
- Insuffisantes par rapport à vos besoins
- Trop techniques
- Répondant à vos attentes

Si oui, pour chacun des points suivants, que pensez-vous de la qualité de :

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant	Sans opinion
Temps d'attente					
Amabilité de l'accueil					
Attention portée à vos demandes					
Compétence de l'interlocuteur					

Votre recherche documentaire

Pourriez-vous me citer des services disponibles à la médiathèque (en dehors des livres et des revues) ?

- Les recherches thématiques sur demande*
- Les bornes d'actualités*
- Le programme des émissions de télévision sur la mer*
- Les photocopies sur place*
- Autre
- Ne sait pas*

Quand vous utilisez les ressources documentaires, le faites-vous :

- Pour vous-même
- Pour quelqu'un d'autre

Précisez qui :

Parmi ces supports, quels sont ceux que vous avez déjà eu l'occasion de consulter :

- Ouvrages
- Presse quotidienne
- Revues spécialisées
- CD Roms
- Internet
- Films documentaires
- Photographies et diapositives
- Mallettes pédagogiques
- Autre

Connaissez-vous l'existence de la feuille programme des émissions de télévision sur la mer disponible à la médiathèque ?

- Oui
- Non

Si oui, l'avez-vous déjà consultée?

- Jamais
- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Plus de quatre fois

Si Oui à la question venue médiathèque

Parmi les manifestations mises en place par la médiathèque, lesquelles ont fait l'objet de votre visite ?

- Printemps du conte
- Journée de lancement de timbres sur la mer
- Concours de dessin (enfants)
- Fête de la Science
- Semaines de la mer
- Autre

Qu'en avez-vous pensé ?

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Printemps du conte				
Journée de lancement de timbres sur la mer				
Concours de dessin (enfants)				
Fête de la Science				
Semaines de la mer				
Autre				

Satisfaction globale

Considérez-vous que, pour un centre comme Nausicaä, la médiathèque est un service :

- Inutile
- Peu utile
- Plutôt utile
- Indispensable

Globalement, que pensez-vous de la médiathèque ?

- Pas du tout satisfait
- Peu satisfait
- Satisfait
- Très satisfait

Si vous êtes peu ou pas du tout satisfait, pourriez-vous nous préciser les raisons?

.....
.....

Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?

.....
.....
.....

Quelques renseignements...

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- Entre 50 et 59 ans
- Plus de 60 ans

A quel titre venez-vous à la médiathèque ?

- Elève/Collégien/Lycéen
- Etudiant
- Enseignant
- Grand public amateur de la mer
- Grand public
- Professionnel

Si vous êtes un professionnel, dans quel type de structure travaillez-vous ?

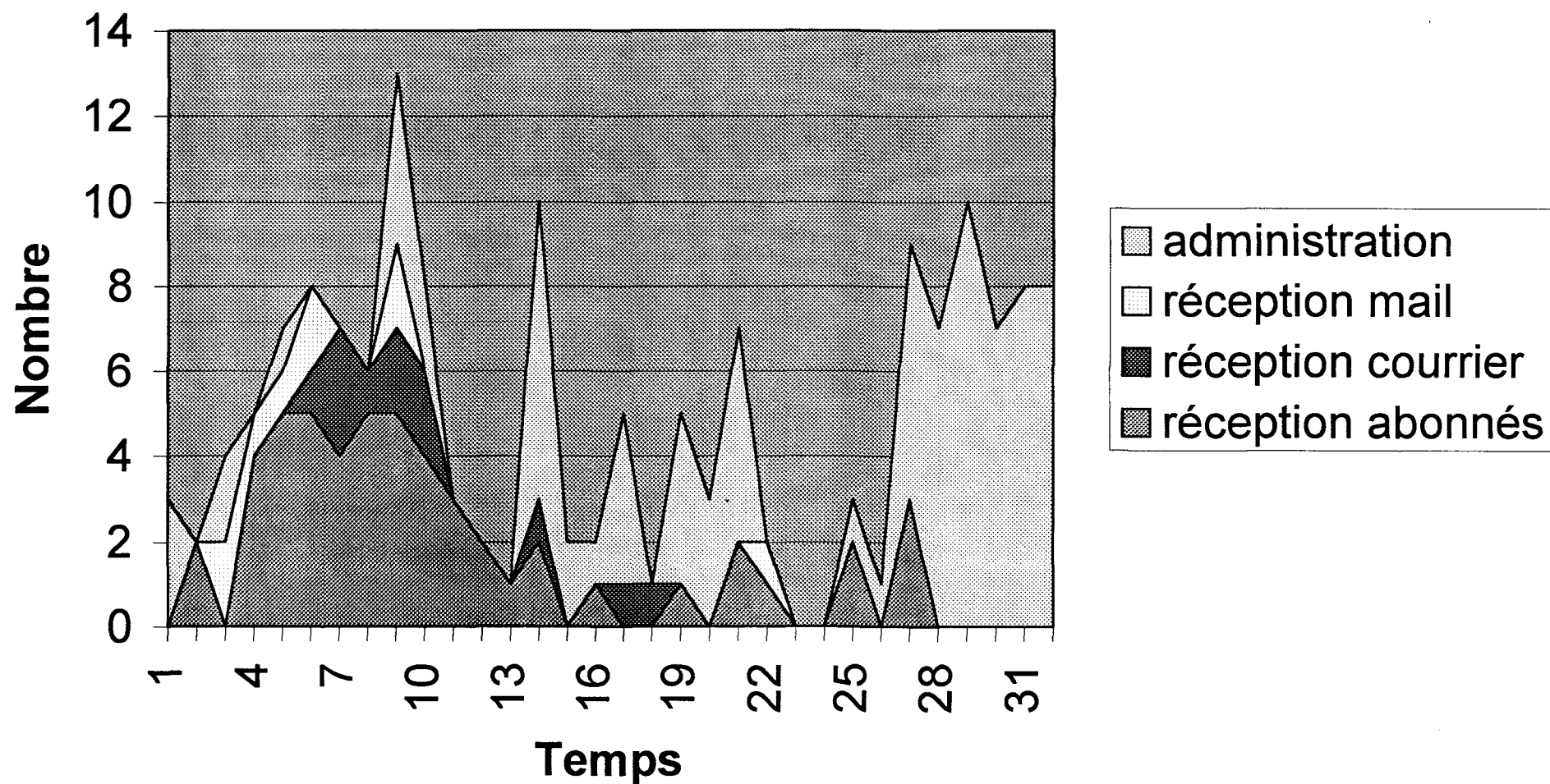
- Entreprise dans le domaine maritime
- Entreprise hors du domaine maritime
- Association
- Musée
- Centre de recherche
- Aquarium

Pourriez-vous me donner le code postal de votre ville ?

Annexe II 9 : Le planning de gestion des questionnaires

Tâches/jours	01/06/02	09/06/02	10/06/02	11/06/02	12/06/02	13/06/02	14/06/02	15/06/02	17/06/02	18/06/02	19/06/02	20/06/02	21/06/02	22/06/02	23/06/02	24/06/02	25/06/02	26/06/02	27/06/02	28/06/02	29/06/02	01/07/02	02/07/02	03/07/02	04/07/02	05/07/02	08/07/02	09/07/02	10/07/02	11/07/02	12/07/02	13/06/02	sommes	Pourcentage		
questionnaire abonnés			520																																	
envoi		ok	ok																																	
réception abonnés	2	0	4	5	5	4	5	5	4	3	2	1	2	0	1	0	0	1	0	2	1	0	0	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	52	10.1	
mediathèque		2	0	4	5	2	4	5	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29		
courrier		0	0	0	0	3	0	0	5	3	2	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3	0	0	0	0	0	0	23		
retour adresse fausse					1					2																										
questionnaire courrier			31																																	
envoi			ok																																	
réception courrier			0	0	0	1	3	1	2	2	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	38.7
questionnaire mail			26																																	
envoi			ok																																	
réception mail			2	1	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	34.6
Total dde recherche			57																															21	36.8	
questionnaire gd public																																				
administration	3	0	2	0	1	0	0	0	4	2	0	0	0	7	2	1	4	0	4	3	5	0	0	0	1	1	6	7	10	7	8	8	86			
total	3	2	4	5	7	7	4	5	11	6	3	2	1	9	2	2	4	0	5	3	7	2	0	0	3	1	9	7	10	7	8	8	180			

Suivi du retour des questionnaires



Annexe II 11 : Le planning d'administration des questionnaires pour le public de Nausicaä

Suivi par âge de l'administration du questionnaire aux visiteurs de Nausicaä

âge visiteurs	lundi 8	mardi 9	mercredi 10	jeudi 11	vendredi 12	samedi 13	total
moins de 18		1		1	2	2	6
entre 18 et 29		2	1	3	1	2	9
entre 30 et 39		1	4	2	4		11
entre 40 et 49	2	2	2	1		2	9
entre 50 et 59		1	2	2		2	7
plus de 60		3	1	1	3		8
totaux	2	10	10	10	10	8	50

π..

Annexe II 12 : table de codification des questions ouvertes

Table de codification des questions ouvertes (abonnés+public)

1. Les locaux

1.1 L'espace

1.1.1 Agrandir

1.1.2 Plus de places assises

1.2 Le décor et l'ambiance

1.2.1 Un aquarium dans la médiathèque

1.2.2 Plus de décor

1.2.3 Fond musical (mer)

1.3 Le confort

1.3.1 Problème de la chaleur

1.3.2 Fauteuils enfants ne sont pas propres et agréables

1.3.3 Trop de bruit

1.3.4 Fauteuils plus confortables

1.3.5 Plus de lumière dans la salle de lecture

1.3.6 Ballons d'eau froide l'été

2. Fonds documentaire

2.1 Exhaustivité

2.1.1 Plus de livres

- sur les coraux et les poissons tropicaux
- sur les productions du boulonnais
- bandes dessinées
- livres de vulgarisation en aquariophilie et pour la construction de bateaux amateurs
- romans

2.1.2 Presse quotidienne plus diversifiée

2.1.3 Plus de films documentaires

2.1.4 Plus de CD audio

2.1.5 Plus de cédéroms et d'ordinateurs

2.2 Renouvellement

2.2.1 Livres enfants qui sont vieux et abîmés

2.2.2 Référentiels chiffrés

2.2.3 Vidéos

2.3 Accès

2.3.1 Mettre des ordinateurs (catalogue en ligne)

2.3.2 Signalisation à améliorer

2.3.3 Faire une liste des CDRoms

2.3.4 Elargir les horaires le matin

2.4 Informations sur l'environnement maritime local (pollution...)

3. Les produits et services

3.1 Photocopies

3.1.1 Photocopies couleur de bonne qualité et peu onéreuses

3.1.2 Photocopies couleur en arrêt sur image des cassettes vidéo

3.2 Vidéothèque

3.2.1 Sélection des vidéos indispensables pour un passionné de la mer

3.2.2 Ecran vidéo mal situés : reflets gênent pour voir les films

3.3 Bornes informatiques tactiles

3.4 Emprunt

3.5 Portail sur Internet

4. Communication

4.1 Mettre en évidence l'accès libre à la médiathèque (beaucoup de gens se demandent s'ils peuvent entrer) en français et en anglais

4.2 Savoir si les livres sont empruntables

4.3 Les services et produits documentaires

4.3.1 Mise en valeur dans la médiathèque

4.3.2 Envoyer un récapitulatif aux abonnés une fois par an

4.3.3 Communiquer les manifestations mises en place par la médiathèque

4.4 Faire visiter la médiathèque

4.5 Mettre en évidence le fonds anglophone

5. Animations

5.1 Petites expositions

5.1.1 sur des thèmes précis en rapport avec NAUSICAA

5.1.2 sur la littérature et la mer (ex. : année V.Hugo)

Annexe III :
Les entretiens.

Annexe III 1 : Guide d'entretien

Guide d'entretien pour explorer les attentes.

Activité : Médiathèque de Nausicaa

Service :

Responsable :

Rendez-vous :

- date :
- heure :
- durée :

Introduction

Tout d'abord, je vous remercie de bien vouloir m'accorder un peu de votre temps.

Présentation (Nom, études, durée du stage)

Afin d'améliorer le service de la médiathèque, Carole Pernet m'a confiée comme projet la réalisation d'une enquête de satisfaction.

Travaillant au sein de NAUSICAA, vous avez certainement déjà eu recours aux services de la médiathèque. De ce fait, votre participation est précieuse pour élaborer à l'avenir une offre plus proche de vos attentes.

Je prévois pour cet entretien une durée moyenne de 30 minutes pendant lesquelles je vous guiderai afin que vous m'expliquiez votre vision de la documentation en général et de la médiathèque en particulier.

Toutes vos réponses resteront bien entendu strictement confidentielles. Cependant, je souhaiterais enregistrer l'entretien pour me permettre de formaliser les comptes rendus plus facilement. Y voyez-vous un inconvénient ?

Guide d'entretien pour explorer les attentes

1. Dans un premier temps, pourriez-vous me donner des renseignements sur la place occupée par la documentation dans votre métier :
 - Dans quelle mesure en avez-vous besoin ?
 - Quel type de documentation vous est nécessaire ?
 - A quelle fréquence ?
 - Dans quel but ?
 - comment la recherchez-vous ?
2. Vous rendez-vous souvent à la médiathèque ? Pourquoi ?
3. Un bon service de documentation, c'est quoi pour vous ?
4. Sur quels critères jugez-vous un service de documentation et la qualité des produits et services qu'il délivre ?
5. Concernant nos services et nos produits en général, qu'appréciez-vous le plus ? Le moins ?
6. Que devrait améliorer en priorité la médiathèque ?
7. Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?
8. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous eu l'occasion de recommander la médiathèque à des personnes de votre connaissance ? Pourquoi ?
9. Par rapport aux autres centres de documentation et médiathèques que vous fréquentez éventuellement, quels sont les points sur lesquels ils font mieux que nous ? Quels sont les points sur lesquels nous sommes plus appréciés ?
10. Voyez-vous autre chose à ajouter (un message, un désir...) ?



NAUSICAA
Centre National de la Mer

DATE : 10/06/02

EXP : LA MEDIATHEQUE

DEST : Chefs de service

OBJET : Enquête de satisfaction de la médiathèque

Afin d'améliorer le service aux usagers, Carole PERNET, responsable de la médiathèque m'a confiée comme projet de stage de maîtrise la réalisation d'une enquête de satisfaction.

Travaillant au sein de Nausicaä, vous avez certainement déjà eu recours aux services de la médiathèque. C'est pourquoi il nous serait très agréable que vous nous accordiez un peu de votre temps pour vous rencontrer en entretien. En effet, votre participation est précieuse dans la démarche qualité qui anime le service. Vous pouvez ainsi nous aider à mieux comprendre vos besoins, vos attentes, vos aspirations afin d'élaborer à l'avenir une offre encore plus proche de vos désirs.

Pour les besoins de mon stage, il est important que je puisse vous rencontrer avant le 10 juillet. Aussi je me permettrai de prendre contact avec vous cette semaine afin de convenir d'un rendez-vous.

En vous remerciant par avance de votre coopération.

Mélina DUPONT
Stagiaire à la médiathèque de NAUSICAA.

Annexe III 3 : Planning des entretiens

	n°	rencontré	date	heure	durée
Direction					
Philippe Vallette	11	*	01-juil	11h00	15mn
Pédagogie					
Anne Vernier	21	*	20-juin	14h00	25mn
Anouk Decoudun	22	*	19-juin	14h00	30mn
Katy Masset	23	*	19-juin	9h30	40mn
Cyrille Delattre	24	*	26-juin	9h30	40mn
Mathilde (enseignante)	25	*	21-juin	15h00	25mn
Aquariologie					
Nicolas Hirel	31	*	21-juin	14h30	25mn
Stéphane Hénard	32	*	24-juin	14h30	20mn
Catherine Bacquet	33	*	25-juin	16h30	15mn
Didier Coche	34	*	04-juil	15h00	15mn
Commercial					
Chantal Freté	41	*	01-juil	15h00	30mn
Audrey Bocktaels	42	*	14-juin	10h00	30mn
Culturel					
Manuel Cira	51	* téléphone	19-juil	15h30	20mn
Ghyslaine Roeye	52	*	21-juin	11h30	20mn
Cinéma					
Jacques Vandemalle	61	*	20-juin	9h00	30mn
NAUSICAA développement					
Francis Mockel	71	*	19-juin	17h00	20mn
Pierre Combes	72	* téléphone	01-juil	14h10	40mn
Jean-Luc Bourgain	73	*	28-juin	16h00	30mn
Laure Walle	74	*	20-juin	14h30	15mn
Presse					
Ingrid Picquart	81	*	13-juin	14h00	15mn
Boutiques					
Christophe Perrin	91	*	19-juin	14h35	15mn

• Sur demande	18	85,7	1		1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
- Produits																						
• Connaissance																						
▪ Journal de JL Etienne	12	57,1	1	1	1	1		1	1	1			1	1			1	1			1	1
▪ Programme TV	18	85,7	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
• Utilisation																						
▪ Journal de JL Etienne	4	19,0			1	1										1					1	
▪ Programme TV	8	38,1			1			1	1	1			1	1	1	1						
- Fréquence																						
• Au moins une fois par semaine	7	33,3			1	1		1	1	1	1				1							
• Ponctuellement	9	42,9					1						1	1	1		1	1	1		1	1
• Rarement	5	23,8	1	1			1					1									1	
- Utilisation																						
• personnelle	0	0,0																				
• professionnelle	18	85,7	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
• personnelle et professionnelle	2	9,5								1					1							
❖ Conception et vision de la médiathèque																						
- Rôle :																						
• Centre de ressources centralisateur des données écrites et visuelles	7	33,3		1					1	1	1		1		1						1	
• Complément à la documentation du service	11	52,4						1	1	1		1	1	1	1	1	1	1			1	
• Lieu de ressources et de repos pour le grand public	5	23,8	1	1							1	1			1							

▪ Synthèses bibliographiques exhaustives (livres et revues)	3	14,3				1								1		1					
• Correspond à l'image de NAUSICAA :	1	4,8		1																	
▪ cadre moderne et sympathique	1	4,8		1																	
▪ espace enfant adapté	1	4,8					1														
• Accès facile à l'information																					
▪ Livres	2	9,5		1	1																
▪ Vidéo : plusieurs postes pour visionner dans de bonnes conditions	1	4,8							1												
▪ Gestion des droits photos	1	4,8												1							
• Les expositions et animations		0,0																			
▪ Le renouvellement	4	19,0		1	1			1									1				
▪ Sélection bibliographique autour des ces expos	1	4,8								1											
▪ Toujours prête à accueillir les projets d'élèves et à les mettre en valeur	1	4,8							1												
❖ Les flux entre les services et la médiathèque																					
- <i>besoin exprimé de la médiathèque par le service</i>																					
• recherches																					
▪ documents écrits	16	76,2	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1		1	1
▪ visuels	12	57,1		1							1	1	1	1	1	1	1	1		1	1
• relais d'information	3	14,3	1	1	1																
- <i>Place tenue par la médiathèque dans la recherche d'informations</i>																					
• Plus de 60 %	2	9,5			1									1							

11

○ Des visuels	5	23,8												1	1	1	1	1		
○ des ouvrages (budget suffisant alloué et négociations possibles avec les maisons d'édition)	13	61,9		1		1	1	1	1	1	1	1		1		1	1	1		1
* Scientifiques	6	28,6						1	1	1	1					1	1			
* Jeunesse	1	4,8					1													
▪ Elargissement à l'environnement en général	1	4,8													1					
▪ Veille documentaire sur des thèmes précis	3	14,3												1		1	1			
& Synthèses plus abouties	1	4,8												1						
& Optimisation de Internet	3	14,3	1				1										1			
& Revue de presse	1	4,8												1						
▪ Accès																				
○ Numérisation du fonds photo et possibilité d'y avoir accès à partir de son bureau	3	14,3												1					1	1
○ Mise en consultation des CDRoms encyclopédiques spécialisés	1	4,8														1				
○ Possibilité de consulter en ligne le catalogue informatisé	3	14,3	1							1	1									
○ Affinage des mots-clefs dans la base de données	1	4,8									1									
○ Il faudrait que N. ait le câble pr enreg. les émissions relevées dans le jrnal TV	2	9,5							1					1						
● Pédagogie																				
▪ Faire de véritables animations en médiathèque	2	9,5			1	1														
▪ Avoir la possibilité pour les enseignants de sortir les livres	1	4,8							1											
● communication autour de la médiathèque																				
▪ Faire connaître le fonctionnement de la médiathèque	3	14,3												1	1					1
○ Visite guidée aux nouveaux arrivants pour eux-même et pour qu'ils soient capables de renseigner le public	2	9,5												1	1					

○ Communication d'une liste de produits et services proposés	5	23,8		1								1	1	1										1
▪ mise en valeur des vidéos, diapos et produits doc	2	9,5			1									1										
▪ communication des achats des livres jeunesse	1	4,8				1																		
• autres demandes																								
▪ Envie d'intégrer le service pour les animations et le relais pédagogique	1	4,8			1																			
▪ besoin d'une aide pour organiser les documents du culturel	1	4,8												1										
<i>- Par rapport à la médiathèque en général</i>																								
• L'environnement																								
▪ le décor																								
○ pas assez théâtral,	1	4,8						1																
○ la verrière ne facilite pas la mise en scène	1	4,8		1																				
○ il faut que ce soit attirant	4	19,0		1							1				1	1								
▪ le confort (fauteuils)	4	19,0		1				1			1				1									
▪ la convivialité	4	19,0		1							1				1	1								
○ Retirer le comptoir	2	9,5		1											1									
○ Le coin enfant n'est pas suffisant et pourrait être amélioré : tapis	1	4,8		1																				
• Le fonctionnement :																								
▪ L'accueil : impression d'un manque de disponibilité	1	4,8		1																				
▪ Des casques vidéos qui ne fonctionnent pas	1	4,8		1																				
▪ Communication	1	4,8		1																				
○ Montrer que c'est un endroit en accès libre	2	9,5		1								1												
○ Problème de mise en valeur des produits	5	23,8	1	1								1		1								1		
○ Faire un coup de pub en direction des étudiants et en général car sous-fréquentation	5	23,8		1								1				1	1							1

• Offre de service																				
▪ Conseiller les utilisateurs pour aller faire leurs recherches personnellement sur internet	1	4,8																		1
▪ Faire visiter la médiathèque aux enfants et leur montrer son fonctionnement et accueil personnalisé des classes	2	9,5			1					1										
& Multiplier les produits documentaires diffusables par courrier ou mail	1	4,8											1							
• Les animations : davantage de vie																				
▪ plus d'animations	7	33,3			1	1	1								1	1			1	1
▪ services classiques des médiathèques : l'heure du conte par ex.	2	9,5			1											1				
▪ associer la lecture à la vente en fonction des expos	2	9,5			1															1
▪ Création d'un espace thématique en fonction des thèmes de l'année à NAUSICAA	3	14,3			1									1					1	
& Informer en amont des manifestations allant avoir lieu en médiathèque	1	4,8								1										

Annexe IV :

**Article et questionnaire paru dans Boulogne-sur-
Mer Magazine.**

Annexe IV 1

Article et questionnaire paru dans
Boulogne-sur-Mer Magazine

Boulogne

Magazine

Summer

ÉVÉNEMENT

la Solitaire du

- Ouverture du village - dimanche 28 juillet
- Prologue - vendredi 2 août
- Départ - dimanche 4 août

COÛTE EN SOLITAIRE
DU FIGARO

Yvan Bourlier
des grands



BOULOGNE
SUR MER

SOMMAIRE



- **Directeur de Publication**
Guy LENGAGNE
- **Directeur Adjoint**
Frédéric CUVILLIER
- **Conception - Rédaction**
Service communication
Benoît LOBEZ
Annie PANNEQUIN
- **Photos**
Jean-Pierre THOMAS
Alain FLAHAUT
- **Impression**
SIB - ZI Saint-Léonard
TEL. 03 21 87 88 89
- **Édition**
HÔTEL DE VILLE
62321 Boulogne-sur-Mer
Service Communication
Tel. 03 21 87 80 05 / 55
Fax 03 21 87 80 29

4
BLOC-NOTES

5
EDITORIAL DU MAIRE

6 - 7 - 8 - 9
VIE DES QUARTIERS
La renaissance de Damrémont

10 - 11
ESPACES VERTS
Promenade botanique dans "Boulogne-Verte", au Dernier-Sou



12 - 13
ENVIRONNEMENT
La collecte à Bréquerecque
et en Haute-Ville

14
TRAVAUX
Le pont Chocheville remis à neuf

15
3ÈME ÂGE
Les temps libres d'Opal3

16
ÉTAT-CIVIL
Quatre noces d'or !

17 - 18
BRÈVES

19 À 34
HISTOIRE
Boulogne, ville historique et martyre :
hommage à la gratitude nationale



35
PATRIMOINE
Ouverture des salles "Napoléon
au Château-Musée

36 - 37 - 38 - 39
EX-LIBRIS
Rubrique réservée aux écrivains
Boulonnais

40 - 41
JUMELAGE
Boulogne-Folkestone : un jumelage au
beau fixe !

42
JEUNESSE
"Couleurs dans la ville" : une opération
réussie

43 - 44
AMÉNAGEMENT PORTUAIRE
La passerelle Marguet et le port
de plaisance

45 À 48
ÉVÈNEMENT
La Solitaire du Figaro : programme et
animations

49 - 50
NAUSICÀÀ
Quartiers d'été et découverte de la
Médiathèque

Venez découvrir ou redécouvrir la médiathèque de Nausicaà



"Faire découvrir et mieux aimer la Mer", tel est l'objectif que s'est donné NAUSICAA et la médiathèque prend une part active dans cette mission. Grâce à un fonds documentaire impor-



tant et diversifié, enfant ou adulte, amateur de la mer ou professionnel, chacun peut trouver dans cet espace de quoi satisfaire sa curiosité. Ouvrages, revues et vidéos sont consultables sur place tous les jours de l'année et en accès libre. Une équipe de documentalistes est également à votre disposition pour vos recherches les plus variées : de l'océanographie aux sports nautiques, en passant par la faune et la flore marines, le droit, la pêche, la navigation, la plongée... Vous pouvez venir profiter de ses services en semaine de 11h00 à 18h00 et le week-end de 9h30 à 18h30 (jusqu'à 19h00 en juillet-août).

Pour tous renseignements, contacter NAUSICAA.

Web : <http://www.nausicaa.fr>

e-mail :

documentation@nausicaa.fr

Téléphone : 03.21.30.99.99

Photos Y. Tavernier
Nausicaà



Nausicaà propose aux visiteurs une dizaine d'animations chaque jour pour le plaisir des grands comme des plus petits. Ils peuvent assister en direct au nourrissage des raies du bassin tactile, de la langouste du lagon tropical, à l'entraînement des lions de mer de la réserve californienne etc... tout cela commenté au micro par les soigneurs-plongeurs qui réalisent ce travail. Ils peuvent aussi participer aux animations des

hôtesses qui, au travers de petites saynètes, s'appliquent à les sensibiliser au tourisme balnéaire responsable, à détailler la biodiversité de la mer ou encore à se mettre dans la peau de personnages imaginaires racontant leurs aventures sous-marines... S'il le souhaite, il peut également faire la visite avec un audio-guide en 4 langues ou en groupe guidé par les hôtesSES d'accueil, l'été à Nausicaà s'annonce riche en découverte pour le public.

NAUSICAA

HORAIRES D'ÉTÉ

du lundi 1er juillet
au samedi 31 août 2002,
de 9H à 20H
ferm.. des caisses à 19H

TARIFS

Prix de base pour l'exposition permanente : 12 euros par adulte et 8,50 euros par enfant (de 3 à 12 ans), ce qui correspond "au grand billet". Exposition thématique : 3 euros par adulte et 2 euros par enfant, en complément du "grand billet".

• Pour visiter malin, sachez que les tarifs sont dégressifs à partir de 17 h 30 et que si vous achetez votre billet après 18 h 30, vous pourrez continuer la visite le lendemain matin.

Tel. 03 21 30 99 99
site Internet :
<http://www.nausicaa.fr>

Afin d'élaborer un service encore plus proche de vos attentes, il nous serait très agréable que vous nous accordiez un peu de votre temps pour compléter ce questionnaire.

1. Connaissez-vous NAUSICAA ?

- Oui
- Non

2. Etes-vous déjà venu à la médiathèque de NAUSICAA ?

- Oui
- Non

3. Si non, pour quelle raison :

- Vous ne savez pas qu'elle existe
- Vous ne savez pas que vous pouvez y rentrer
- Vous n'en éprouvez pas le besoin
- Autre

4. Si oui, sur l'année écoulée, combien de fois êtes-vous venu :

- Moins de deux fois
- Moins de quatre fois
- Moins de six fois
- Six fois ou plus

5. Parmi ces supports, quels sont ceux que vous avez déjà eu l'occasion de consulter :

- Ouvrages
- Presse quotidienne
- Revues spécialisées
- CD Roms
- Internet
- Films documentaires
- Photographies et diapositives
- Mallettes pédagogiques
- Autre.....

6. Globalement, que pensez-vous de la médiathèque (cadre, accueil et documentation disponible) ?

- Pas du tout satisfait
- Peu satisfait
- Satisfait
- Très satisfait

Pourquoi ?

.....

.....

.....

.....

.....

7. Quels sont les services et produits que vous souhaiteriez trouver dans la médiathèque ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- Entre 50 et 59 ans
- Plus de 60 ans

A quel titre venez-vous à la médiathèque ?

- Elève/Collégien/Lycéen
- Etudiant.....
- Enseignant
- Grand public amateur de la mer
- Grand public
- Professionnel



Vous pouvez déposer ce questionnaire à la médiathèque de NAUSICAA, à la mairie de Boulogne-sur-Mer au service Presse-Communication ou le renvoyer à l'adresse suivante : Médiathèque de NAUSICAA – Boulevard Sainte-Beuve BP 189 – 62203 Boulogne-sur-Mer Cedex

Annexe V :
Les indicateurs de qualité.

Annexe V 1 : Tableaux de description des indicateurs de performance

Tableaux de description des indicateurs

Nom de l'indicateur	Fréquentation
Objectif	Mesure de la fréquentation de la médiathèque
Définition de l'indicateur	Nombre d'utilisateurs de la médiathèque
Description de la méthode	Comptage des personnes exploitant les ressources de la médiathèque par l'assistante-documentaliste à l'accueil par jour et tranches horaires
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Interprétation des résultats en fonction des années précédentes et en fonction des effectifs de NAUSICAA. ⊗ Comptage manuel
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Coût par usager
Objectif	Evaluer l'adéquation moyens/usage
Définition de l'indicateur	Définir les dépenses de la médiathèque en fonction du nombre d'utilisateurs
Description de la méthode	Rapport dépenses/fréquentation
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Comparaison avec l'année précédente ⊗ Les usagers internes ne sont pas pris en compte
Indicateurs associés	Fréquentation

Nom de l'indicateur	Taux de consultation par type de support
Objectif	Etat des lieux de l'utilisation des différents supports
Définition de l'indicateur	Nombre d'utilisateurs des différents supports (ouvrages, revues et presse, vidéo, cédéroms, Internet, animations)
Description de la méthode	Comptage des personnes en prenant en compte les espaces dans lesquels elles se rendent.
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Met en évidence l'intérêt et/ou la mise en évidence des différents supports pour les usagers. A interpréter en fonction de la fréquentation. Comparaison par mois, par années.
Indicateurs associés	Fréquentation

Nom de l'indicateur	Coût par usager et par type de support
Objectif	Déterminer l'efficacité des choix d'offre du centre de documentation
Définition de l'indicateur	Relation entre le nombre d'utilisateurs par support et le coût par support
Description de la méthode	Division du taux de consultation annuel par support par le coût annuel par support
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Mesure de l'adéquation entre les moyens et l'utilisation
Indicateurs associés	Taux de consultation par type de support Coût par type de support

Nom de l'indicateur	Demandes documentaires
Objectif	Evaluer la sollicitation de la médiathèque
Définition de l'indicateur	Nombre de recherches documentaires parvenant par mail, courrier, téléphone, fax et à l'accueil.
Description de la méthode	Tenue d'un cahier recensant date, objet, provenance, coordonnées
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'estimer la connaissance par le public du service de recherche et le besoin exprimé de ce service Comparaison à l'échelle annuelle
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Succès des recherches documentaires
Objectif	Efficacité des recherches
Définition de l'indicateur	Nombre de recherches satisfaites
Description de la méthode	Indiquer si la recherche a abouti à un succès, un renvoi vers un autre lieu ou un échec
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	A l'échelle mensuelle puis annuelle, comparaison du nombre de recherches satisfaites
Indicateurs associés	Demandes documentaires

Nom de l'indicateur	Délai de recherche médian des documents en magasin
Objectif	Evaluer l'attente de l'utilisateur
Définition de l'indicateur	Délai de satisfaction d'une demande d'article
Description de la méthode	Calcul du temps moyen de recherche du document en magasin
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Rapidité d'accès à l'information
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Délai de recherche médian des documents en accès direct
Objectif	Evaluer l'attente de l'utilisateur
Définition de l'indicateur	Délai de satisfaction d'une demande d'ouvrage
Description de la méthode	Calcul du temps moyen de recherche sur JLBdoc
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Rapidité d'accès à l'information
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Prêts internes
Objectif	Circulation des livres de la médiathèque dans l'entreprise
Définition de l'indicateur	Nombre de prêts
Description de la méthode	Tenue d'un fichier de prêt et évaluation par mois et année
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Connaissance des possibilités du fonds par le personnel Intérêt du fonds par rapport aux besoins du personnel
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Prêts par personne
Objectif	Evaluer le taux d'utilisation du fonds documentaire par personne
Définition de l'indicateur	Rapport des emprunts avec l'effectif de NAUSICAA
Description de la méthode	Nombre d'emprunts divisé par le nombre d'employés ou le nombre de services (?)
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Utilisation du fonds par rapport au nombre de services
Indicateurs associés	Prêts internes

Nom de l'indicateur	Manifestations
Objectif	Evaluer l'activité d'animation de la médiathèque
Définition de l'indicateur	Nombre de manifestations par an
Description de la méthode	Carnet de bord des animations
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'estimer la vie dans la médiathèque
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Médiation pédagogique de Nausicaä
Objectif	Evaluer si les enfants ont reçu le message que le centre a pour vocation de faire passer.
Définition de l'indicateur	Des questions pédagogiques intégrées dans un support ludique
Description de la méthode	Une question liée au message de Nausicaä intégrée dans un coloriage
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Analyse des réponses
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Acquisitions
Objectif	Evaluer le nombre d'acquisitions d'ouvrages
Définition de l'indicateur	Nombre d'ouvrages reçus ou commandés par an
Description de la méthode	Carnet des acquisitions
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'estimer l'actualisation du fonds
Indicateurs associés	
Nom de l'indicateur	Fréquence d'acquisition
Objectif	Evaluer la fréquence des arrivées d'ouvrages
Définition de l'indicateur	Nombre d'acquisitions par mois et évolution selon les périodes
Description de la méthode	Graphique des arrivées par mois
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'estimer la régularité des acquisitions
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Désherbage
Objectif	Evaluer l'élimination des ouvrages
Définition de l'indicateur	Nombre de livres retirés du fonds chaque année
Description de la méthode	Carnet de bord des livres retirés du fonds
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'estimer le « rafraîchissement » du fonds
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Taux de rotation des collections
Objectif	Evaluer le renouvellement du fonds
Définition de l'indicateur	Mise en rapport du nombre d'acquisitions avec le nombre de livres retirés du fonds
Description de la méthode	Rotation = le fonds + les acquisitions – les livres retirés
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'évaluer la dynamique des collections
Indicateurs associés	Acquisitions Désherbage

Nom de l'indicateur	Délai de traitement médian des documents
Objectif	Evaluer la rapidité de mise en accès des documents
Définition de l'indicateur	Délai entre l'arrivée du livre et la mise en médiathèque
Description de la méthode	Tableau de bord des acquisitions avec la date d'arrivée et la date de mise en rayon
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Rapidité de traitement des ouvrages
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Promotion des produits
Objectif	Evaluer la connaissance des produits disponibles de la médiathèque
Définition de l'indicateur	Enquête sur la connaissance des produits disponibles à la médiathèque et sur leur utilisation
Description de la méthode	Enquêtes ponctuelles de 3 ou 4 questions sur la connaissance des produits
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet d'estimer si la communication est bien faite
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Conception de produits documentaires
Objectif	Evaluer l'activité en terme de produits à valeur ajoutée
Définition de l'indicateur	Nombre de produits documentaires différents développés
Description de la méthode	Tableau spécifiant les produits et une brève description
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	Permet de mesurer l'activité différent de la gestion quotidienne de la médiathèque
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Coût de fonctionnement
Objectif	Evaluer les dépenses engendrées par le service de la médiathèque
Définition de l'indicateur	Budget annuel
Description de la méthode	Dépenses effectuées au cours d'une année
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	A analyser par rapport au budget de NAUSICAA
Indicateurs associés	

Nom de l'indicateur	Recettes
Objectif	Evaluer la commercialisation des produits et des services
Définition de l'indicateur	Etat des ventes
Description de la méthode	Tableau de bord récapitulatif des ventes par produit
Interprétation des résultats mesurés et facteurs affectant ces résultats	A analyser par rapport à l'année précédente
Indicateurs associés	

NAUSICAA
Médiathèque

Recherche documentaire du

Sujet :

Destinataire :

Vous nous avez fait confiance en nous demandant d'effectuer une recherche d'information. Vous trouverez, ci-joint, les résultats de cette recherche. Nous souhaitons que ce dossier vous donne entière satisfaction.

Pour nous permettre d'améliorer encore notre prestation, nous vous remercions de nous accorder quelques minutes pour compléter ce court questionnaire et de nous le retourner, après avoir coché les cases choisies.

N'hésitez pas à nous faire part de vos suggestions !

L'équipe de la médiathèque.

1. Comment avez-vous eu connaissance de l'existence d'une médiathèque à Nausicaä ?

- A la suite d'une visite du centre
- Par des amis
- Par les médias
- En pratiquant une recherche sur Internet
- Autre

2. Est-ce la première fois que vous avez recours aux services de la médiathèque ?

- Oui
- Non

3. Pour chacun des points suivants, cochez les cases qui conviennent :
Que pensez-vous de la qualité de :

	Pas du tout satisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant	Sans opinion
Délai de réponse					
Amabilité de l'accueil					
Attention portée à vos demandes					
Compétence de l'interlocuteur					

4. Dans cette recherche documentaire, vous avez trouvé les informations :

- Répondant à vos attentes
- Allant au-delà de vos attentes mais utiles
- Allant au-delà de vos attentes mais inutiles
- Trop techniques
- Insuffisantes par rapport à vos besoins

Pour quelle raison ?

5. Que pourriez-vous proposer comme idées d'amélioration ?

.....

.....

.....

.....

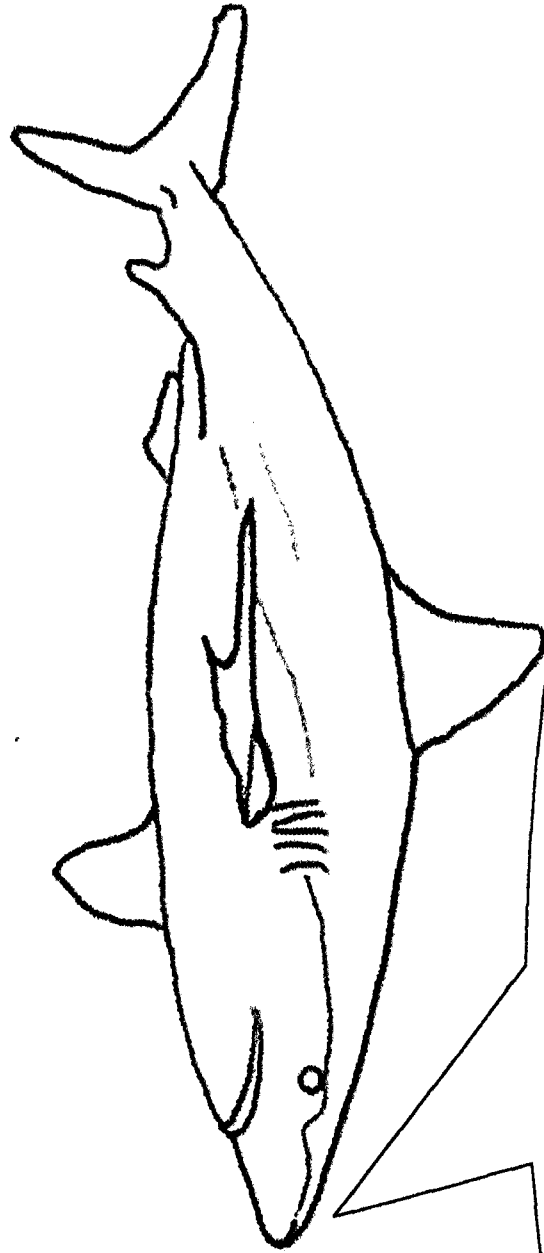
.....

.....

Nous vous remercions d'avoir rempli ce questionnaire. Retournez-le le plus rapidement possible à l'adresse figurant ci-dessous.

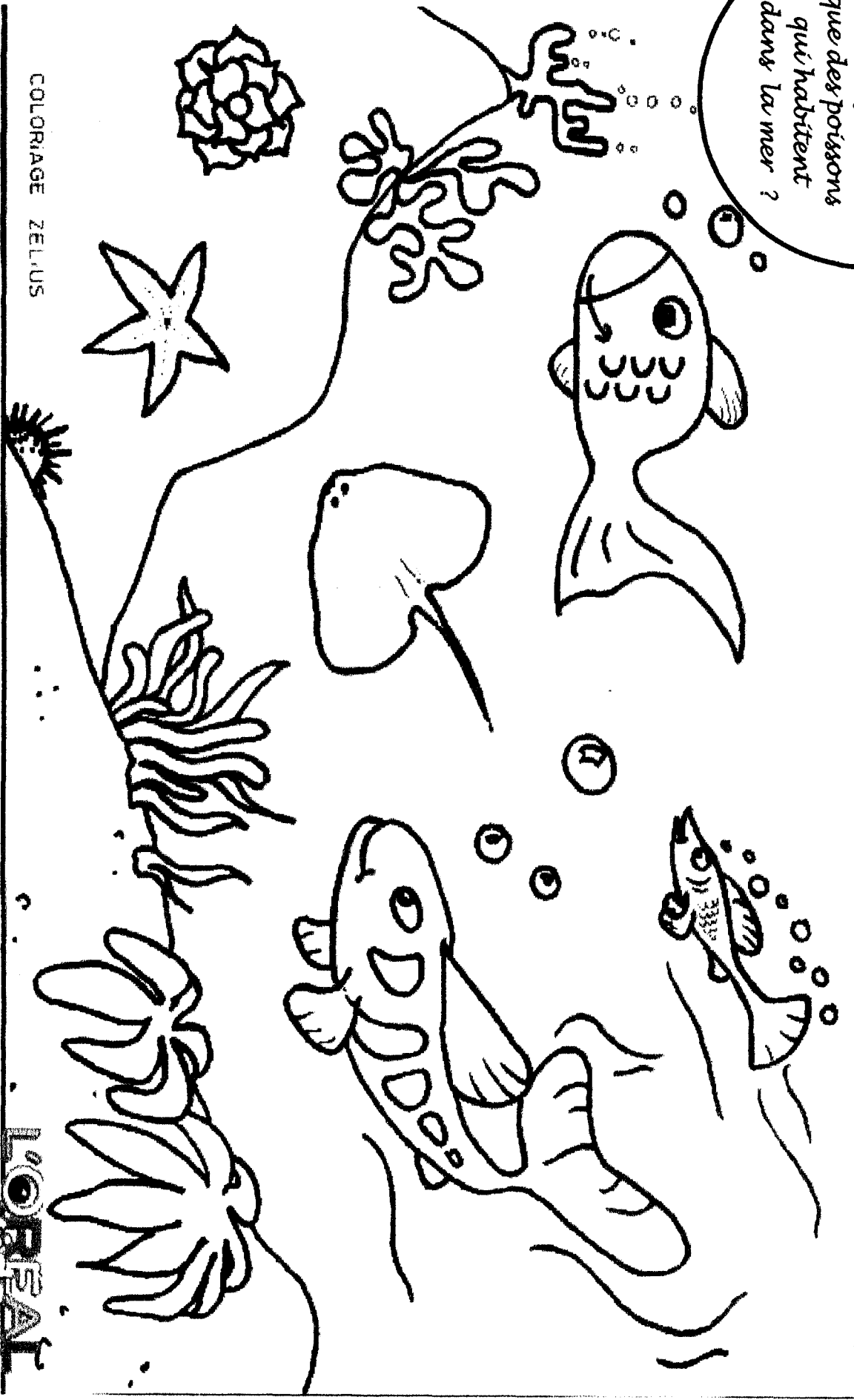
A retourner à :	NAUSICAA – médiathèque Boulevard Sainte-Beuve B.P. 189 62203 Boulogne-sur-Mer Cedex
-----------------	--

Annexe V3: Indicateurs de performance enfants.



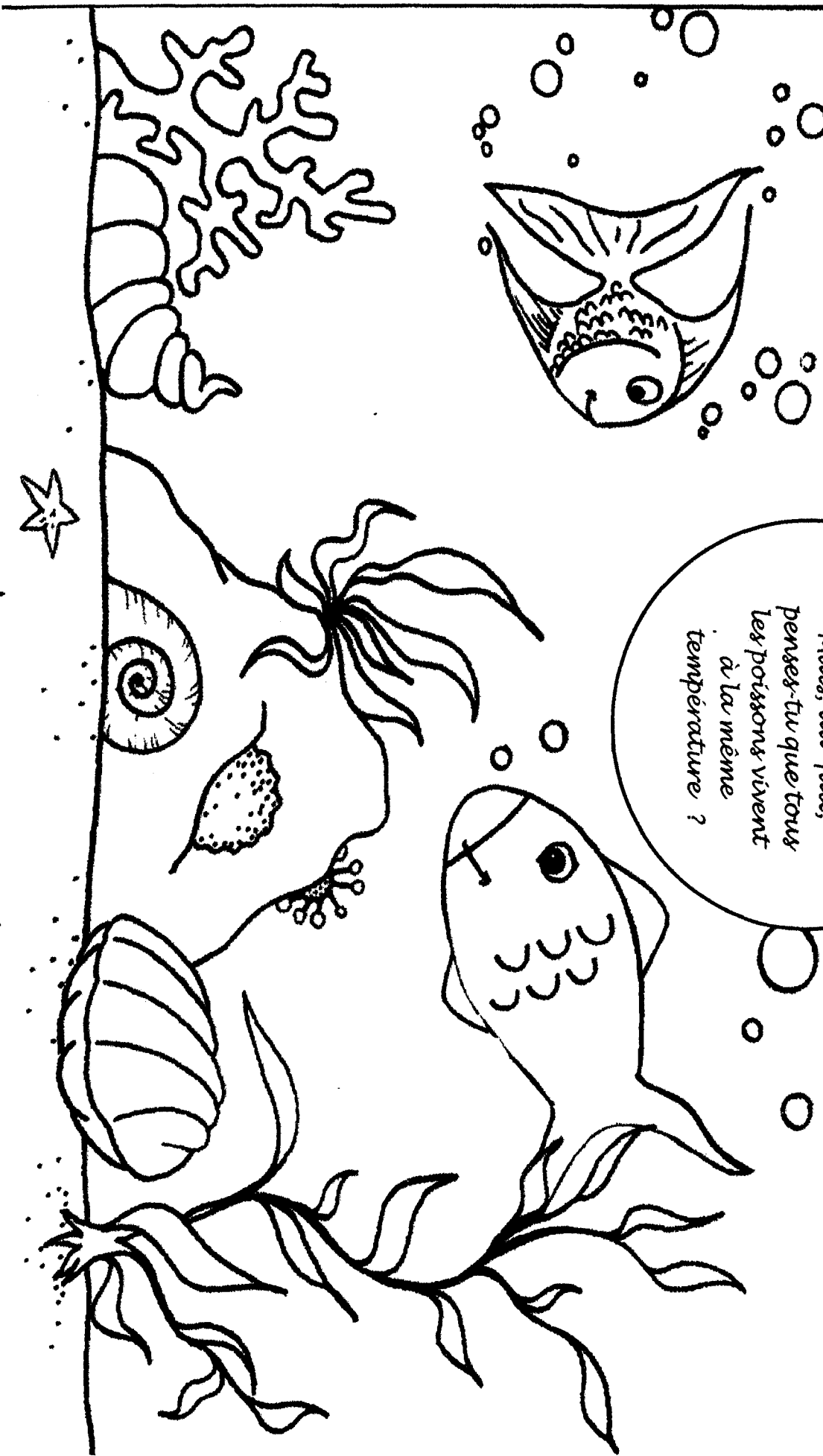
Mmh, j'ai faim ! Mais, à ton avis,
penses-tu qu'il y aura toujours autant
de poissons dans la mer ?

Chouette ! Tous
mes copains
sont là !
Mais, n'y a-t-il
que des poissons
qui habitent
dans la mer ?



COLORIAGE ZELIUS

LOOFAT
KIDS



Salut mon pote !
Cool ! La mer est à
25° ici !
Mais, au fait,
penses-tu que tous
les poissons vivent
à la même
température ?