



# Bibliothèque nationale de France

---

Enquête auprès des usagers  
de la bibliothèque numérique  
Gallica

6, rue Gurvand  
BP 40709  
35 007 Rennes Cedex  
Tél. : 02 99 30 59 96  
Fax. : 02 99 30 58 87  
[www.tmoregions.fr](http://www.tmoregions.fr)

10 avril 2017



# Sommaire

---

Synthèse	3
1. Objectifs, contexte et méthodologie	8
2. Profil des Gallicanautes	15
3. Usage de Gallica	29
4. Contexte de consultation	50
5. Modalités d'utilisation	67
6. Satisfaction	85
7. Attentes	99
8. Annexes	105



# Synthèse

---



# Synthèse de l'étude

Faisant suite à celle de 2011, une enquête quantitative auprès des usagers de Gallica a été menée en octobre 2016, dans le cadre d'un programme de recherche porté par la BnF, le labex Obvil et Télécom ParisTech. **7 600 internautes** ont répondu à un questionnaire bilingue (français/anglais) en ligne, soit presque deux fois plus que lors de la précédente enquête.

Cette forte augmentation, proportionnellement plus importante que celle de l'audience du site depuis 4 ans, vérifie le fort attachement des gallicanautes au service offert. Au sein des 95 % de gallicanautes satisfaits, la part des « tout à fait satisfaits » a d'ailleurs notablement augmenté de 2011 à 2016 (+12 points) pour atteindre 48 %.

L'accessibilité des fonctions de manipulation des documents et la navigation ont connu une progression de +7 points entre la précédente et la dernière enquête (passant de 76% à 83%). Autre résultat important, Gallica est moins perçu qu'avant comme un outil pour les spécialistes. Si la moitié des gallicanautes est d'accord avec cette idée, ils étaient 81% en 2011. Lors de cette précédente enquête, ils étaient même 43% à être tout à fait d'accord avec cette vision d'une solution pour spécialistes, ils ne sont plus que 21% en 2016. Ainsi, les améliorations de Gallica entre 2011 et 2016 l'ont rendu plus accessible, ainsi que l'a prouvé la très forte hausse de la fréquentation du site.

Ces résultats largement positifs et encourageants ne doivent pas masquer des marges potentielles de progrès. En la matière, les réponses directes des internautes sont difficiles à exploiter. Cette enquête pour Gallica n'échappe pas à cette difficulté. Une lecture attentive des résultats des questions de satisfaction est par contre très instructive. Si 78% des gallicanautes déclarent que la navigation est fluide et facile, ils ne sont que 27% à être « tout à fait d'accord » avec cette idée. Ils ne sont que 21% à être « tout à fait d'accord » avec



# Synthèse de l'étude

l'idée que les informations pratiques sont faciles à trouver. Seuls 35% considèrent que les fonctionnalités de manipulation des documents sont faciles d'accès. Ainsi, il n'y a jamais de signe d'insatisfaction, mais régulièrement des réponses montrant des améliorations possibles.

La fréquence de visite se maintient à un niveau élevé : un répondant sur deux déclare venir au moins une fois par semaine sur Gallica, et 11 % tous les jours ou presque. On peut ainsi estimer que les gallicanautes se connectent en moyenne 1,4 fois par semaine, chiffre stable par rapport à 2011. Les progressions observées entre 2011 et 2016 du nombre de visites sur le site sont bien le fait de la conquête de nouveaux gallicanautes et non pas l'augmentation du rythme de fréquentation.

35% des gallicanautes venant au moins deux fois par semaine concentrent 76% des visites sur Gallica.

Un tiers des répondants consulte Gallica au moins occasionnellement sur support mobile (smartphone ou tablette). Cet usage est cependant ponctuel, seuls 7% des répondants utilisent un support mobile souvent ou à chaque fois. En ne s'intéressant qu'au smartphone, on observe que 3 % consultent Gallica sur smartphone, « souvent » ou « à chaque fois ».

Parmi les gallicanautes interrogés, 10% déclarent venir moins souvent qu'avant. Ce type d'enquête ne peut, par définition, interroger les « abandonnistes » et peut sous-représenter les moindres fréquentants. Il est par contre très intéressant de connaître les causes de ces baisses du rythme de fréquentation. Dans près d'un cas sur deux, il s'agit d'une absence ou d'une baisse des besoins, une fois sur cinq la préférence pour un autre site est mentionnée, une fois sur cinq les difficultés liées à Gallica.



# Synthèse de l'étude

S'agissant des profils d'utilisateurs, l'enquête rappelle que si les gallicanautes résident majoritairement en France, 28 % des répondants se connectent de l'étranger : 16 % d'un autre pays d'Europe (avec, en tête, l'Italie), 4 % des États-Unis et du Canada, 3 % du Maghreb.

Parmi les personnes résidant en France, on observe une très nette surreprésentation des parisiens et des habitants de la première couronne. 14% des gallicanautes habitent à Paris (comparativement au poids démographique de Paris de 3%), 10% en première couronne (comparativement à 7%). Si les spécificités de profils socio démographiques expliquent sans doute une partie de ces écarts, ils ne peuvent sans doute pas être la seule cause. La proximité avec les établissements de la BnF a indubitablement un impact.

L'âge moyen est nettement plus élevé que celui des salles de lecture de la BnF et a même augmenté depuis la précédente enquête, passant de 48 à 54 ans. 65% des gallicanautes ont plus de 50 ans, soit 18 points de plus que la population française. On peut estimer que le nombre des gallicanautes de 50 ans et plus a connu une progression de 89% entre 2011 et 2016. Ces derniers utilisent Gallica d'abord pour des recherches personnelles et leurs loisirs. A l'inverse, le nombre de gallicanautes de moins de 35 ans a probablement diminué de 20% ; et la part des étudiants gallicanautes est en très net recul.

Les gallicanautes ont un niveau d'étude et des profils socioprofessionnels toujours supérieurs à la moyenne française. 58% ont un bac+4 et plus contre 14% au sein la population française. 33% sont cadres (9% dans la population française).

38% des répondants disent par ailleurs avoir déjà fréquenté les espaces physiques de la BnF.



# Synthèse de l'étude

Sans surprise, les domaines les plus consultés restent l'histoire (77%), suivie par la littérature (44%), puis l'art (40%), les sciences humaines (34%), la généalogie (28%). En moyenne, les gallicanautes consultent 3 domaines. Seuls 21% ne viennent que pour un unique domaine, 33% viennent pour quatre domaines ou plus. On observe un bon niveau de notoriété et d'usage de la diversité des types de documents accessibles (à l'exception des objets).

Les consultations de Gallica sont majoritairement le fait de projets de recherche précis, dans le cadre de ses études, de son métier ou d'une recherche personnelle. Malgré cela, les usages exclusifs de Gallica sont rares (seulement 28 %), la plupart des répondants déclarant plusieurs motifs qui croisent usage professionnel/personnel, studieux/ludique, etc. 40% des gallicanautes se connectent pour 3 ou 4 motifs différents, lors de leurs différentes sessions (ou d'une même session).

Derrière cette forte porosité des motifs, qui rend délicate toute typologie des usagers, ce sont finalement les recherches personnelles qui pèsent le plus dans les consultations (64% des gallicanautes déclarent faire des recherches personnelles lors de chaque visite) mutation importante par rapport à la précédente enquête (+15 points).

Évolution notable par rapport à 2011 : la progression, dans l'usage des documents, de la consultation attentive en ligne (66 % disent le faire « souvent » ou « à chaque fois »), désormais légèrement plus importante que le téléchargement – effet probable de l'accroissement du confort de lecture et des outils qui lui sont dédiés (zoom).



# Partie 1

---

Objectifs, contexte et  
méthodologie

## CONTEXTE

Après l'enquête conduite en 2011, la BnF a souhaité conduire une nouvelle enquête en ligne permettant de mieux connaître et de mesurer les évolutions des profils des Gallicanauts, de leurs usages, des modalités et motivations d'accès au site, les niveaux de satisfaction, les attentes, etc .

L'enquête 2016 prend place dans un contexte spécifique d'évolution du trafic de Gallica (plus précisément Gallica site web) et de l'offre de service de Gallica :

- Lancement des applications Gallica pour iPad et Android en 2012 ; lancement d'un site web mobile et création de pages de présentation des collections en 2013 ; refonte technique, ergonomique et graphique de Gallica en 2015 (mise en ligne d'une nouvelle version du site en novembre). En 2016 la consultation de Gallica sur téléphone et tablette a représenté respectivement 13% et 6% du trafic total (source : Xiti).
- Très forte croissance du nombre de visites jusqu'en 2014 (+30% en moyenne chaque année entre 2009 et 2014), stabilisation en 2015, puis une baisse sensible en 2016 de 11%, désormais contenue
- La baisse du nombre de visites entre 2015 et 2016 s'observe aussi bien pour le site classique que pour les autres modalités d'accès à Gallica

Seule l'évaluation des utilisateurs du site classique fait l'objet de ce travail. On a cependant demandé aux utilisateurs du site s'ils utilisaient les autres modes d'accès à Gallica.

## Réalisation des enquêtes selon six modalités de sollicitation

Enquêtes réalisées sur une période d'un mois entre le 27 septembre et le 26 octobre

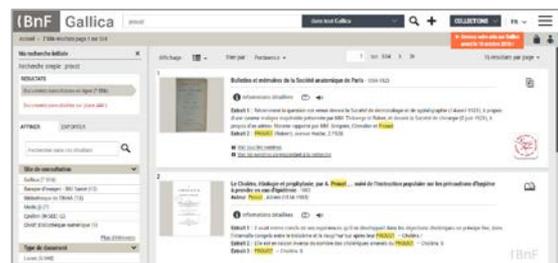
**Page d'accueil  
Gallica (1)**  
du 27/09 au 26/10



**Newsletter  
Gallica**  
Envoi le 14/10



**Bouton « donnez  
votre avis »  
pages Gallica**  
du 27/09 au 26/10

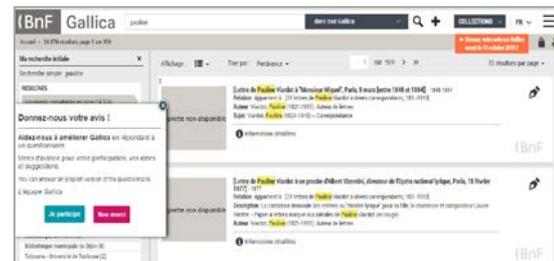


**Lien sur la page  
Facebook de Gallica**  
Posté le 13/10



**▶ Donnez votre avis sur Gallica  
avant le 10 octobre 2016 !**

**Fenêtre en  
surimpression  
(pop in) pour un  
usager sur dix**  
du 27/09 au 26/10



**Lien sur le compte  
Twitter de Gallica**  
Posté le 13/10



(1) le questionnaire n'était accessible que sur le site web externe (hors Gallica intra muros)

Afin de ne pas déformer les résultats au travers de sollicitations touchant les Gallicanautes les plus proches, la newsletter, Facebook et Twitter n'ont été mobilisés que dans un second temps. La part des abonnés à ces trois services est mesurée auprès de l'échantillon 1 (cf. Annexe), ce résultat étant utilisé pour pondérer l'échantillon total (sauf précision contraire, tous les résultats sont donc pondérés).

### Echantillon 1



du 27 septembre au 12 octobre 2016, répondants sollicités par la page d'accueil, le bouton « donnez votre avis » et la fenêtre en surimpression (pop in)

**4 920 réponses**

### Echantillon 2



du 13 octobre au 26 octobre 2016, répondants sollicités selon les 3 modalités déployées pour l'échantillon 1 complétées par la newsletter, la sollicitation par Facebook et Twitter

**2 705 réponses**

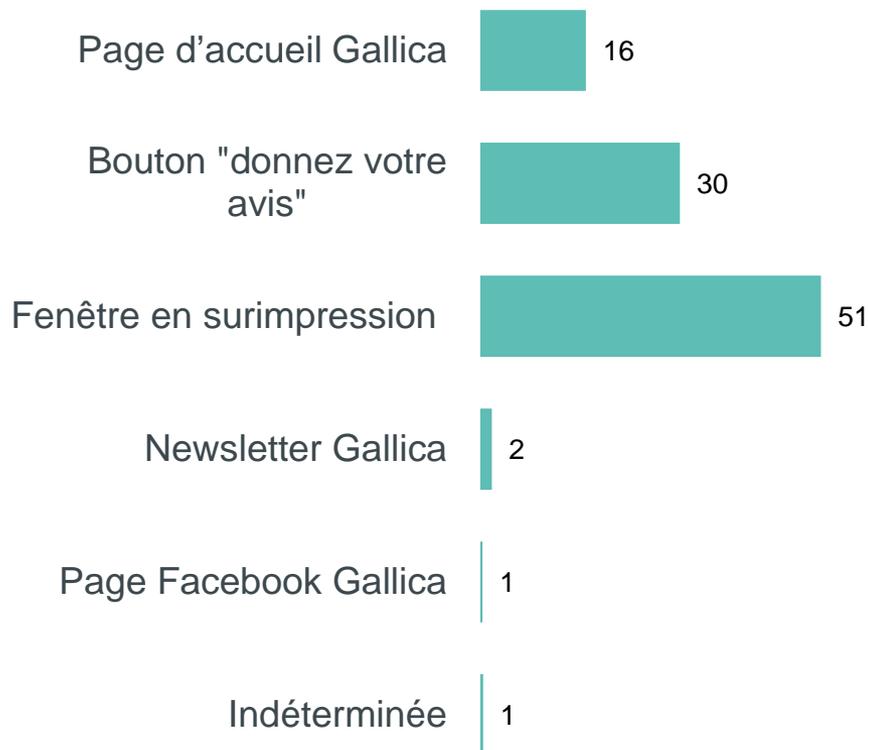
L'enquête 2016 a permis de collecter le double de réponses par rapport à l'enquête 2011 (3828 réponses exploitées), sur la même durée d'enquête alors que le nombre de visiteurs uniques avait progressé sur la même période de +37%. En 2011, le taux de réponse avait été de 0,9%. Il peut être estimé en 2016, sur la base des données Xiti, à 1,2%.

**7 625** réponses ont été collectées et exploitées soit un taux de réponse de **1,2%**

En prenant en compte la fréquence d'apparition de la fenêtre Pop In, on peut estimer que le taux de réponse est d'environ **10%** pour les personnes sollicitées directement (Pop In).

Ce très bon taux de réponse est en lui-même le signe d'un attachement fort à Gallica.

**Mode de connexion au questionnaire du  
cumul des échantillons 1 et 2**  
(données non pondérées)



► Possibilité de répondre à une version anglaise du questionnaire, solution retenue par 7% des répondants.

Lors de la période de l'enquête 2011, on pouvait estimer que 433 700 visiteurs uniques étaient venus sur Gallica (données Xiti).

Lors de la période de même durée pour l'enquête 2016, on estime le nombre de visiteurs uniques à 589 600 (données Xiti). On ne revient pas ici sur les difficultés techniques de mesure de ces visiteurs uniques et du caractère estimatif de ces grandeurs Xiti.

Les deux enquêtes cherchent donc à décrire ces visiteurs uniques. Or, parmi les visiteurs uniques, une part importante est constituée de visites très furtives, difficiles à qualifier, mais comptabilisées de fait dans l'audience globale. Ces visiteurs furtifs sont très probablement de facto absents des répondants à l'enquête (plus précisément, leur présence marginale ne reflète sans doute pas leur part réelle). Les répondants sont plus volontiers des usagers ayant une relation personnelle à Gallica, que l'on appellera tout au long de ce rapport les « **Gallicanautes** ».

Ce travail propose à plusieurs reprises des tableaux estimant la progression du nombre de Gallicanautes à partir des volumes globaux indiqués précédemment, bien que ces derniers intègrent ces visiteurs furtifs (cf annexes). Procéder ainsi revient à faire l'hypothèse d'une relative stabilité de la proportion de ces visiteurs furtifs. Sous cette hypothèse, les pourcentages de progression (des volumes) par profils et usages sont justes.

# Niveau de précisions des résultats et comparaison avec les résultats de 2011

Une enquête par sondage propose des résultats entachés d'une relative incertitude. En n'interrogeant qu'une partie de la population visée, on accepte un certain degré d'imprécision, appelé intervalle de confiance. La théorie statistique propose des outils d'estimation de ces intervalles de confiance, dans le cadre des sondages purement aléatoires(1). Les techniques mises en œuvre par l'ensemble des instituts d'études ne s'inscrivent pour ainsi dire jamais dans cette stratégie purement aléatoire. On procède souvent par quotas, tout en étant confronté à des refus de réponse.

Ainsi, selon l'orthodoxie statistique, on ne peut calculer des intervalles de confiance pour ces types d'enquête. Cependant, consciente que les résultats de sondages par quotas (ou par d'autres techniques) sont néanmoins entachés d'une incertitude, la profession des études a pris pour habitude d'utiliser les calculs d'intervalles de confiance des enquêtes par sondage aléatoire et de les appliquer aux autres approches.

Analyser des enquêtes autoadministrées, qu'elles soient en ligne ou non, renforce cette difficulté à mobiliser les classiques intervalles de confiance. Répétons, il n'est pas possible de calculer des intervalles de confiance, on ne peut qu'utiliser ces notions, utilisation sans réel fondement théorique.

On se propose ici de donner quelques ordres de grandeur de différences significative des résultats de l'enquête 2011 (3 828 réponses) et l'enquête 2016 (7625 réponses), en retenant un seuil à 1% (plus exigeant que la norme habituelle à 5%). Dans ce cadre, on peut dire qu'une différence entre les résultats des deux enquêtes (sur la base de l'ensemble des répondants) serait significative à partir de 3 points d'écart (quel que soit l'ampleur du résultat analysé).

---

(1) Pour organiser un sondage purement aléatoire, il convient de disposer de la liste totalement exhaustive des personnes / unités à interroger, de procéder à cette sélection aléatoire puis enfin d'administrer ces questionnaires sans aucun refus. Une enquête par quotas ne relève donc pas de ce type d'approche.



## Partie 2

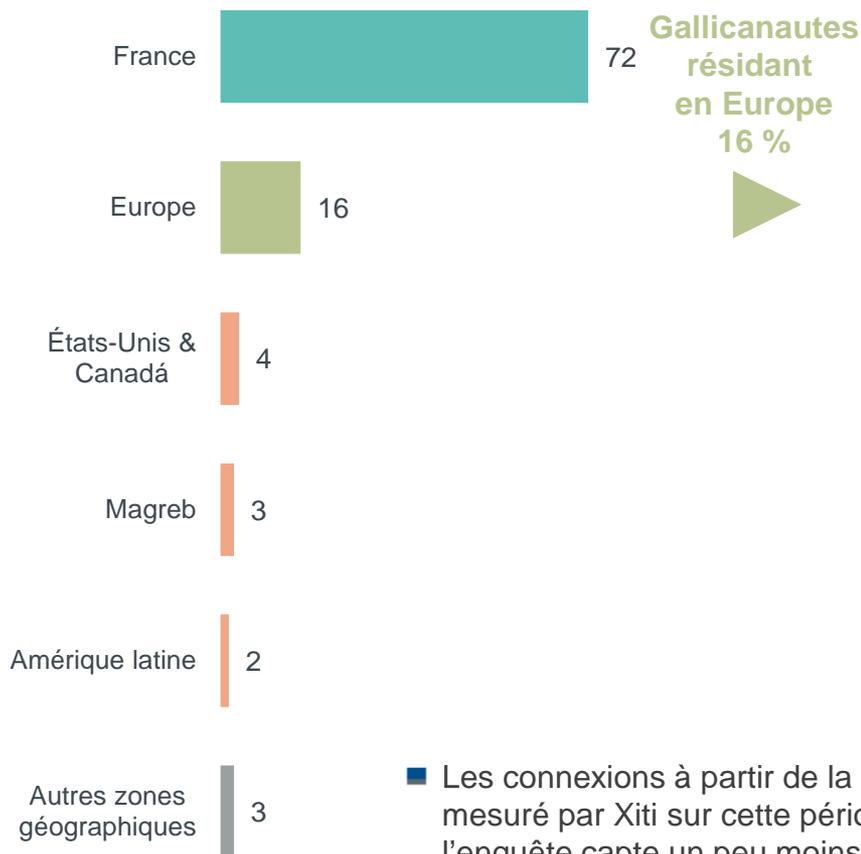
---

# Profil des Gallicanautes

# Pays de résidence des Gallicanautes

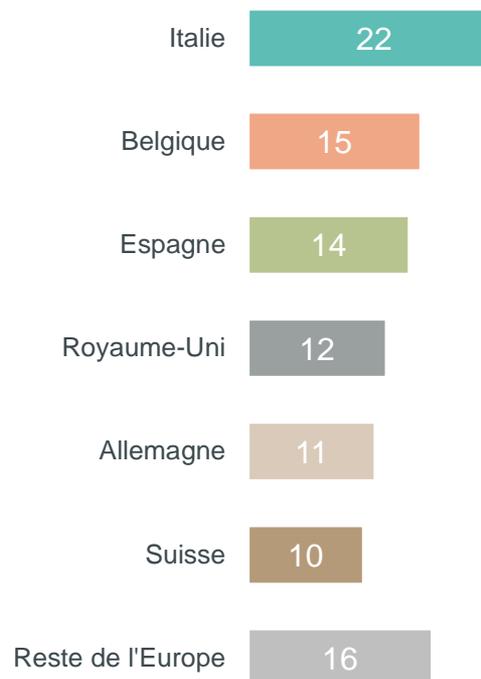
## Pays de résidence

Résultats en %, Total = 100



## Provenance des usagers résidant en Europe

Résultats en %, Total = 100



**72%**  
des Gallicanautes  
habitent en France

**28%**  
ne résident pas en  
France.

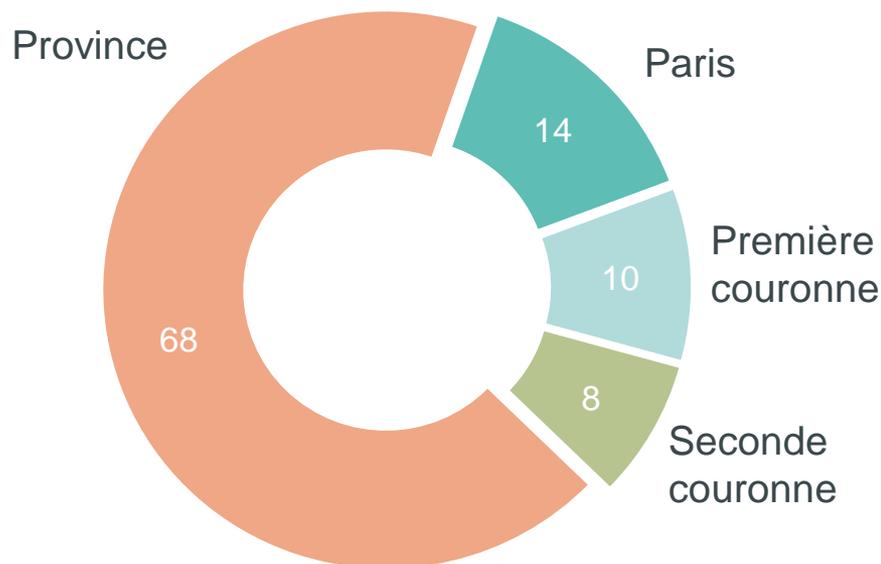
**16%**  
habitent en Europe.

- Les connexions à partir de la France représentent **62%** du trafic mesuré par Xiti sur cette période. Nous vérifions sans surprise que l'enquête capte un peu moins bien les usagers hors de France, malgré le questionnaire en anglais (taux de réponse estimé à 1,4% pour les usagers français, 0,9% pour les usagers hors France).

Dans l'objectif d'analyser le lien entre espaces physiques de la BnF et usage de Gallica, il convient dans un premier temps de s'intéresser à la répartition géographique des Gallicanautes

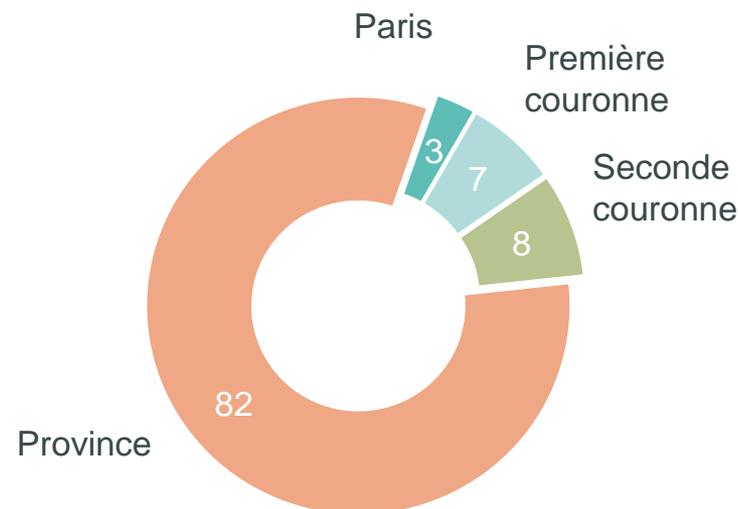
## Répartition des Gallicanautes résidant en France

Résultats en %, Total = 100



## Répartition de la population française

Résultats en %, Total = 100

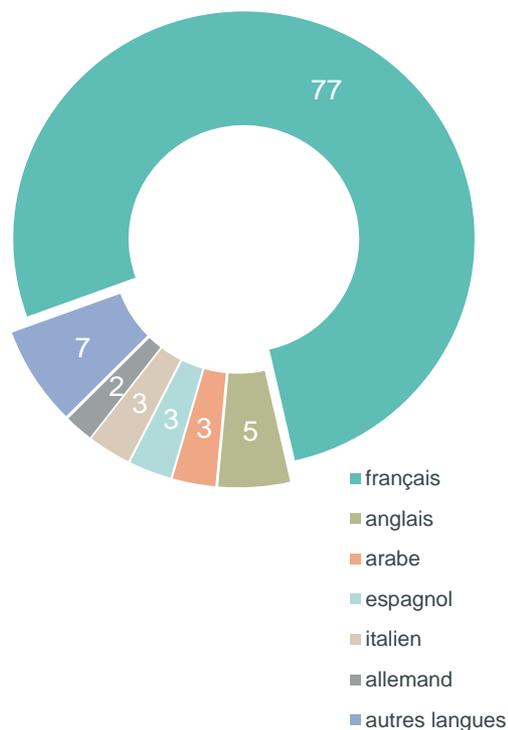


- On observe **une très nette surreprésentation des parisiens et des habitants de la première couronne**: les premiers sont 4 fois plus présents au sein des Gallicanautes par rapport à la population française, les second 1,4 fois plus. Si les spécificités de profils socio démographiques expliquent sans doute une partie de ces écarts, ils ne peuvent sans doute pas être la seule cause. La proximité avec les établissements de la BnF a indubitablement un impact.

# Langue maternelle et langue officielle du pays de résidence

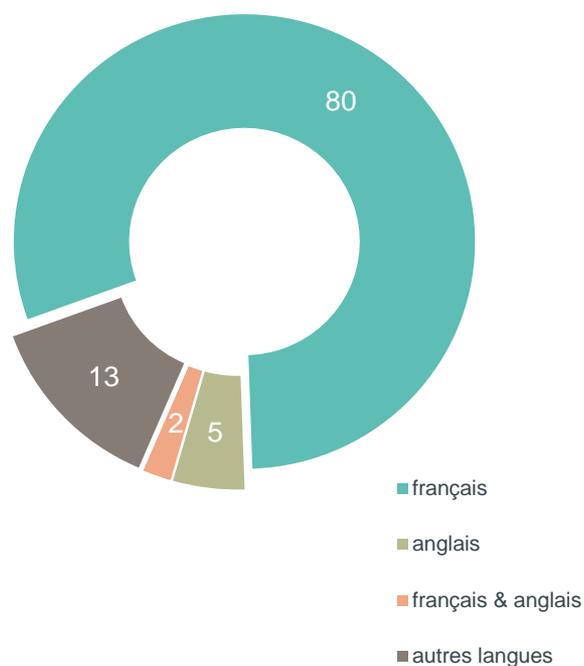
## Langue maternelle

Résultats en %, Total = 100



## Langue officielle du pays de résidence

Résultats en %, Total = 100

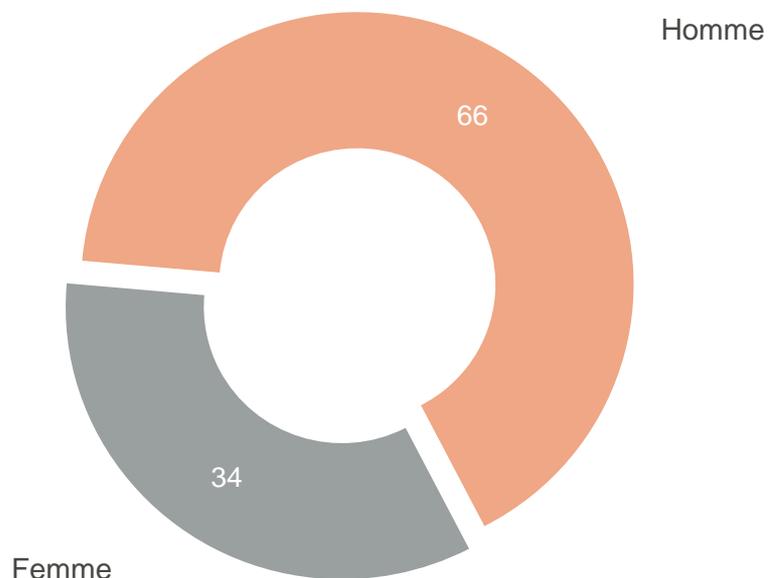


**77%** des Gallicanauts ont pour langue maternelle le français.

**5%** ont pour langue maternelle l'anglais.

### Sexe

Résultats en %, Total = 100



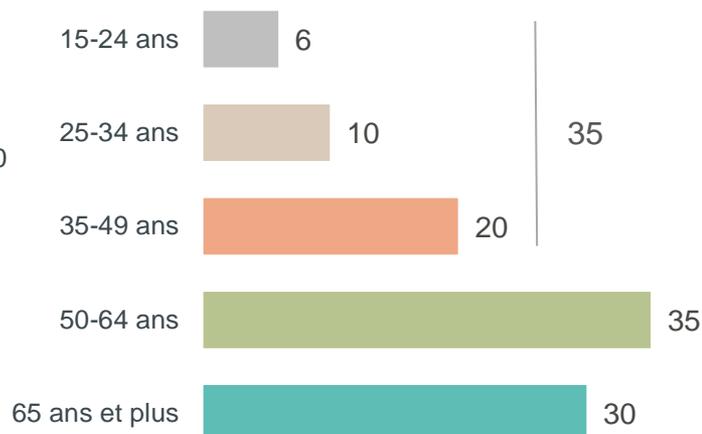
On observe une **surreprésentation masculine** sensible, identique à celle observée en 2011.

Il s'agit là d'une spécificité des Gallicanautes comparativement aux usagers des espaces physiques.

L'Observatoire 2016 des publics sur le site François-Mitterrand indique que 51% des usagers sont des femmes.

### Tranches d'âge

Résultats en %, Total = 100



*Rappel population française générale*

**65%** des Gallicanautes ont plus de 50 ans, soit 18 points de plus que la population française.

En 2016, l'âge moyen des Gallicanautes est de 54 ans, contre 48 ans en 2011.

En volume, le nombre de Gallicanautes (visiteurs uniques mesurés hors enquête) a progressé de +35 % entre les deux enquêtes (durée identique).

Cette hausse s'explique intégralement par la conquête de Gallicanautes de 50 ans et plus (environ +90%). Le nombre de Gallicanautes de 35 à 49 ans est stable, le nombre de Gallicanautes de moins de 35 ans chute de près de 20%.

### Evolution 2011 – 2016

	2011		2016		Evolution	
	Ensemble des visiteurs uniques	%	Ensemble des visiteurs uniques	%	Nb de visiteurs	en structure
15-24 ans	38 900	<b>9%</b>	35 300	<b>6%</b>	-10%	-3%
25-34 ans	77 700	<b>18%</b>	59 000	<b>10%</b>	-25%	-8%
35-49 ans	112 200	<b>26%</b>	112 000	<b>19%</b>	0%	-7%
50-64 ans	142 400	<b>33%</b>	206 400	<b>35%</b>	+45%	+2%
65 ans et plus	60 400	<b>14%</b>	176 900	<b>30%</b>	+195%	+16%
Total	<b>431 600</b>	<b>100%</b>	<b>589 600</b>	<b>100%</b>	+35%	
Age moyen	<b>48 ans</b>		<b>54 ans</b>		+ 6 ans	

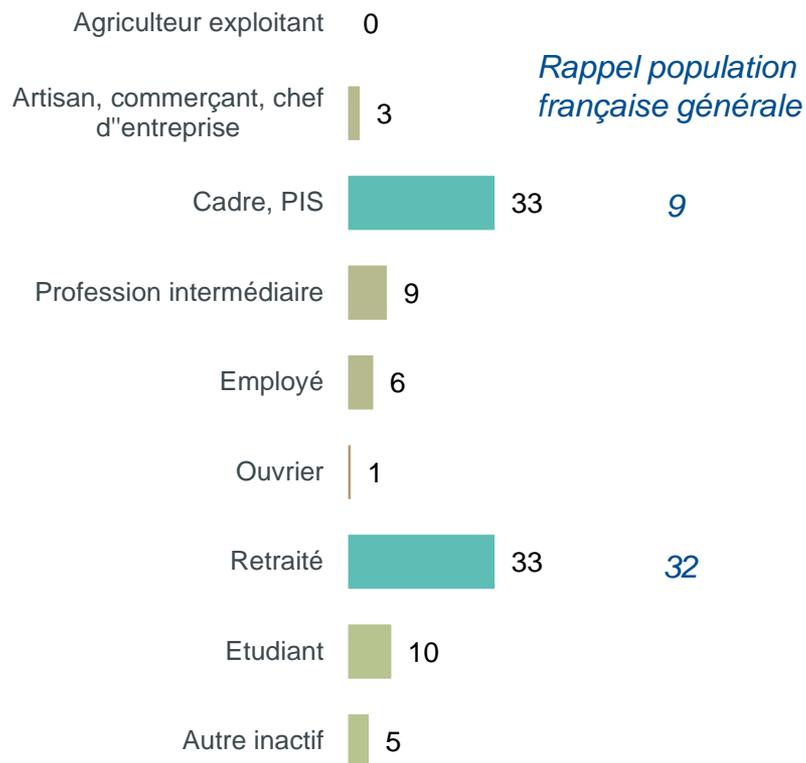
En vert donnée Xiti, en gras, résultats d'enquête, en caractère normal résultats déduits (cf annexe)

Base : Ensemble des Gallicanautes

## Catégorie socioprofessionnelle au sens de l'Insee

(recomposition agrégée S6 S7, résultat détaillé en annexe)

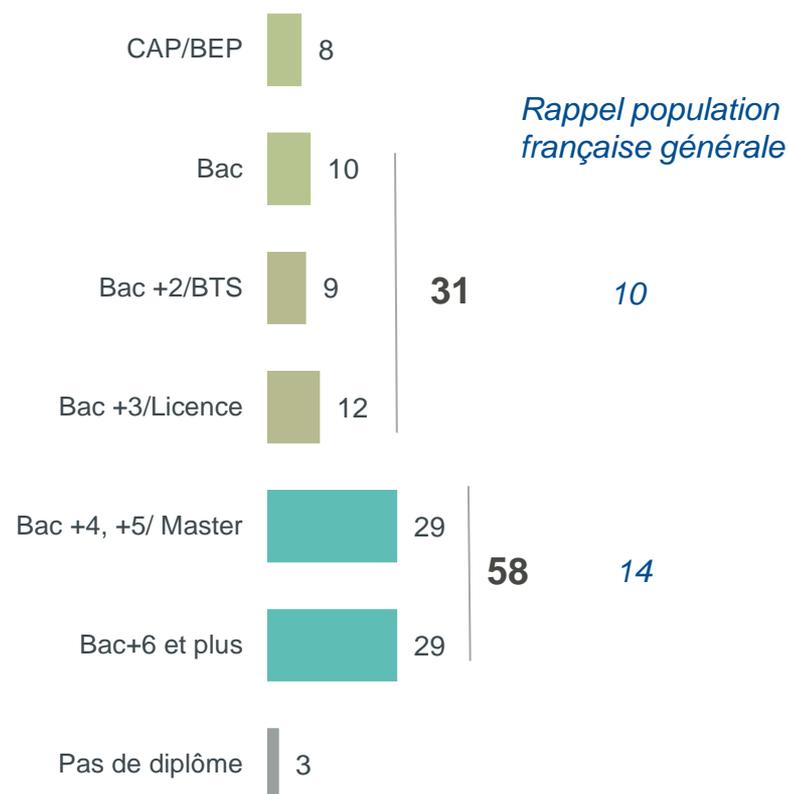
Résultats en %, total = 100



## Niveau d'études

(recomposition S9 S10)

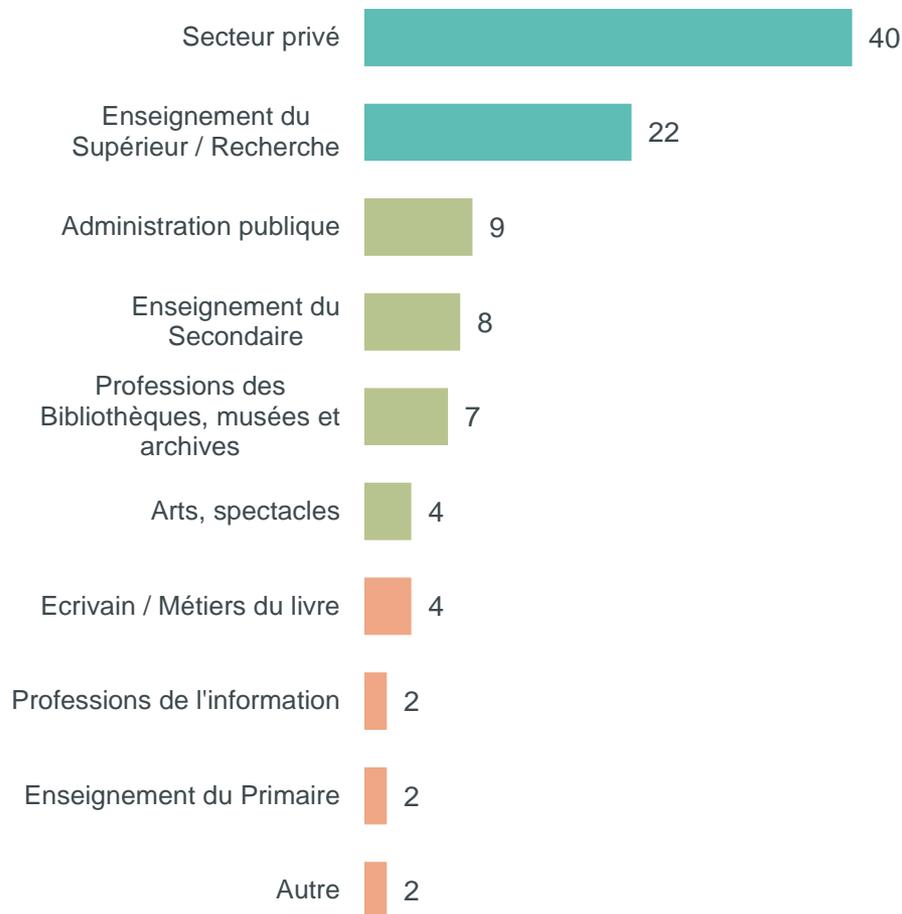
Résultats en %, total = 100



Les proportions restent proches de 2011, sauf pour les retraités, en nette augmentation, et les étudiants, en forte diminution.

**Secteur d'activité  
actuel  
ou passé pour les retraités**

(recomposition S7 S8)  
Résultats en %, Total = 100

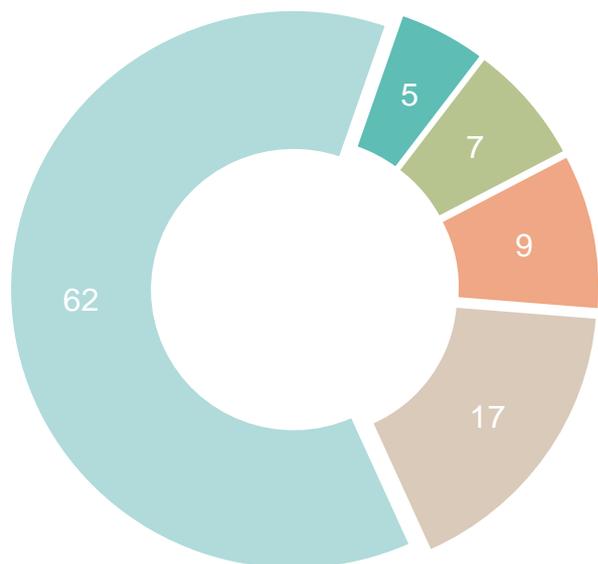


**10%** des Gallicanauts travaillent actuellement dans l'Enseignement du Supérieur et

**6%** dans la Recherche (dont un peu plus des deux tiers dans le secteur privé)

## Fréquentation des espaces physiques de la BnF

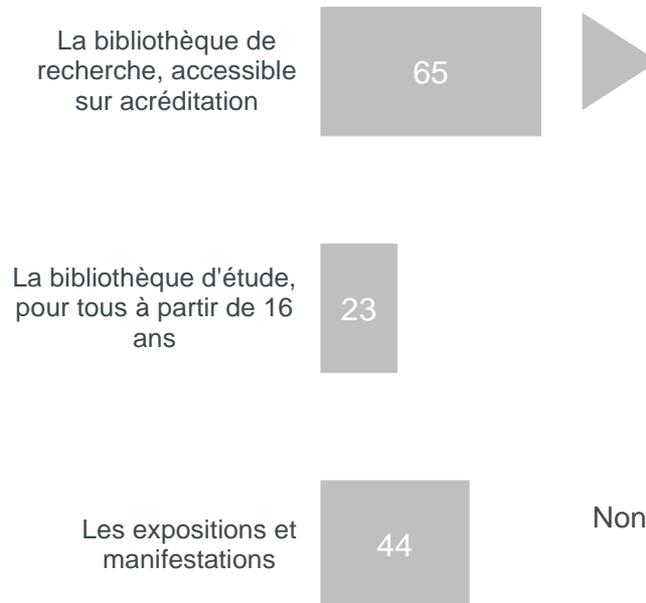
Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes



- Plusieurs fois par mois
- Une fois par mois à une fois par trimestre environ
- Une fois par an environ
- Moins souvent
- Jamais

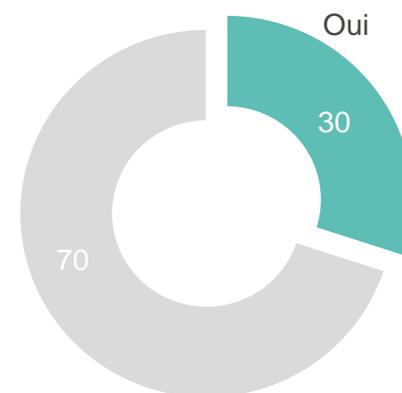
## Espaces de la BnF visités

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Gallicanautes fréquentant les espaces physiques



## Connaissez-vous Gallica intra muros ?

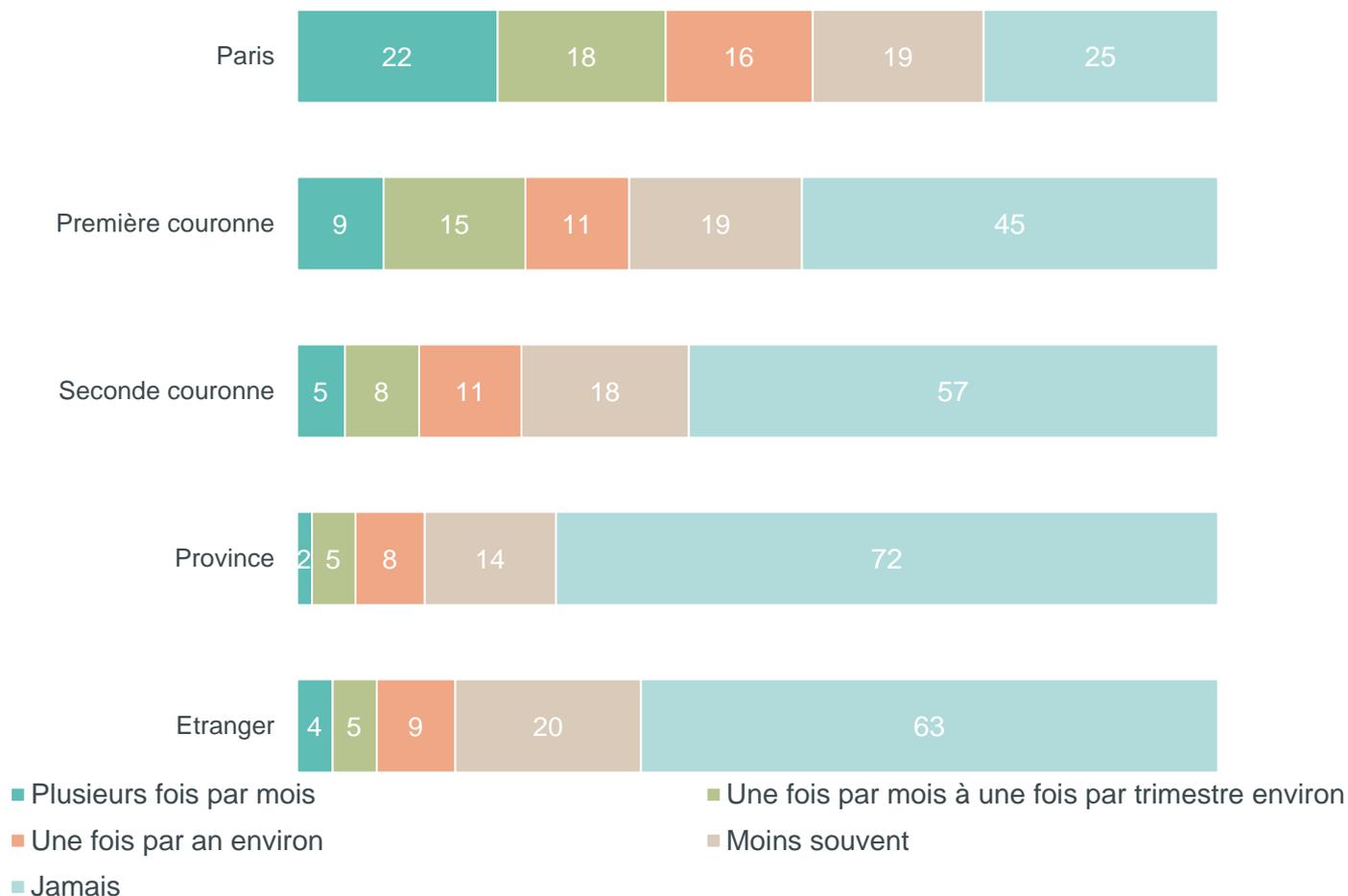
Résultats en %, Total = 100  
Base : Répondants visitant la bibliothèque de recherche



# Fréquentation des espaces physiques de la BnF par les Gallicanautes

## Fréquentation des espaces physiques de la BnF

Réponses en %, Total = 100



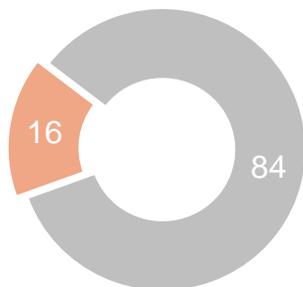
**40%** des Gallicanautes parisiens fréquentent au moins une fois par trimestre les espaces physiques de la BnF. Ce même score est de 24% pour les habitants de la première couronne.

Les résultats des Gallicanautes parisiens ou de première couronne se situent bien au-delà des résultats observés pour les Gallicanautes résidant dans les départements de province. La proximité géographique explique naturellement cet état de fait.

S'il est difficile d'établir le sens de la causalité, fréquentation de Gallica et celle des espaces physiques sont liées, se nourrissant l'une de l'autre.

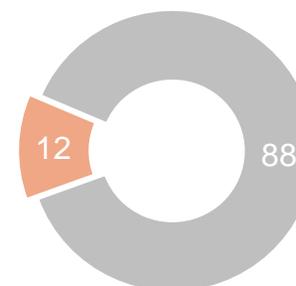
## Inscription à la Lettre de Gallica

Résultats en %, Total = 100



## Suivi de l'activité de Gallica sur les réseaux sociaux

Résultats en %, Total = 100

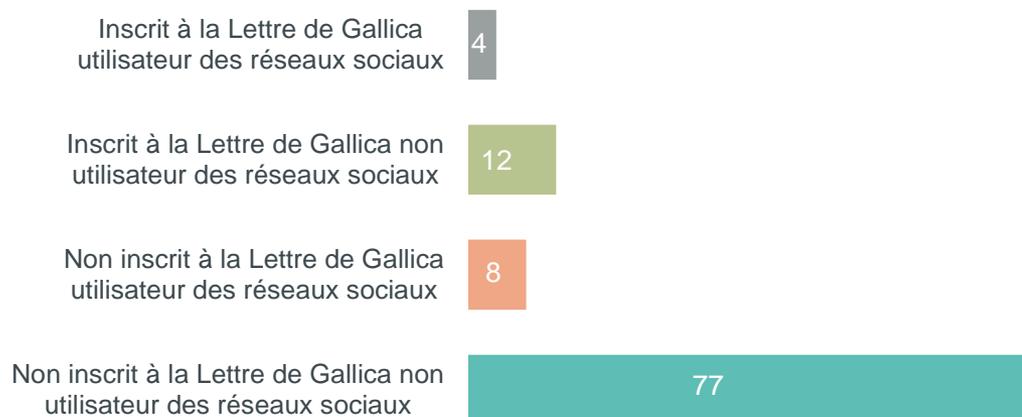


Le « Oui » monte  
à 27% pour les  
25-34 ans →

■ Oui ■ Non

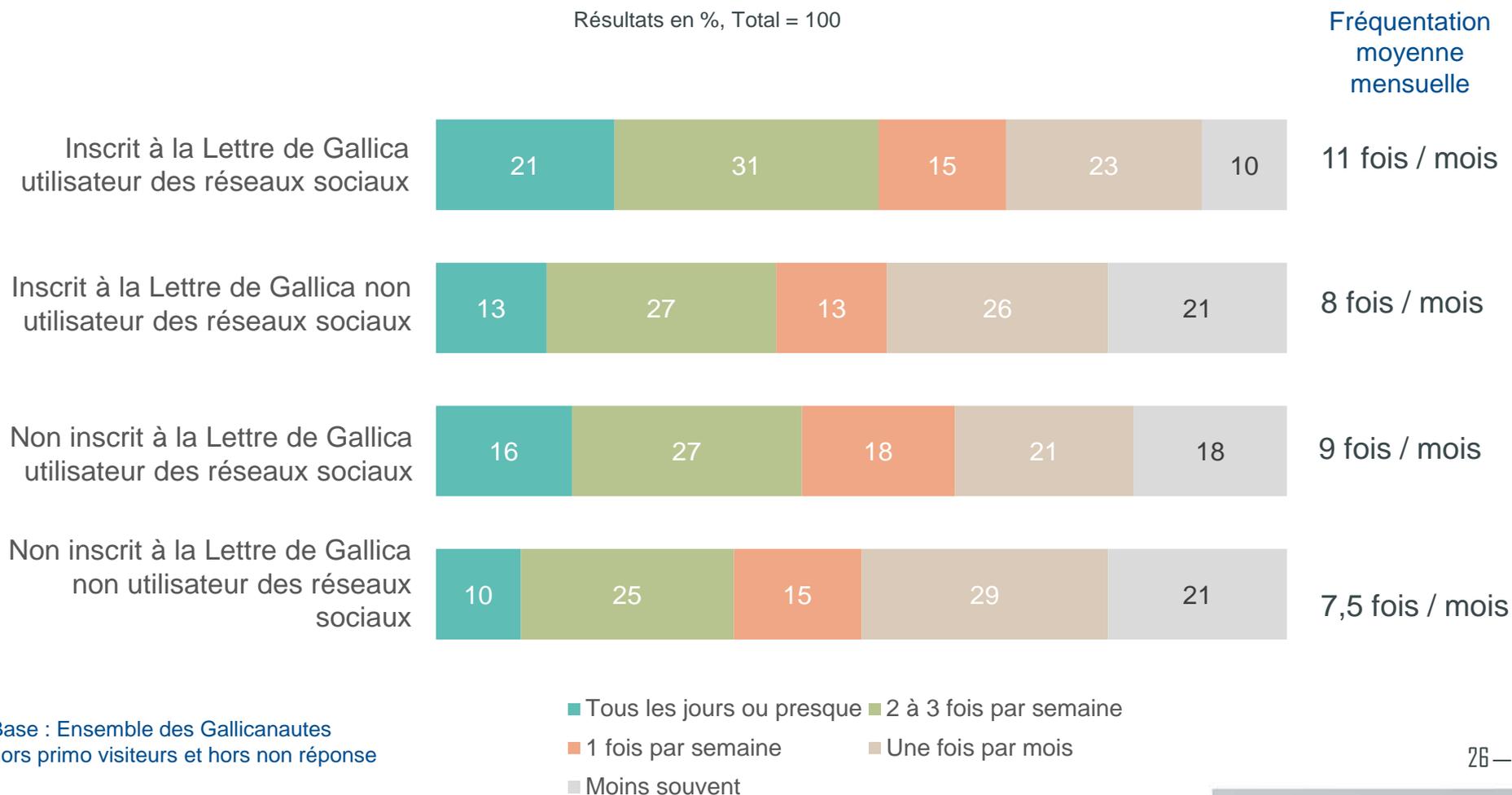
## Inscription à la Lettre et suivi de l'activité de Gallica sur les réseaux sociaux

Résultats en %, Total = 100



## Rythme de fréquentation de Gallica selon l'inscription à la lettre et suivi de l'activité de Gallica sur les réseaux sociaux

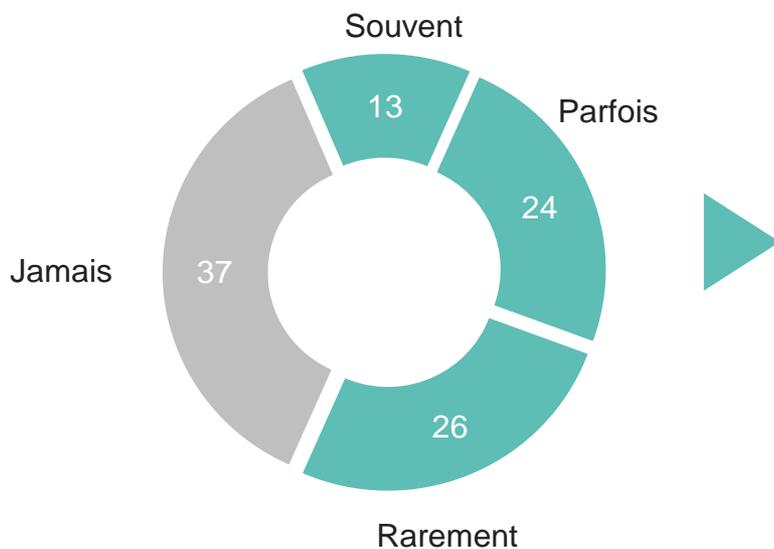
Résultats en %, Total = 100



Base : Ensemble des Gallicanautes  
hors primo visiteurs et hors non réponse

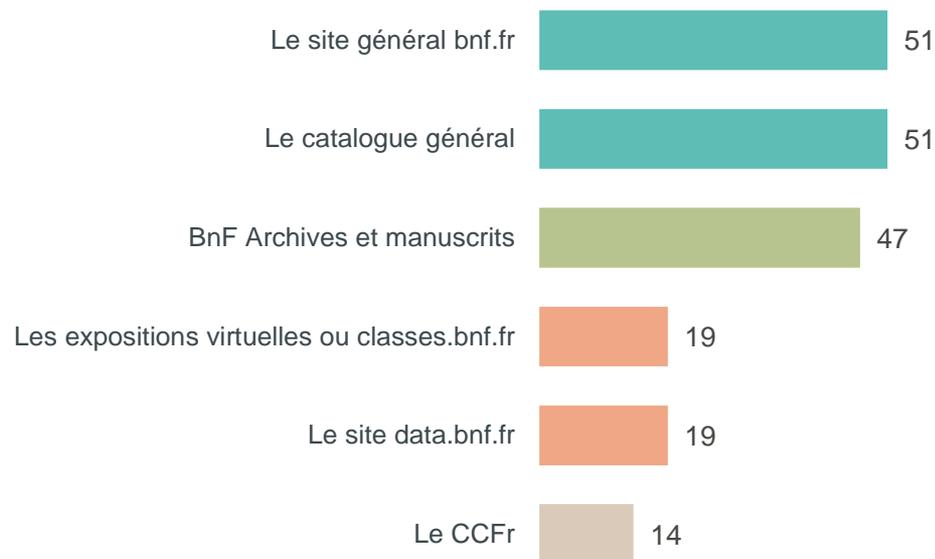
## Fréquentation d'autres sites internet de la BnF

Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des répondants



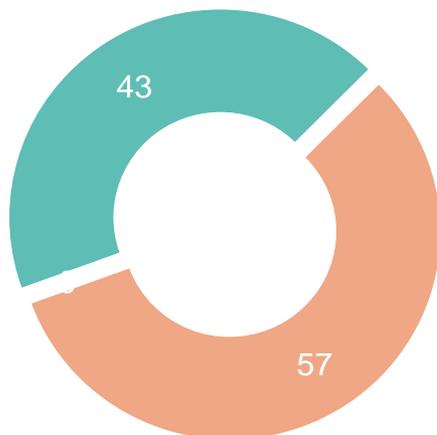
## Sites internet de la BnF visités

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Répondants visitant d'autres sites internet



## Nombre d'ordinateurs fixes ou portables

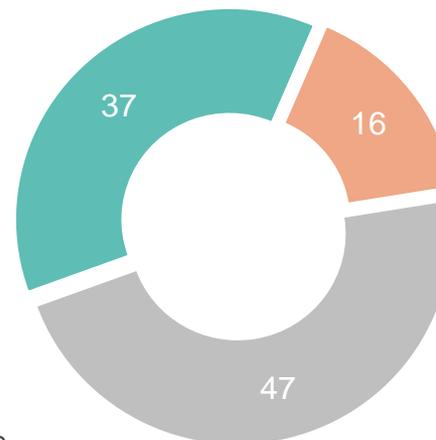
Résultats en %, Total = 100  
Base : Répondants hors usage métier



■ Un ■ Deux ou plus ■ Aucun

## Nombre de tablettes tactiles

Résultats en %, Total = 100  
Base : Répondants hors usage métier



## « Avez-vous un téléphone mobile vous permettant d'aller sur internet ? »

Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes



■ Oui ■ Non



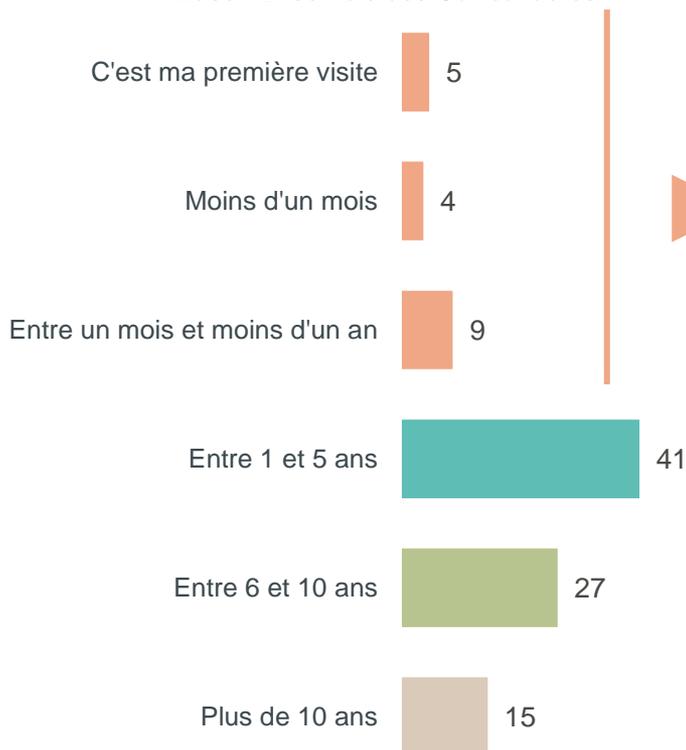
## Partie 3

---

# Usage de Gallica

## Ancienneté de consultation

Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes



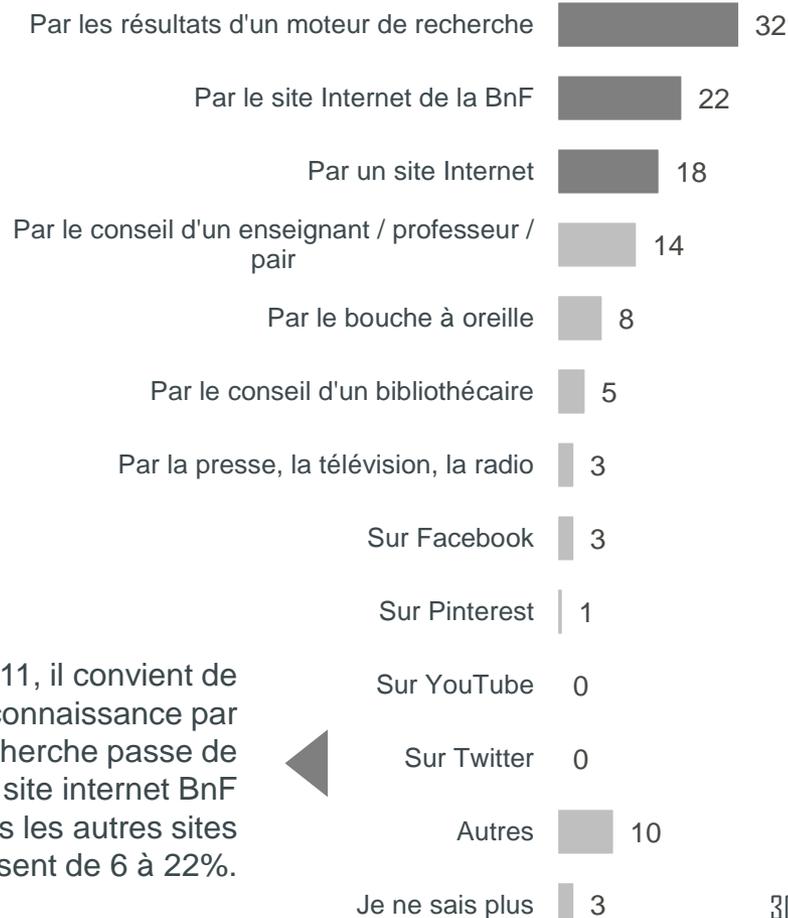
**Gallicanautes  
venant depuis  
moins d'un an**

18%

► La croissance du trafic entre 2011 et 2016 se traduit par une forte proportion de Gallicanautes avec une ancienneté de 1 à 5 ans

## Connaissance de Gallica

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Gallicanautes venant depuis moins d'un an



Par rapport à 2011, il convient de noter que la connaissance par moteur de recherche passe de 37% à 32%. Le site internet BnF reste stable, mais les autres sites internet passent de 6 à 22%.

## Ancienneté de consultation Evolution 2011 / 2016

	2011		2016		Evolution	
	Visiteurs uniques mensuels	%	Visiteurs uniques mensuels	%	Nb de visiteurs	en structure
Moins d'un mois	18 400	<b>4%</b>	51 500	<b>9%</b>	+180%	+4%
Entre un mois et moins d'un an	42 800	<b>10%</b>	52 300	<b>9%</b>	+20%	-1%
Entre 1 et 5 ans	231 400	<b>54%</b>	240 100	<b>41%</b>	+5%	-13%
Entre 6 et 10 ans	102 200	<b>24%</b>	157 000	<b>27%</b>	+55%	+3%
Plus de 10 ans	36 800	<b>9%</b>	88 700	<b>15%</b>	+140%	+7%
<b>Total</b>	<b>431 600</b>	<b>100%</b>	<b>589 600</b>	<b>100%</b>	<b>+35%</b>	

En vert donnée Xiti, en gras, résultats d'enquête, en caractère normal résultats déduits (cf annexe 2)

Base : Ensemble des Gallicanautes

Estimation pour 2011  
pour recomposition des  
tranches (1/3 – 2/3  
tranche 2)

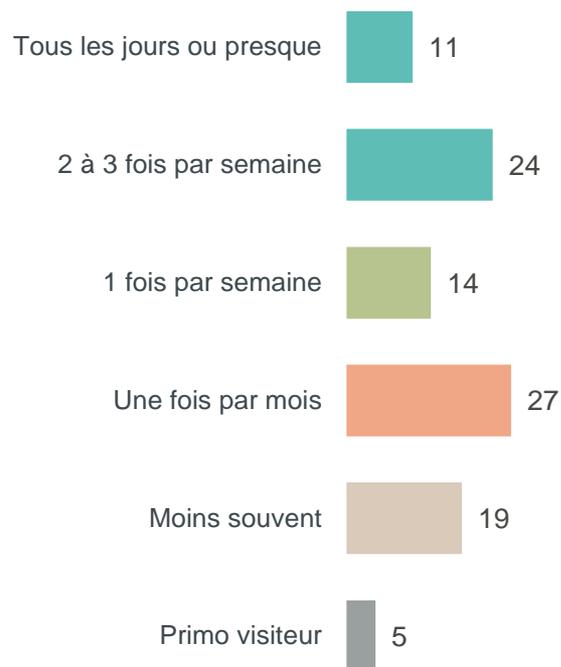
- Disposant d'une estimation des volumes de Gallicanautes en 2011 et 2016 selon leur ancienneté, on peut chercher à passer de l'un à l'autre en paramétrant les taux d'abandon de Gallica et les taux d'acquisition de nouveaux visiteurs.
- Difficulté à faire converger les résultats, la meilleure convergence s'observe avec un **taux de perte annuelle compris entre 10% et 15% et un taux annuel de nouveaux visiteurs de 16% à 21%**. Cette « modélisation empirique » semble indiquer que **le taux de nouveaux visiteurs doit être supérieur de 6 points au taux de perte** pour assurer à la fois la progression du nombre de Gallicanautes et la part des Gallicanautes venant depuis plus de 10 ans.



# Fréquence de consultation de Gallica

## Répartition des Gallicanautes selon la fréquence de consultation

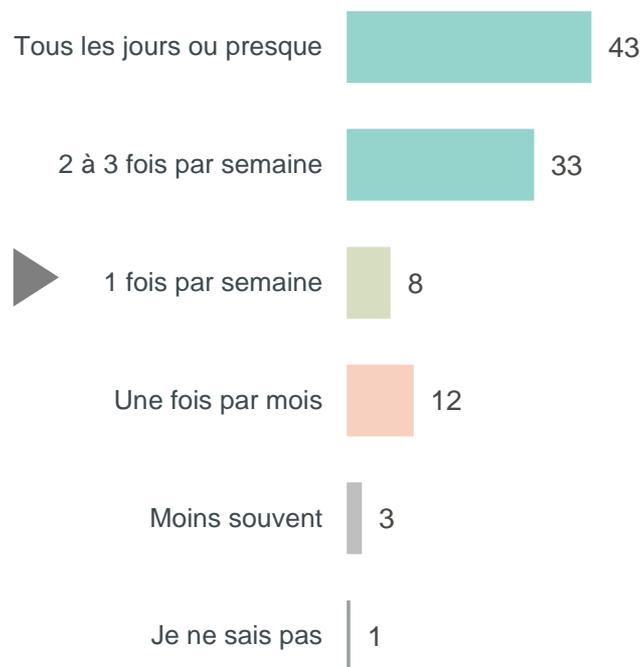
Résultats en %, Total = 100



Estimation  
de la  
fréquence  
moyenne  
mensuelle  
**7,9**

## Répartition des visites selon la fréquence de consultation

Résultats en %, Total = 100



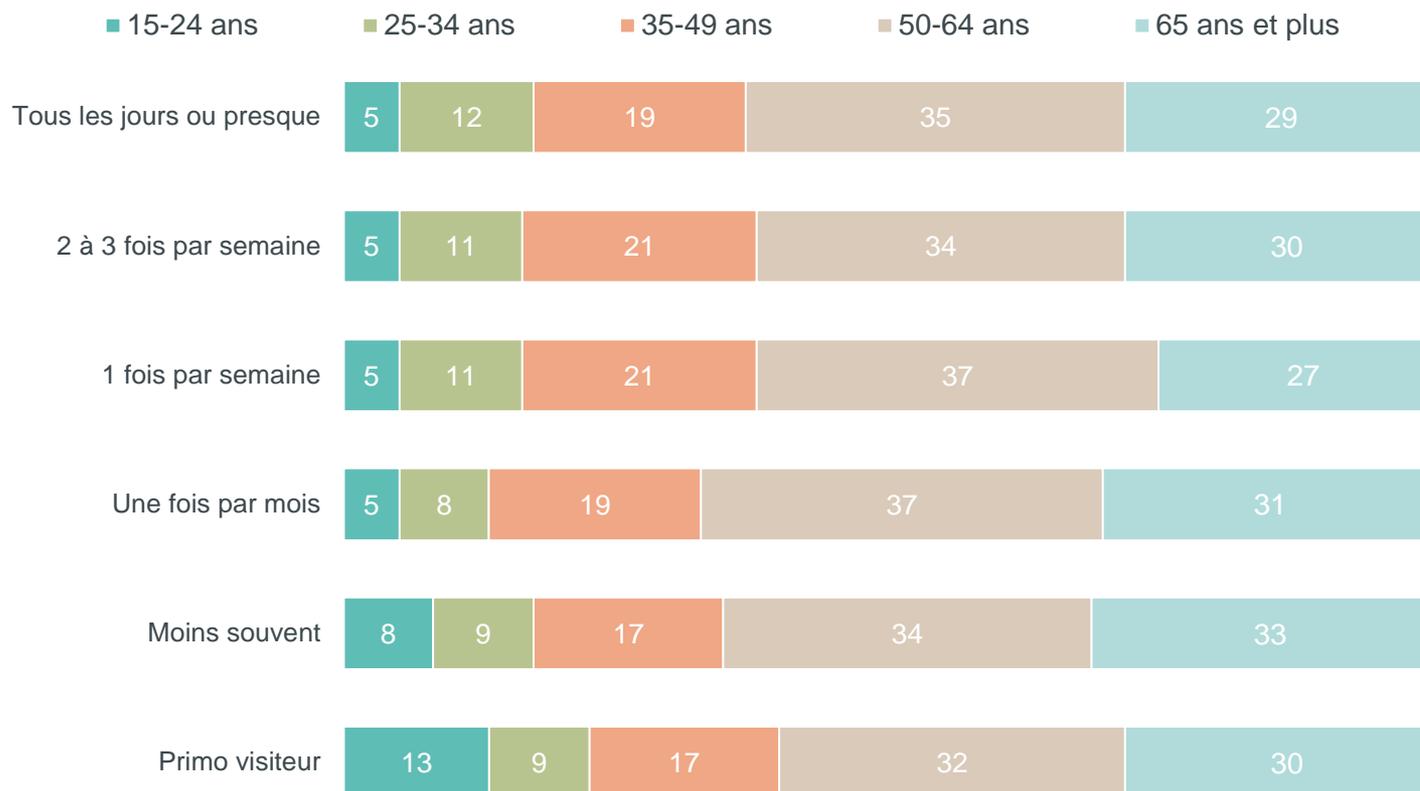
**35%** des Gallicanautes **concentrent 76%** des visites sur Gallica.

Les personnes déclarant venir sur Gallica tous les jours ou presque concentrent 43% des visites.

Le passage de la répartition des Gallicanautes à la répartition des visites s'effectue simplement par la multiplication par le nombre moyen de visites de chaque catégorie. Hors non répondants, on passe ainsi de 7 250 Gallicanautes à 57 300 visites mensuelles.

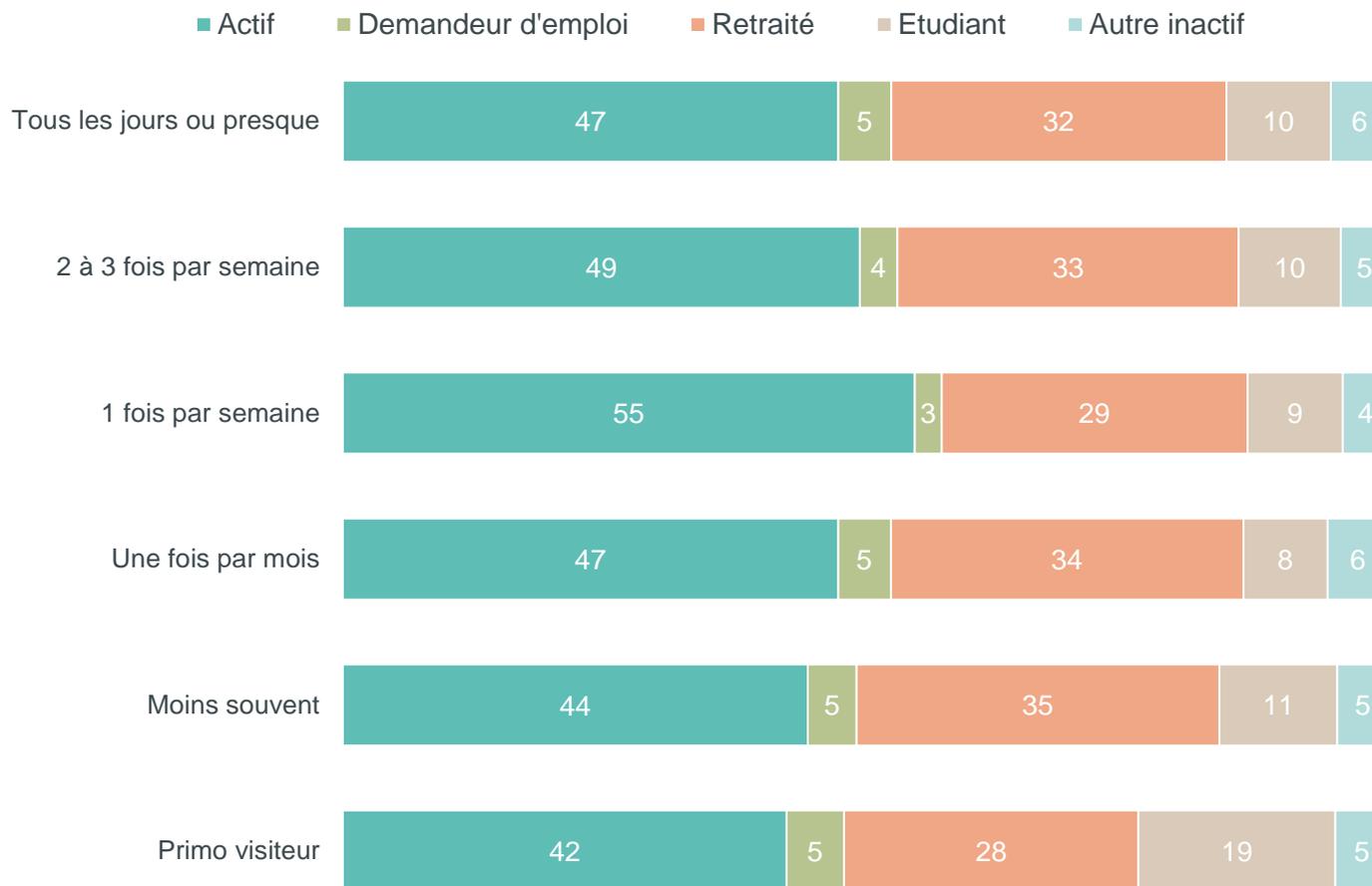
## Fréquence de consultation de Gallica selon l'âge

Réponses en %, Total = 100



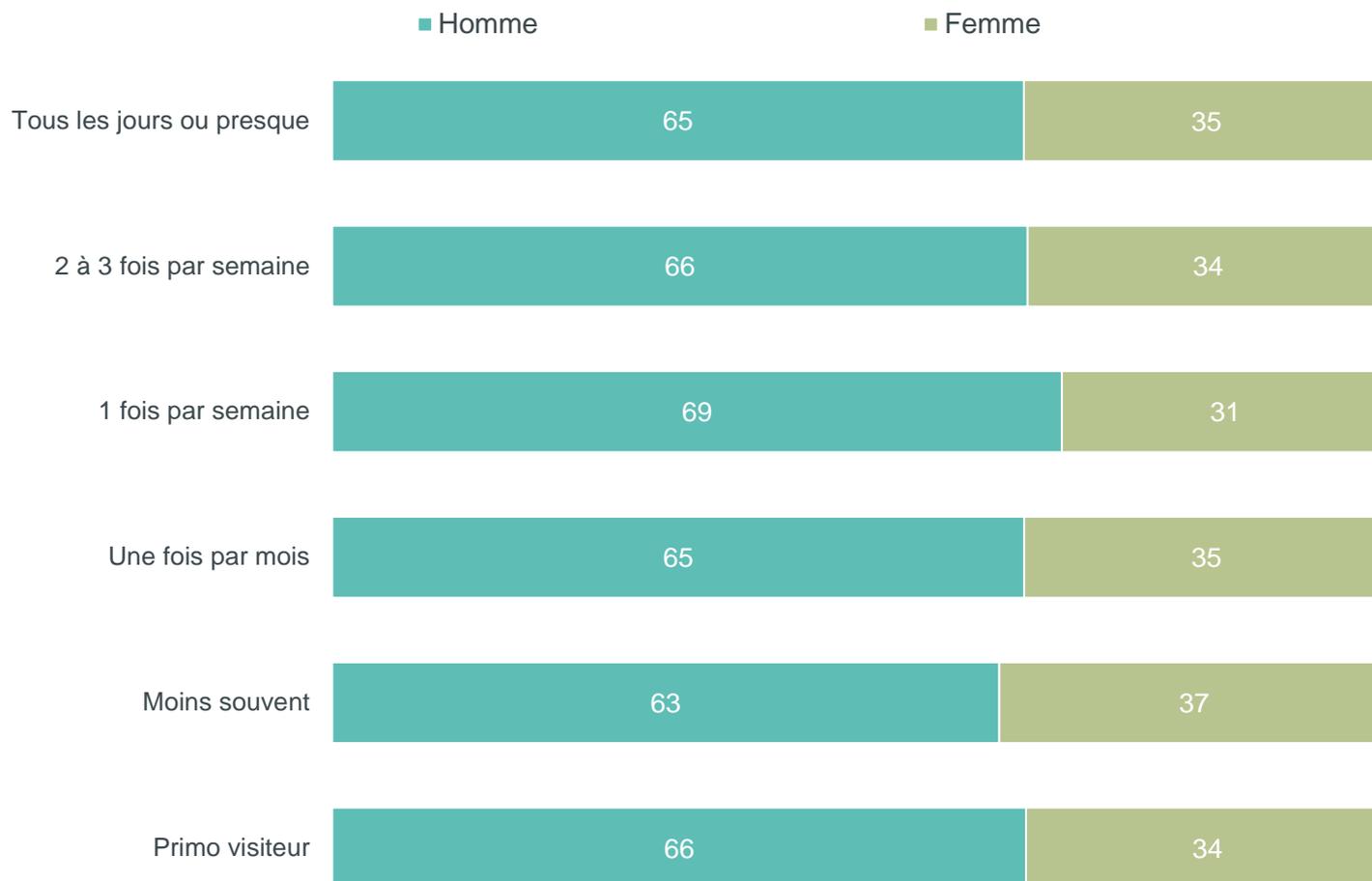
## Motif de consultation de Gallica selon statut professionnel

Réponses en %, Total = 100



## Fréquence de consultation de Gallica selon sexe

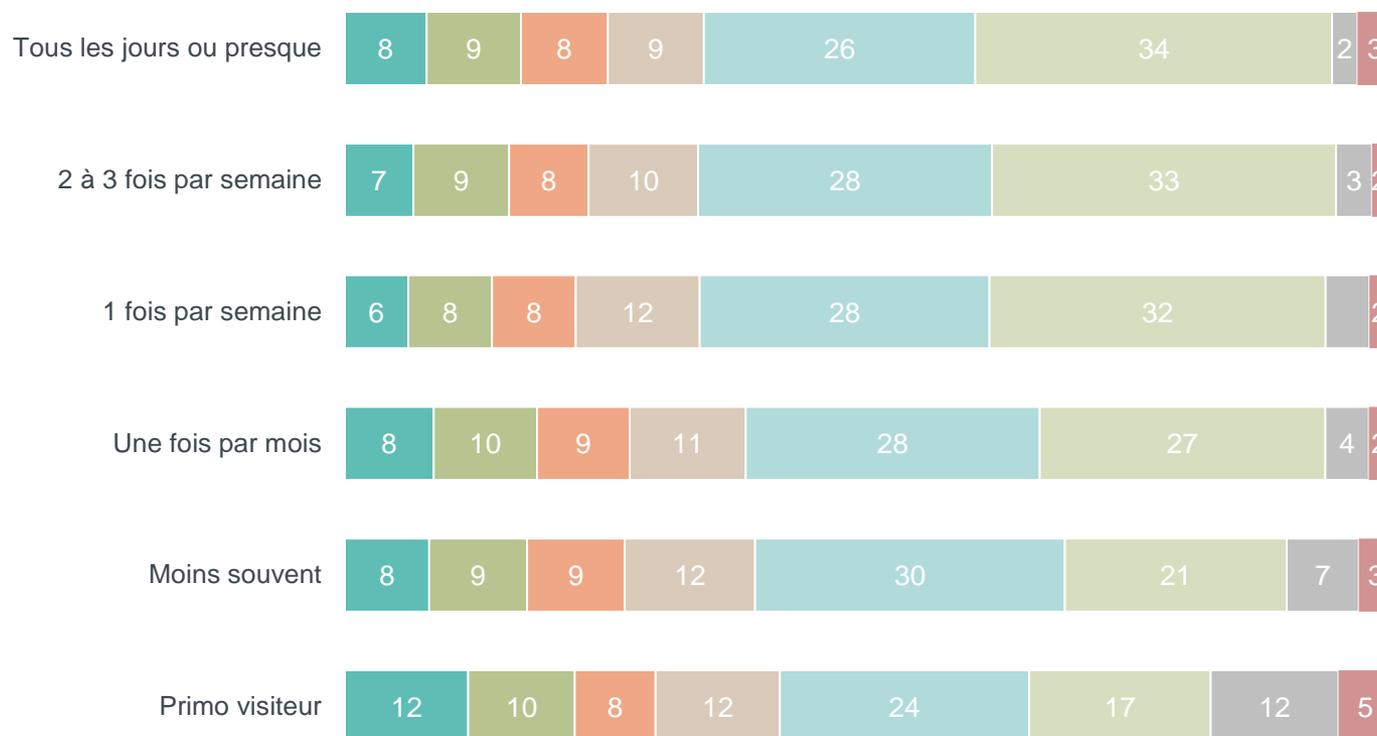
Réponses en %, Total = 100



## Fréquence de consultation de Gallica selon niveau d'études

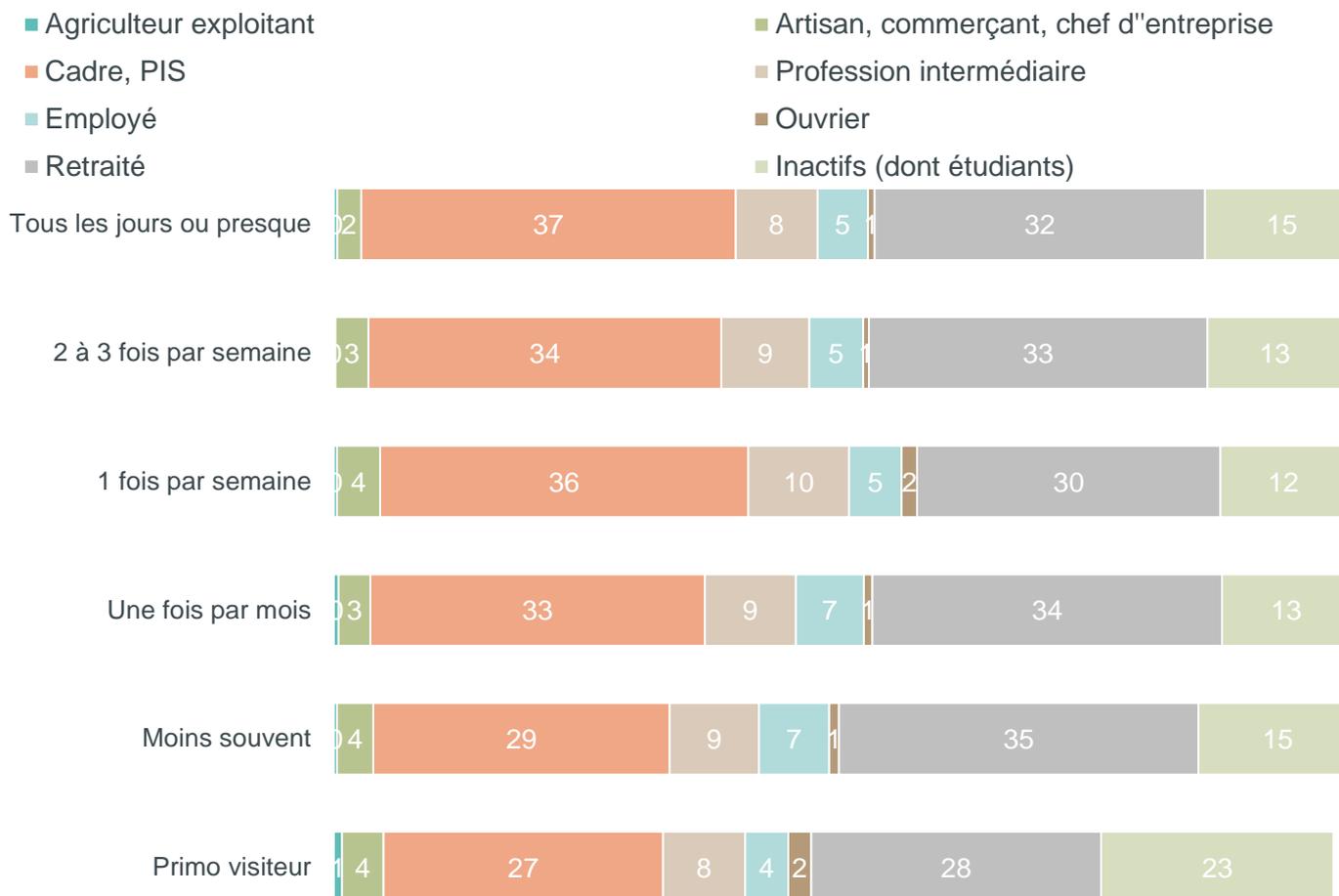
Réponses en %, Total = 100

- CAP/BEP      ■ Bac      ■ Bac +2/BTS      ■ Bac +3/Licence
- Bac +4, +5/ Master      ■ Bac+6 et plus      ■ Formation en cours      ■ Pas de diplôme



## fréquence de consultation de Gallica selon catégorie socioprofessionnelle

Réponses en %, Total = 100



## Fréquence de consultation, évolution 2011 / 2016

	2011		2016		Evolution	
	Visiteurs uniques mensuels	%	Visiteurs uniques mensuels	%	Nb de visiteurs	en structure
Tous les jours ou presque	30 300	<b>7%</b>	64 600	<b>11%</b>	+115%	+4%
2 à 3 fois par semaine	135 100	<b>31%</b>	141 300	<b>24%</b>	+5%	-7%
1 fois par semaine	53 700	<b>12%</b>	83 400	<b>14%</b>	+55%	+2%
Une fois par mois	120 300	<b>28%</b>	158 400	<b>27%</b>	+30%	-1%
Moins souvent	79 600	<b>18%</b>	112 200	<b>19%</b>	+40%	+1%
Primo visiteur	14 700	<b>3%</b>	29 700	<b>5%</b>	+100%	+2%
Total	<b>433 700</b>	<b>100%</b>	<b>589 600</b>	<b>100%</b>	+35%	

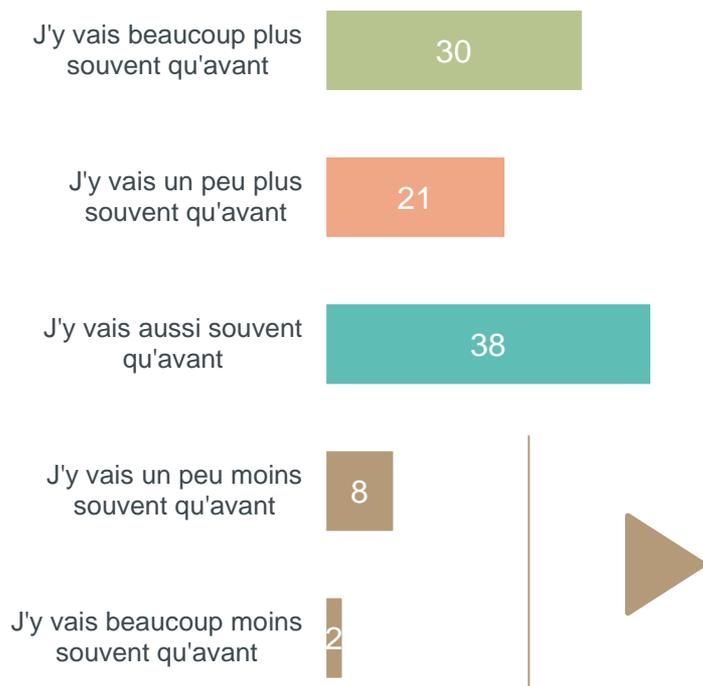
En vert donnée Xiti, en gras, résultats d'enquête, en caractère normal résultats déduits (cf annexe 2)

Base : Ensemble des Gallicanautes

- On note **une stabilité du rythme de fréquentation entre 2011 et 2016** : la moyenne estimée du rythme hebdomadaire était de 1,38 en 2011, elle est de 1,42 en 2016.
- **Les progressions observées entre 2011 et 2015 (2016) du nombre de visites sur le site sont bien le fait de la conquête de nouveaux Gallicanautes et non pas l'augmentation du rythme de fréquentation ....**
- .... contrairement à ce que donnent les réponses directes des Gallicanautes venant depuis au moins un an (page suivante) biais de perception positif signe de l'attachement à Gallica.

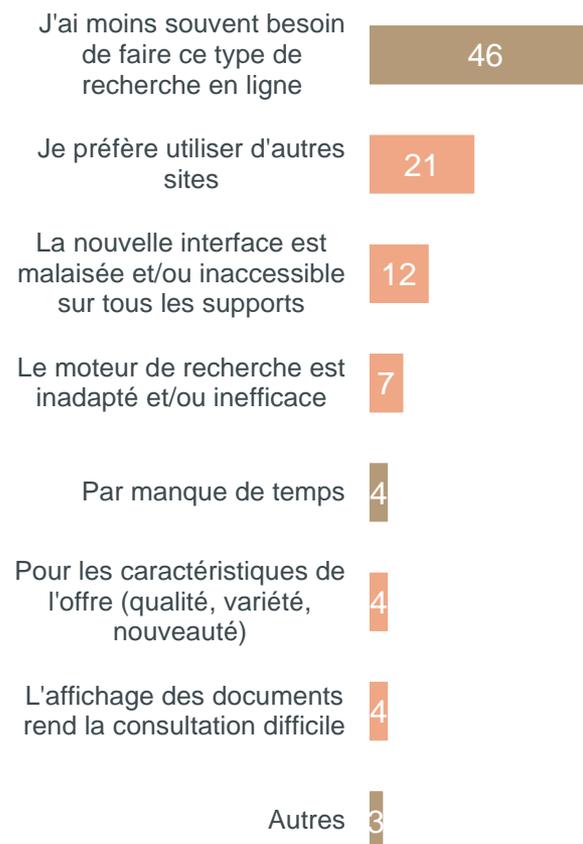
## Evolution de la fréquentation

Résultats en %, Total = 100  
Base : Répondants venant depuis au moins un an



## Principale raison de la baisse du rythme de fréquentation

Résultats en %  
Base : Répondants venant moins qu'avant



Les réponses liées directement ou indirectement à Gallica (en orange dans le graphique) représentent **5%** de l'ensemble des Gallicanautes venant depuis au moins un an.

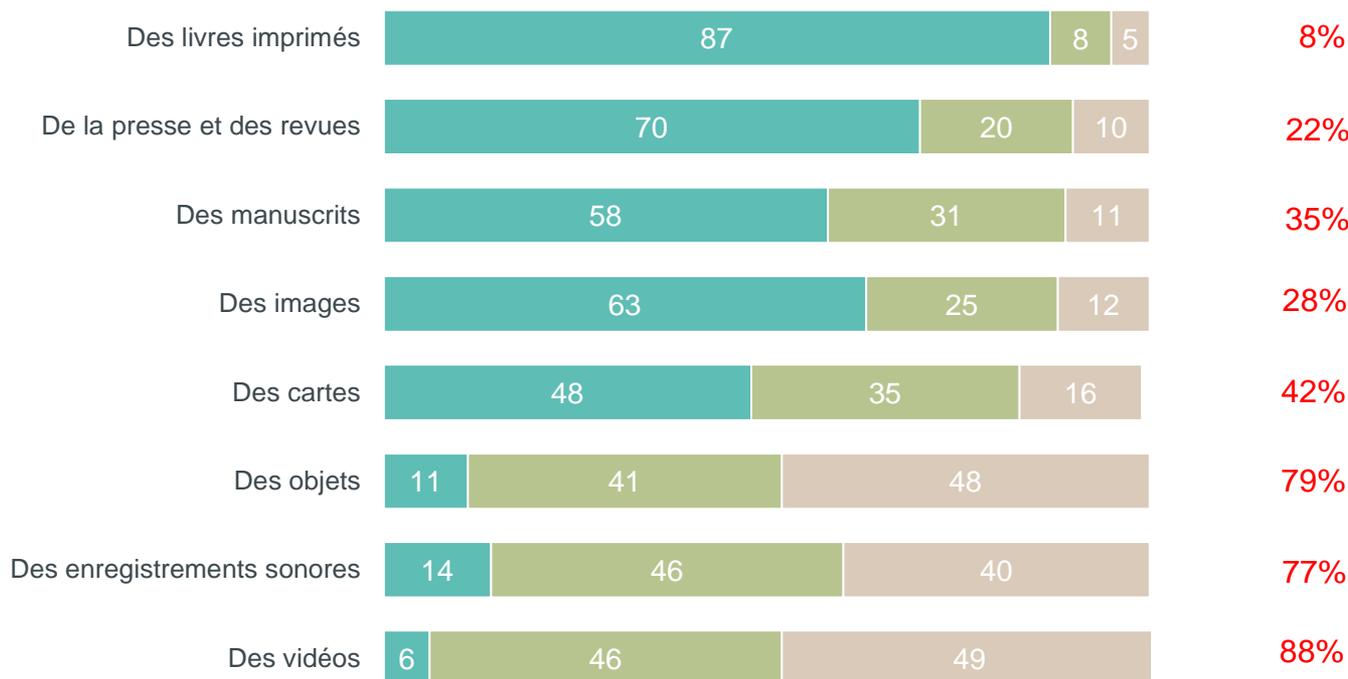
# Connaissance et consultation des documents proposés par Gallica

« Gallica propose ces différents types de documents.  
Le saviez-vous et si oui en avez-vous déjà consulté ? »

Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes

■ J'en ai déjà consulté    ■ Je le savais mais je n'en ai pas consulté    ■ Je ne le savais pas

Taux de non-usage par types  
chez les Gallicanautes  
qui en connaissent l'existence



Des livres imprimés, de la presse, des revues, des manuscrits ou autres documents appartenant à des bibliothèques partenaires



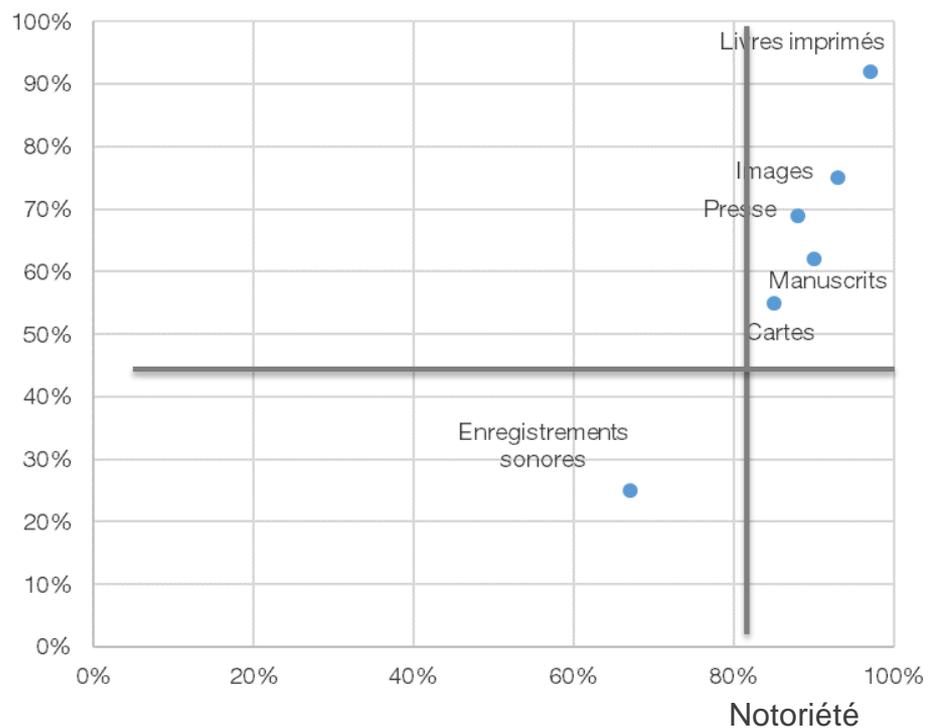
## Comparaison des situations de 2011 et 2016

	Notoriété			Usage			Usage parmi les personnes qui connaissent		
	2011	2016	Evol	2011	2016	Evol	2011	2016	Evol
Livres imprimés	97%	95%	-2	89%	87%	-2	92%	92%	0
Presse et revues	88%	90%	+2	61%	70%	+9	69%	78%	+9
Manuscrits	90%	89%	-1	56%	58%	+2	62%	65%	+3
Images	93%	88%	-5	70%	63%	-7	75%	72%	-3
Cartes	85%	83%	-2	47%	48%	+1	55%	58%	+3
Objets		52%			11%			21%	
Enregist. sonores	67%	60%	-7	17%	14%	-3	25%	23%	-2
Vidéos		52%			6%			12%	

- On observe globalement une grande similitude des résultats 2016 par rapport à ceux de 2011. La presse et les revues connaissent cependant une augmentation sensible de leur usage.
- La progression du nombre de visiteurs semble cependant s'être traduite par une légère érosion de la notoriété de certaines offres (images et enregistrements sonores) avec mécaniquement une baisse de l'usage.
- En raisonnant sur la seule base de Gallicanautes qui connaissent les offres, le taux d'usage est stable ou en progression.

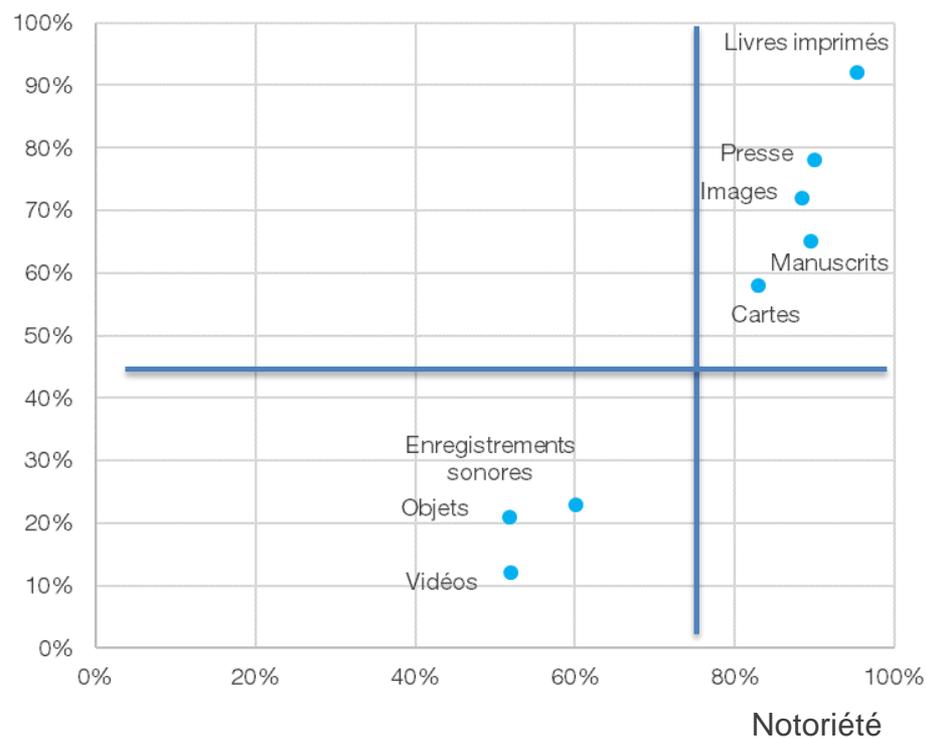
## Situation 2011

Usage



## Situation 2016

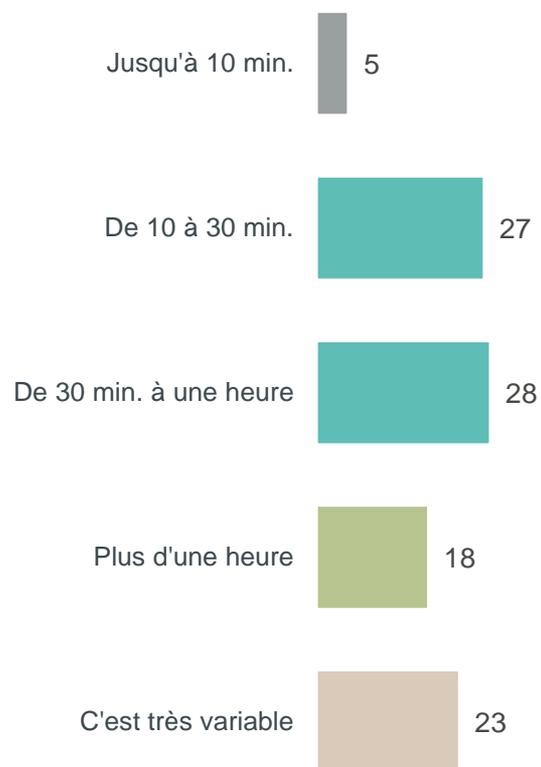
Usage



Le taux d'usage est calculé parmi les personnes connaissant l'offre

## Durée habituelle des visites

Résultats en %, Total = 100



## Durée habituelle des visites, évolution 2011 / 2016

	2011		2016		Evolution	
	Visiteurs uniques mensuels	%	Visiteurs uniques mensuels	%	Nb de visiteurs	en structure
Jusqu'à 10 min.	17 200	<b>4%</b>	29 500	<b>5%</b>	+70%	+1%
De 10 à 30 min.	125 200	<b>29%</b>	159 200	<b>27%</b>	+25%	-2%
De 30 min. à une heure	112 200	<b>26%</b>	165 100	<b>28%</b>	+45%	+2%
Plus d'une heure	82 000	<b>19%</b>	106 100	<b>18%</b>	+30%	-1%
C'est très variable	95 000	<b>22%</b>	135 600	<b>23%</b>	+45%	+1%
Total	<b>431 600</b>	<b>100%</b>	<b>595 500</b>	<b>100%</b>	+35%	

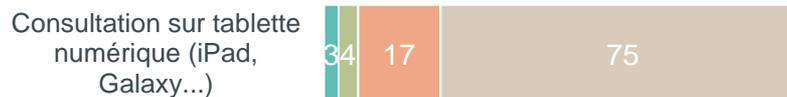
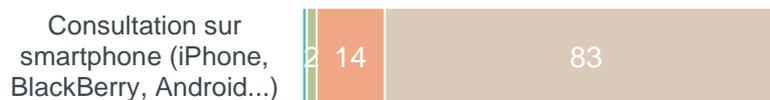
En vert donnée Xiti, en gras, résultats d'enquête, en caractère normal résultats déduits (cf annexe 2)

Base : Ensemble des Gallicanautes

- La durée des visites mesurée en 2011 puis 2016 montre une réelle stabilité.

## « Sur quel(s) support(s) consultez-vous Gallica ? »

■ A chaque fois ou presque ■ Souvent ■ Occasionnellement ■ Jamais



## Répartition des visiteurs

Résultats en %, Total = 100

Base : Ensemble des Gallicanautes

A partir d'hypothèses sur les rythmes de fréquentation (cf. annexes) , il est possible de traduire ces réponses en nombre de visites :

## « Sur quel(s) support(s) consultez-vous Gallica ? »

### Estimation de répartition des visites selon le mode de consultation

Résultats en %, Total = 100

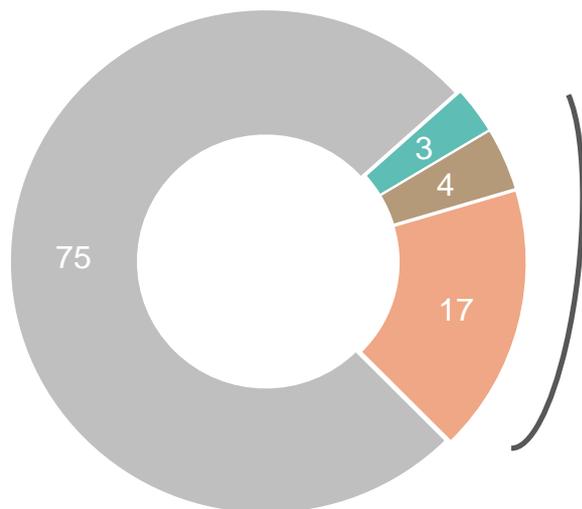


■ Consultation sur ordinateur ■ Consultation sur tablette numérique ■ Consultation sur smartphone

Les données Xiti d'octobre 2016 indiquent que 13% des visites se font sur smartphone et 6% tablettes. Une partie de cet écart peut provenir des éventuels Gallicanautes mono-smartphone.

## Fréquence de consultation de Gallica sur tablette

Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes



25% des Gallicanautes ont déjà consulté Gallica sur tablette

## Modalités de consultation de Gallica sur tablette

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Répondants consultant Gallica sur tablette

Par le site web « classique » 75

Par l'application Gallica pour smartphone ou tablette 25

Je ne sais pas 7

Application Gallica

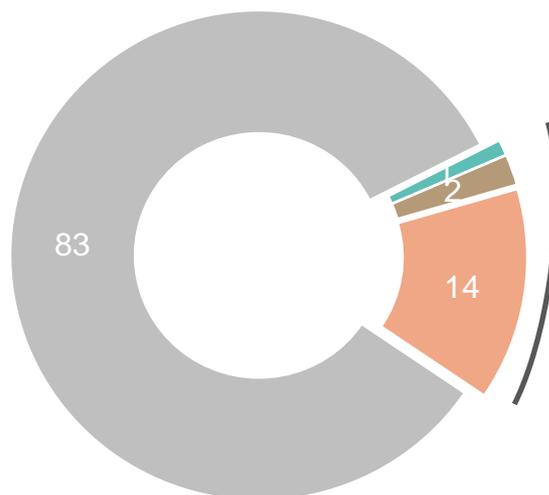
Site classique Gallica



- A chaque fois ou presque
- Souvent
- Occasionnellement
- Jamais

## Fréquence de consultation de Gallica sur smartphone

Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes

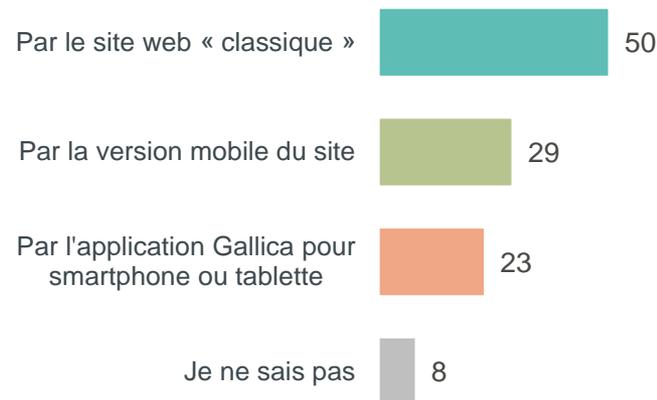


17% des Gallicanautes ont déjà consulté Gallica sur smartphone

- A chaque fois ou presque
- Souvent
- Occasionnellement
- Jamais

## Modalités de consultation de Gallica sur smartphone

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Répondants consultant Gallica sur smartphone



Site classique Gallica



Version mobile du site Gallica

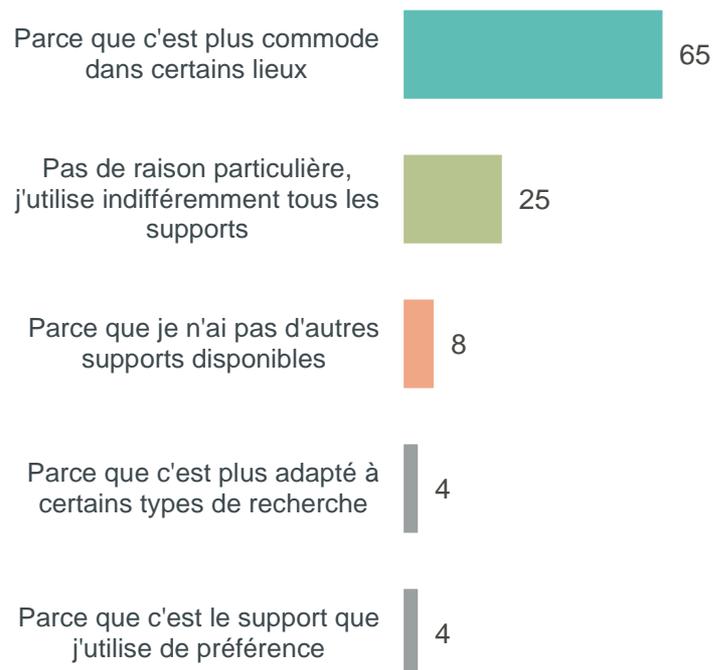


Application Gallica



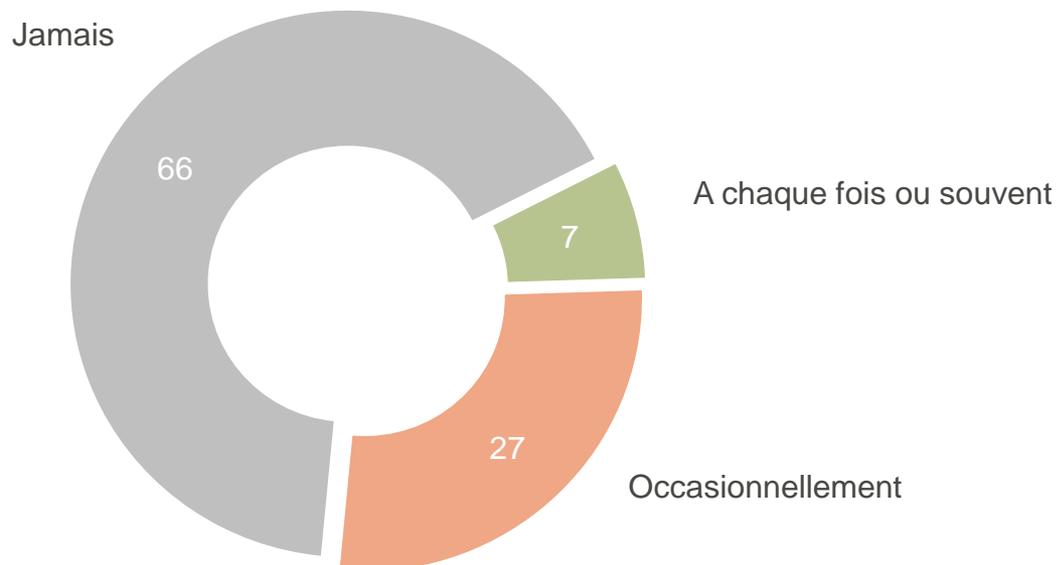
### Raisons de la consultation de Gallica sur smartphone

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Répondants consultant Gallica sur smartphone



### Consultation de Gallica sur support mobile (smartphone ou tablette)

Résultats en %, Total = 100



En croisant les pratiques sur smartphone et sur tablette, on note que

### un tiers

des répondants consulte Gallica au moins occasionnellement sur support mobile.

Cet usage est cependant ponctuel, seuls 7% des répondants utilisent un support mobile souvent ou à chaque fois.



## Partie 4

---

# Contexte de consultation

## « Utilisez-vous Gallica principalement pour... »

Estimation de la répartition des domaines d'utilisation de Gallica

Répartition des visites (cf. annexes)

Résultats en %, Total = 100



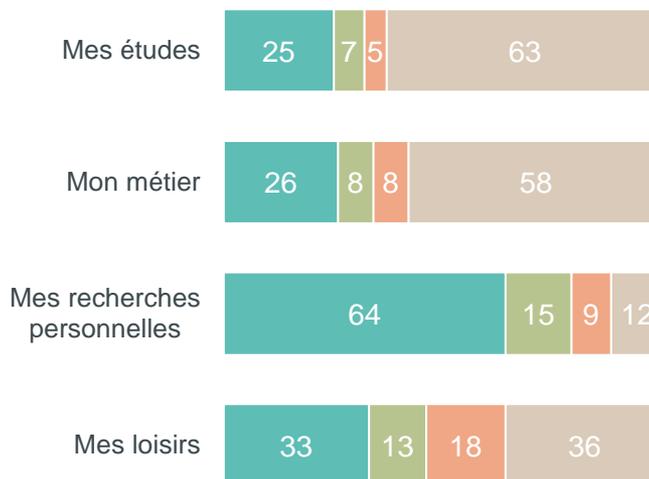
■ A chaque fois ou presque ■ Souvent ■ Occasionnellement ■ Jamais

### Répartition des visiteurs

Résultats en %, Total = 100

Les réponses « Autres » correspondent à des modalités suggérées et ont été assimilées à celles-ci

L'annexe donne les croisements des motifs de consultation



■ En raison de formulations très différentes, la comparaison avec 2011 est difficile. On peut penser que les réponses « études » et « métiers » sont stables, avec une montée en puissance d'environ 15 points des « recherches personnelles »

## « Utilisez-vous Gallica principalement pour... »

### Estimation de la répartition des visites des domaines d'utilisation de Gallica

Résultats en %, Total = 100

#### Estimation de la répartition des motifs d'utilisation de Gallica (répartition des visites)

	Statut professionnel actuel					Total
	En activité professionnelle	Demandeur d'emploi	Retraité	Etudiant	Autre inactif	
Mes études	14%	13%	6%	<b>48%</b>	11%	15%
Mon métier	29%	11%	5%	18%	14%	19%
Mes recherches personnelles	<b>37%</b>	<b>47%</b>	<b>63%</b>	22%	<b>53%</b>	<b>45%</b>
Mes loisirs	19%	29%	26%	12%	22%	21%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Base : Ensemble des visites des répondants - Résultats intégrant les fréquences des motifs évoqués

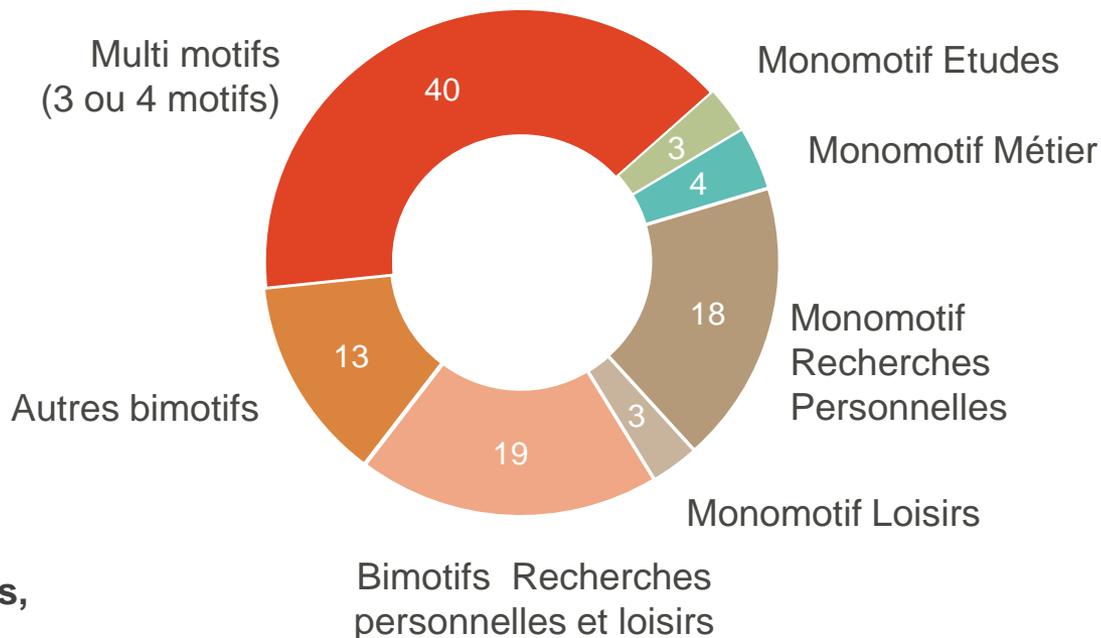
Les réponses « Autres » correspondent à des modalités suggérées et ont été assimilées à celles-ci



Si ces croisements montrent quelques résultats étonnants (par exemple chez les inactifs, 14% de visites pour leur métier), ils mettent surtout en évidence la multiplicité des motifs, y compris pour un profil donné.

### « Utilisez-vous Gallica principalement pour... »

Résultats en %, Total = 100  
analyse des visiteurs



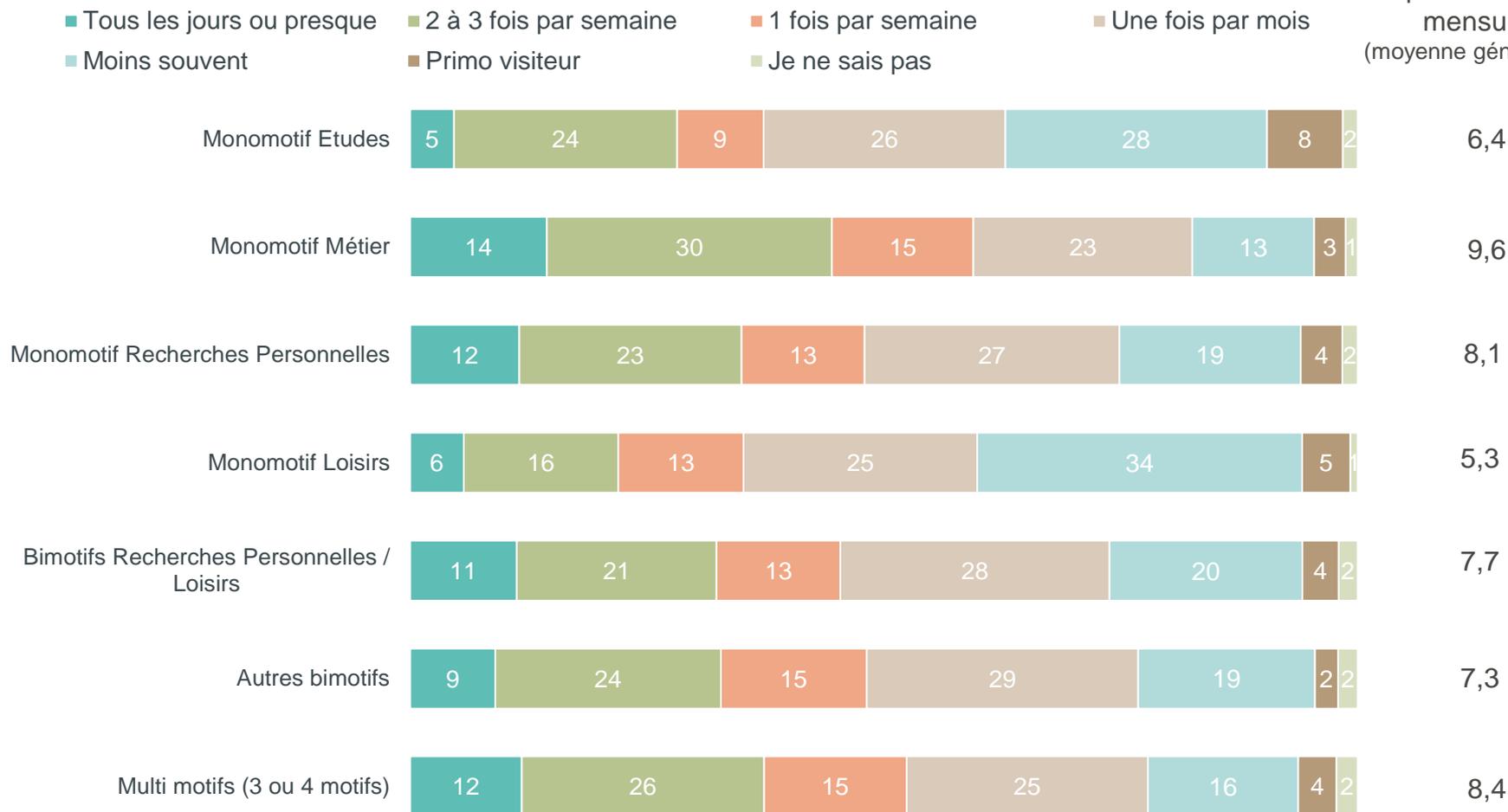
- **Les croisements des motifs montrent un nombre important de configurations qui peuvent être synthétisées en 7 profils**  
(Le calcul de la typologie est décrit en annexe, avec par exemple une définition des « monomotifs »)
- **Le poids de chaque groupe exprimé en nombre de visites étant équivalent à son poids en nombre de visiteurs, seule la répartition de cette dernière est ici présentée.**
- **En 2011 les « monomotifs recherches personnelles » représentaient 18% des Gallicanautes, soit la même proportion qu'en 2016.**
- **Toujours en 2011, le cumul monomotif Etude / monomotif Métier représentaient 24% des Gallicanautes, contre 7% en 2016. On observe ainsi une forte montée de la part des multi motifs.**
- Nous présentons par après le croisement des motifs avec les données d'usages et de profils.

# Motifs de consultation selon fréquence de consultation

## Motif de consultation de Gallica selon la fréquence de consultation

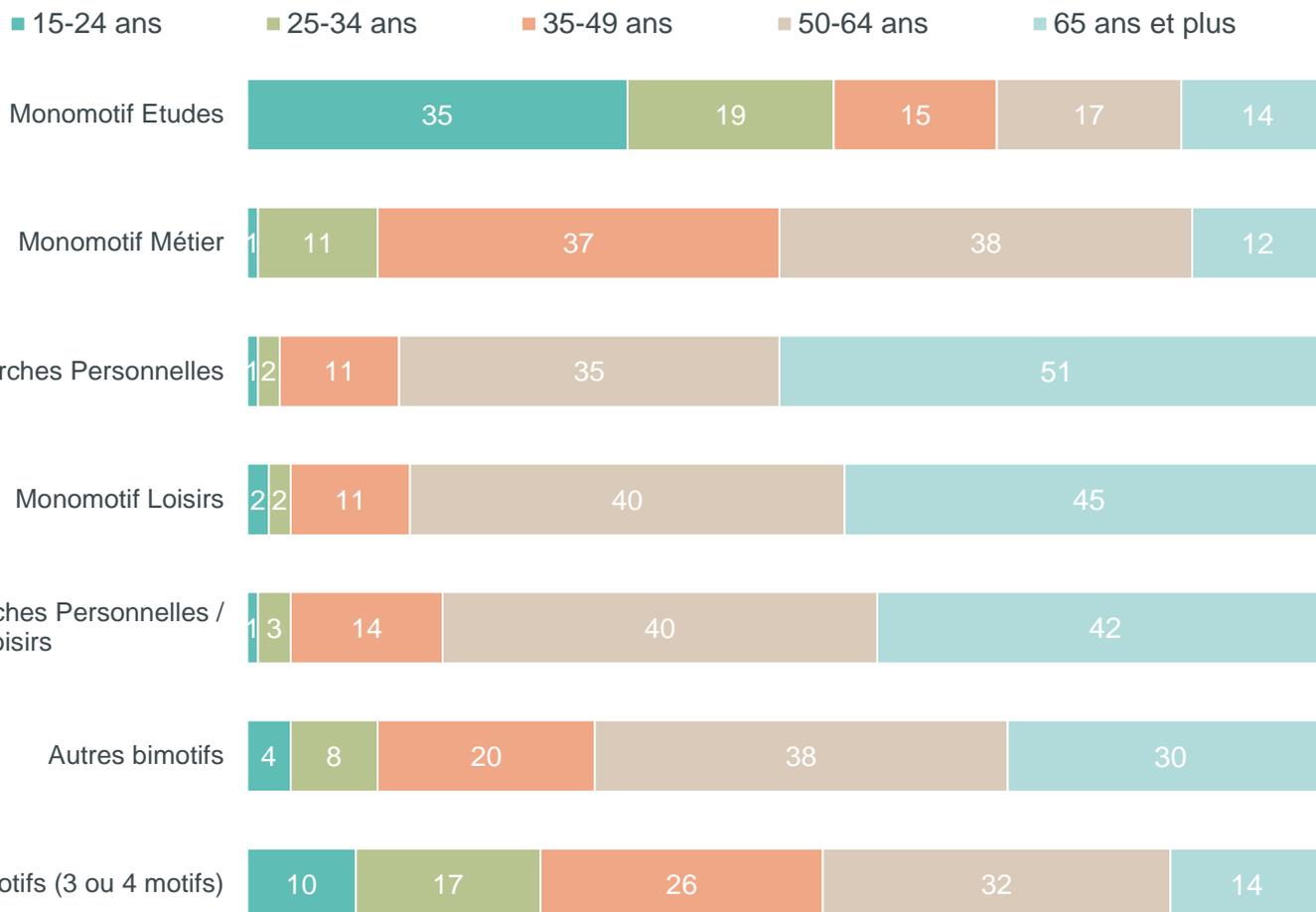
Réponses en %, Total = 100

Estimation de la  
fréquence moyenne  
mensuelle  
(moyenne générale 8,0)



## Motif de consultation de Gallica selon classe d'âge

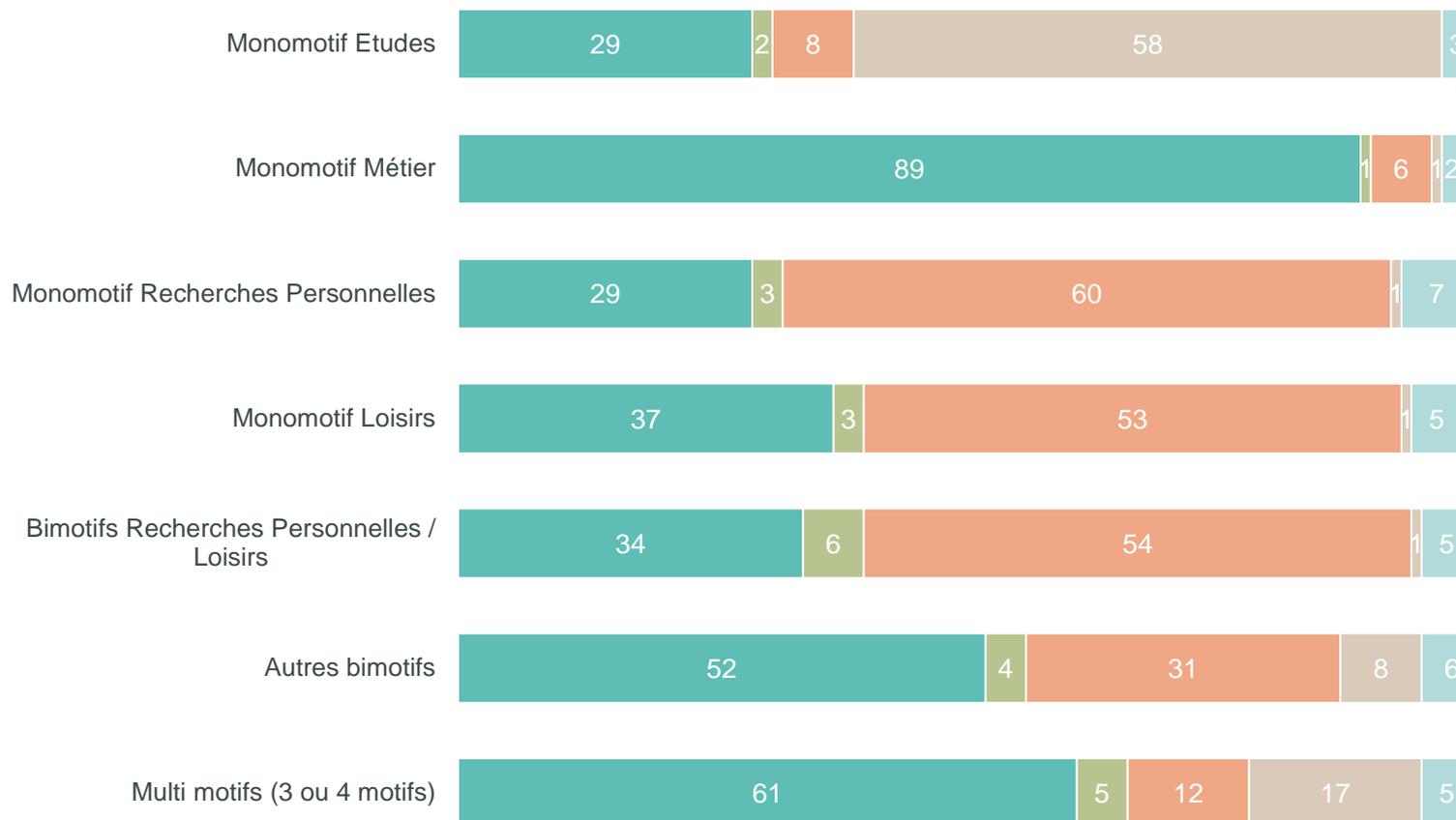
Réponses en %, Total = 100



## Motif de consultation de Gallica selon statut professionnel

Réponses en %, Total = 100

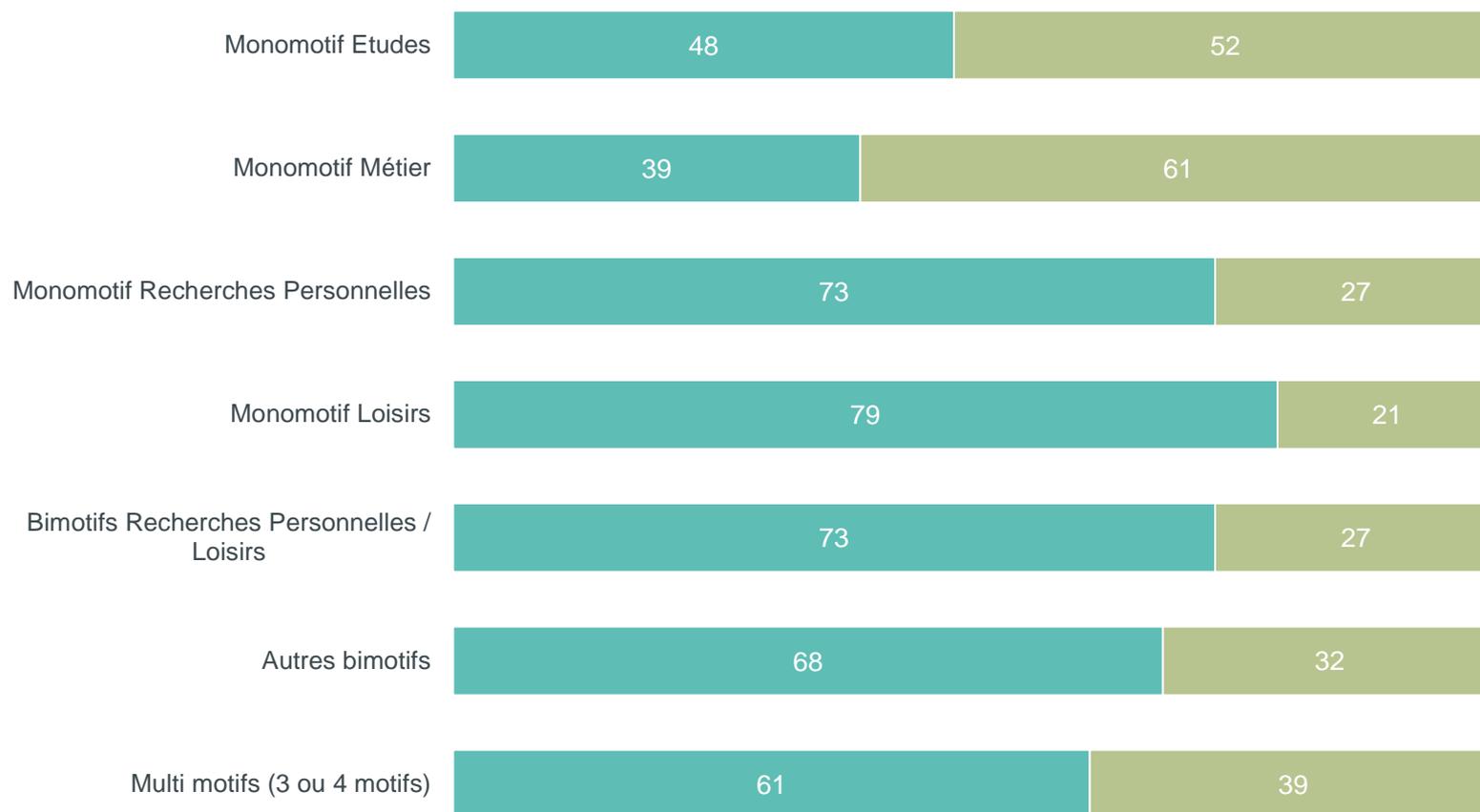
■ En activité professionnelle ■ Demandeur d'emploi ■ Retraité(e) ■ Etudiant ■ Autre inactif



### Motifs de consultation de Gallica selon sexe

Réponses en %, Total = 100

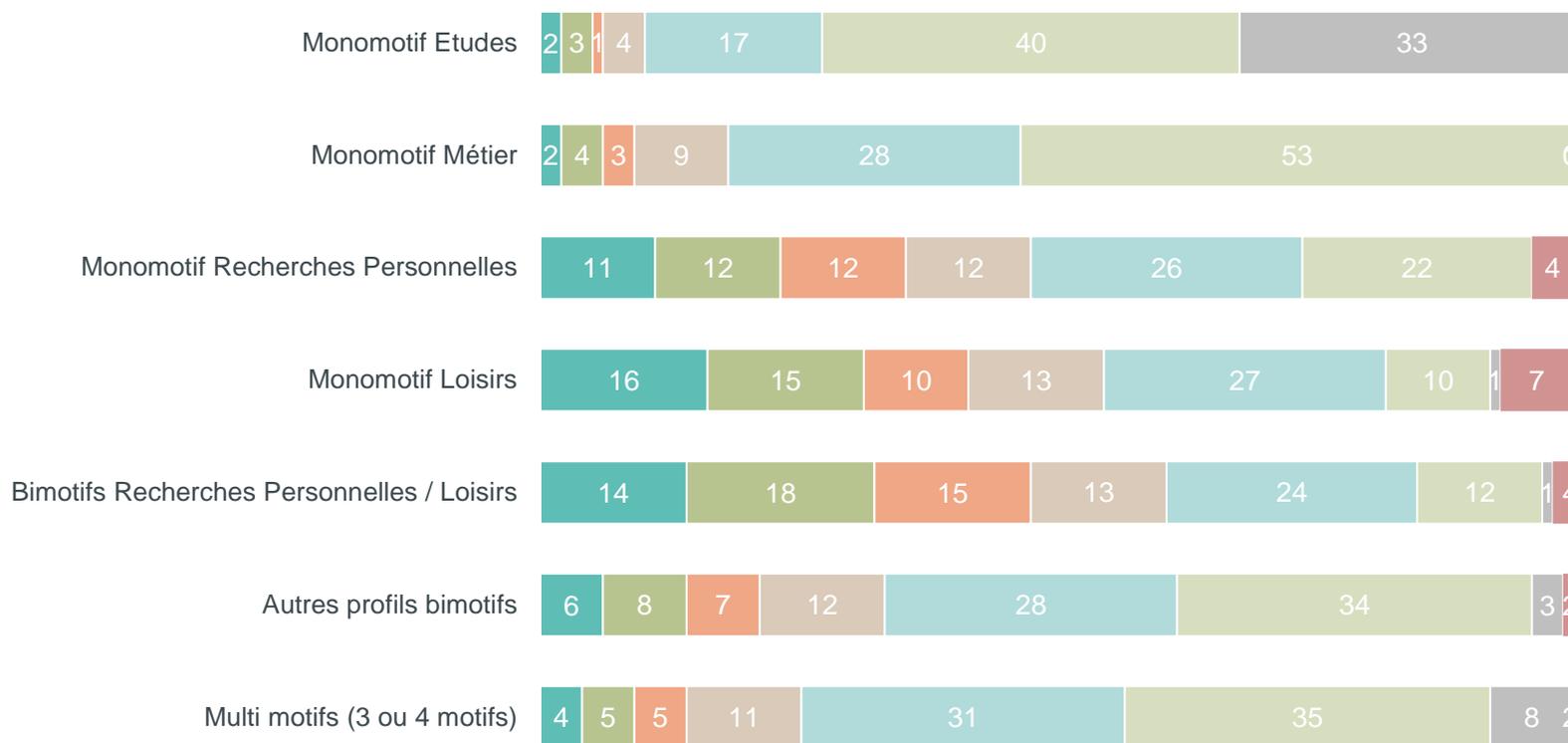
■ Homme ■ Femme



## Motif de consultation de Gallica selon niveau d'études

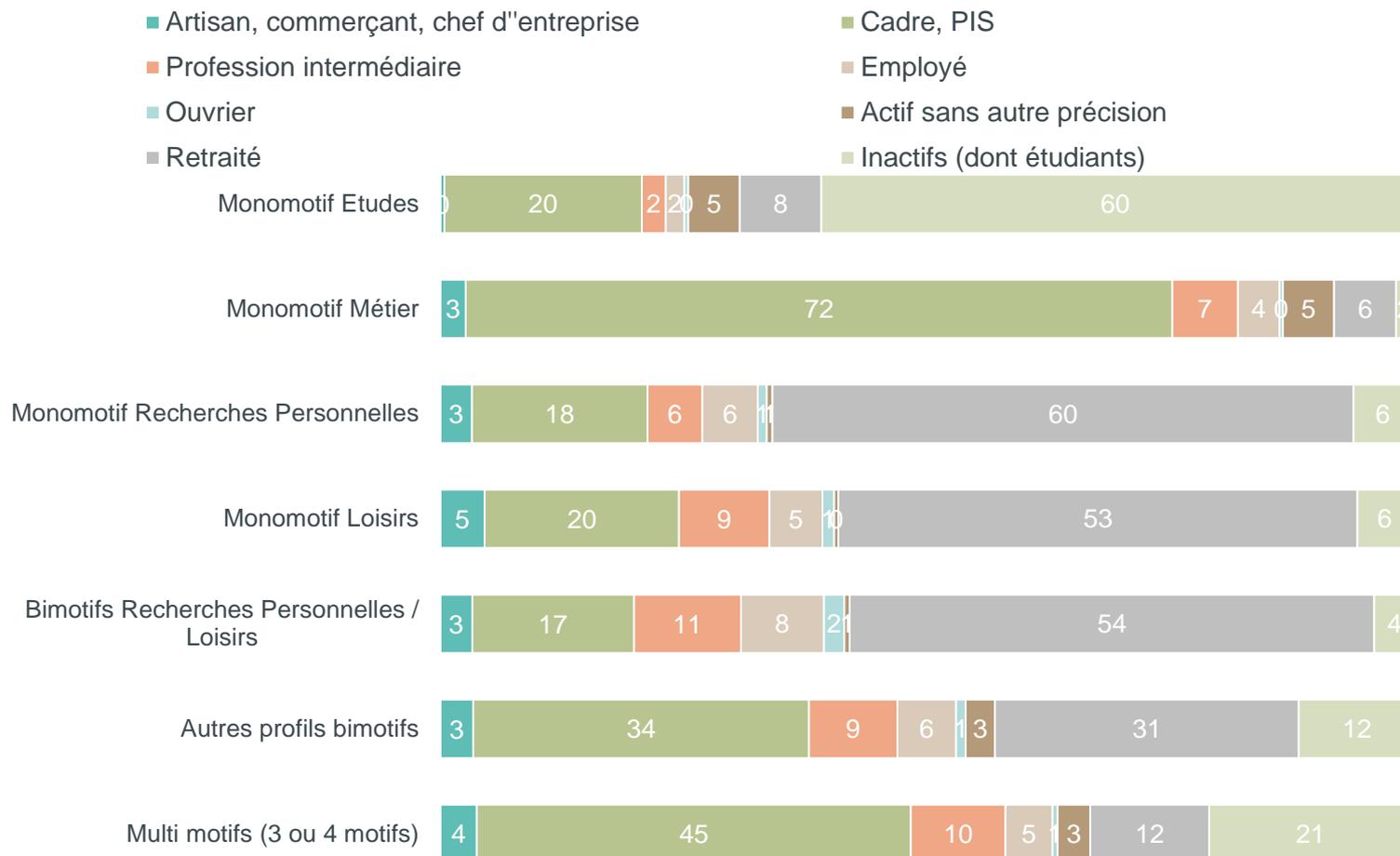
Réponses en %, Total = 100

- CAP/BEP
- Bac
- Bac +2/BTS
- Bac +3/Licence
- Bac +4, +5/ Master
- Bac+6 et plus
- Formation en cours
- Pas de diplôme



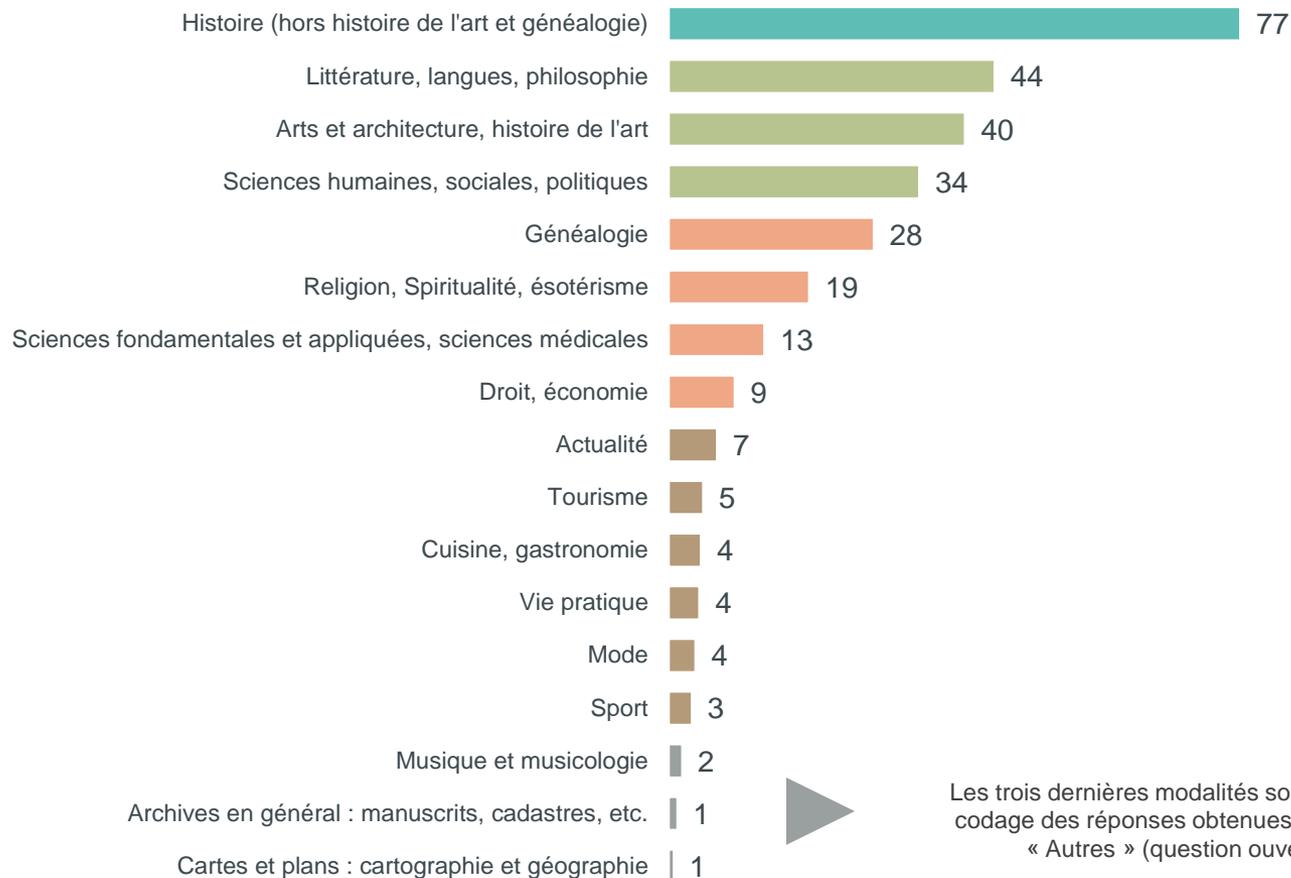
### Motif de consultation de Gallica selon catégorie socioprofessionnelle

Réponses en %, Total = 100



## Principaux domaines de consultation de Gallica

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Ensemble des Gallicanautes



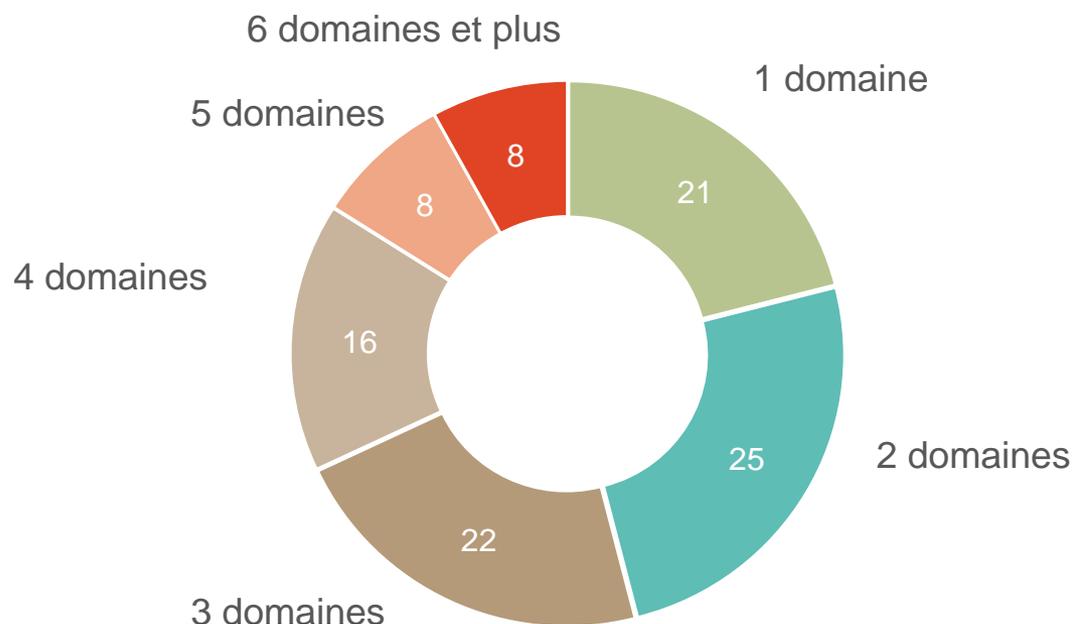
Les trois dernières modalités sont issues du codage des réponses obtenues dans l'item « Autres » (question ouverte).

En moyenne  
**3 domaines**  
différents par  
Gallicanaute

**33%**  
viennent sur Gallica  
pour 4 domaines ou  
plus

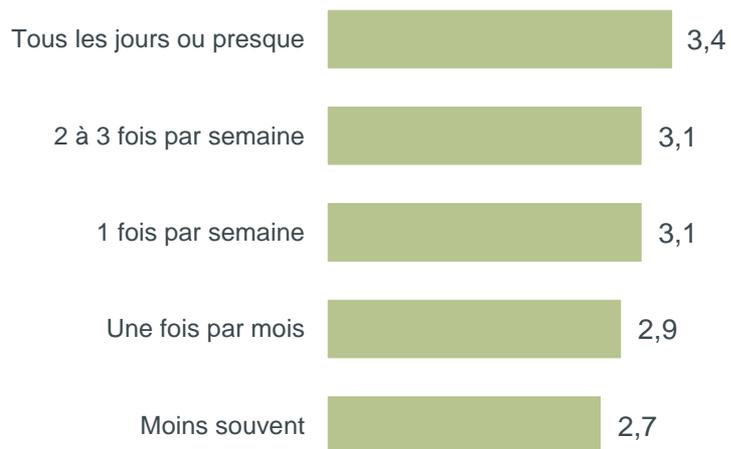
## Nombre de domaines consultés

Résultats en %, Total = 100  
analyse des visiteurs

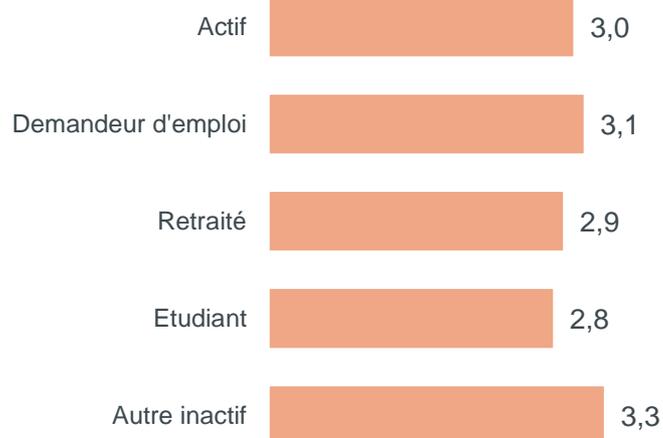


## Nombre moyen de domaines consultés selon le profil

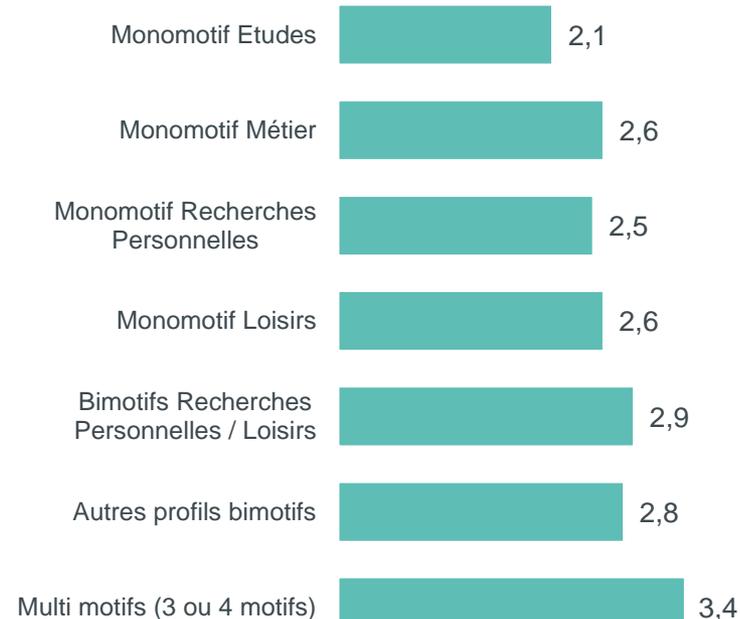
Fréquence de consultation



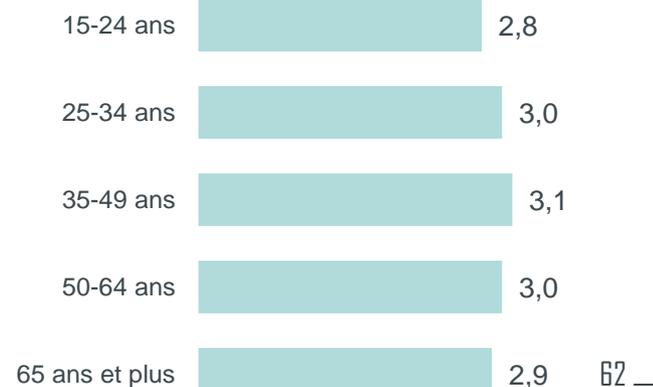
Statut professionnel



Motif de consultation



Âge



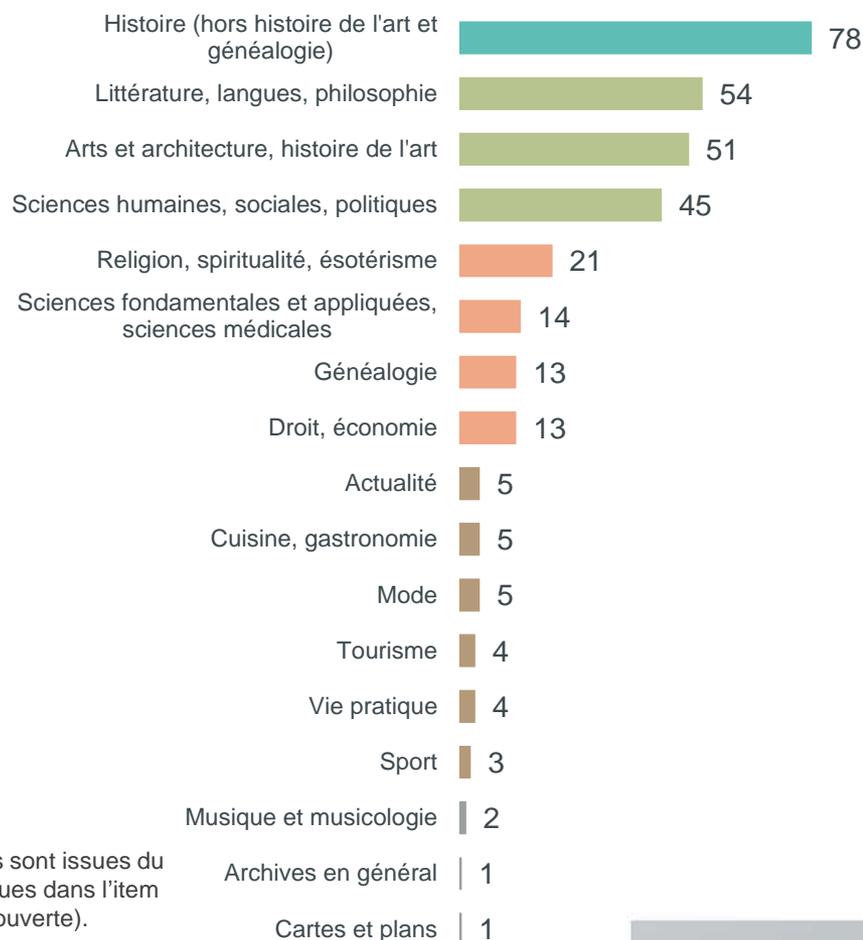
## Principaux domaines de consultation de Gallica

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples

### Consultation régulière pour les études



### Consultation régulière pour le métier

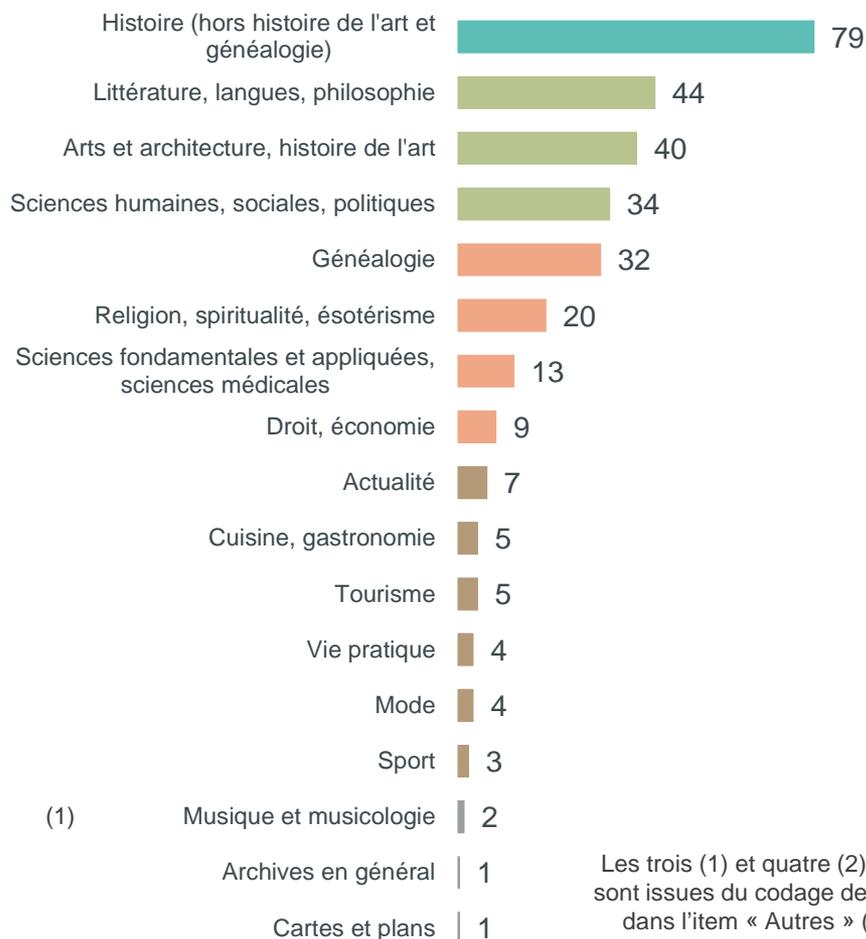


Les trois dernières modalités sont issues du codage des réponses obtenues dans l'item « Autres » (question ouverte).

## Principaux domaines de consultation de Gallica selon motif de consultation

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples

### Consultation régulière pour les recherches personnelles



### Consultation régulière pour les loisirs



Les trois (1) et quatre (2) dernières modalités sont issues du codage des réponses obtenues dans l'item « Autres » (question ouverte).

## « Lorsque vous utilisez Gallica, c'est pour... »

### Estimation de la répartition des visites selon le mode de consultation de Gallica (cf. annexes)

Résultats en %, Total = 100

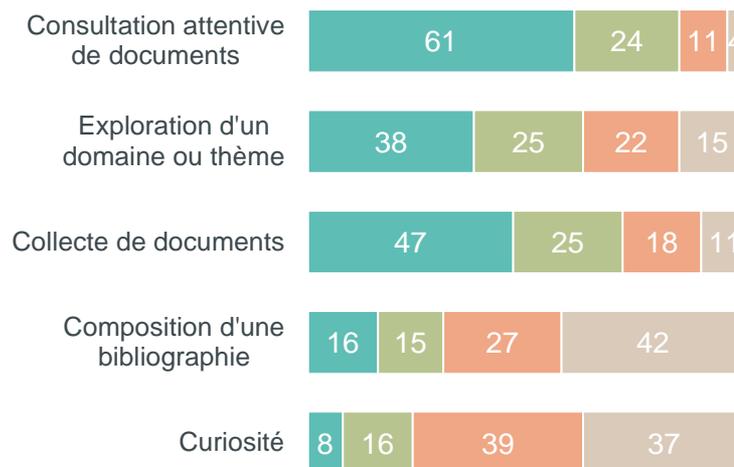


■ Consultation attentive ■ Exploration d'un domaine ou thème ■ Collecte de documents ■ Composition d'une bibliographie ■ Curiosité

■ A chaque fois ou presque ■ Souvent ■ Occasionnellement ■ Jamais

### ► Répartition des visiteurs

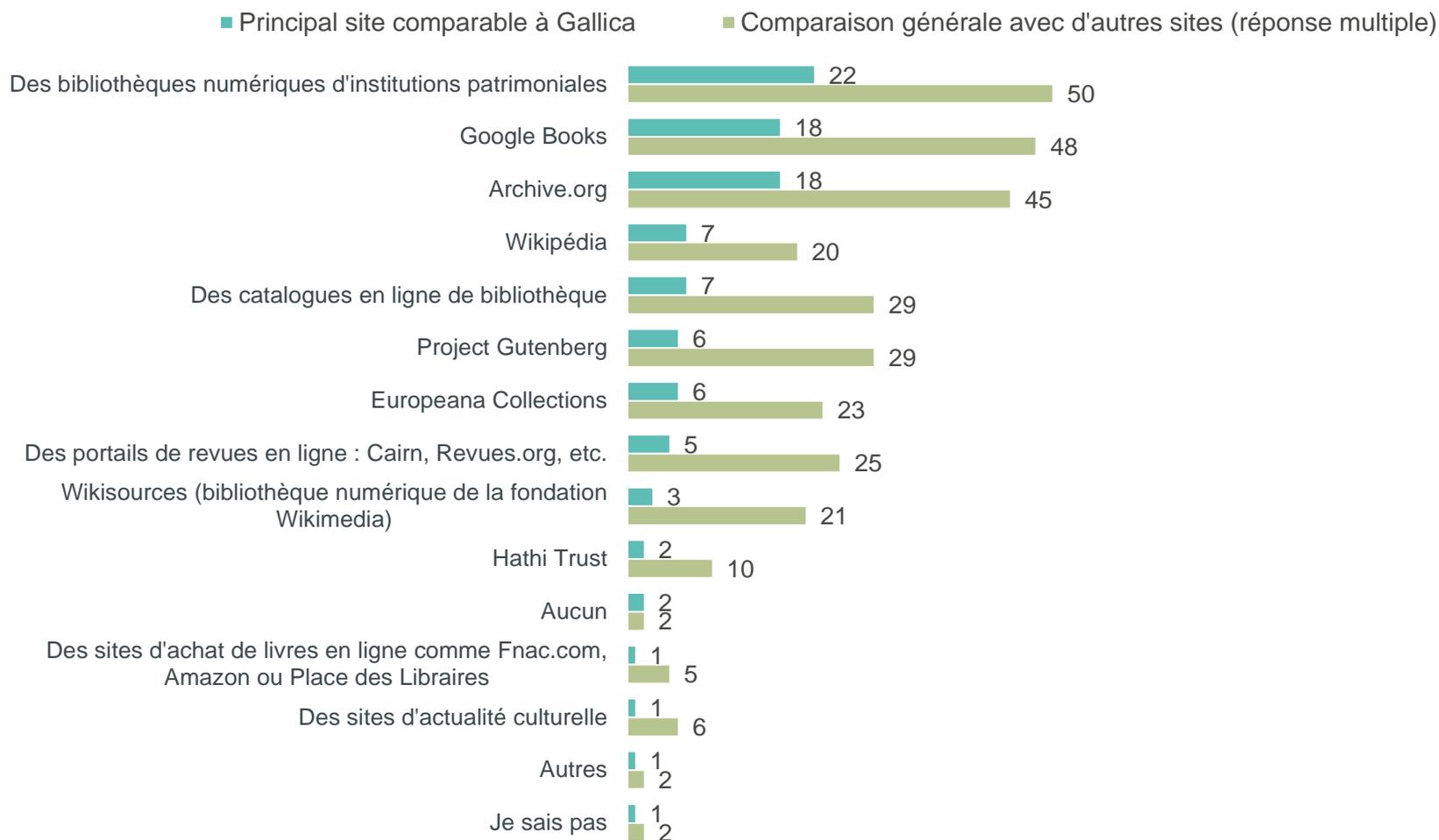
Résultats en %, Total = 100



Les réponses « Autres » correspondent à des modalités suggérées et ont été assimilées à celles-ci

## « A quel site compareriez-vous Gallica ? »

Réponses en %





## Partie 5

---

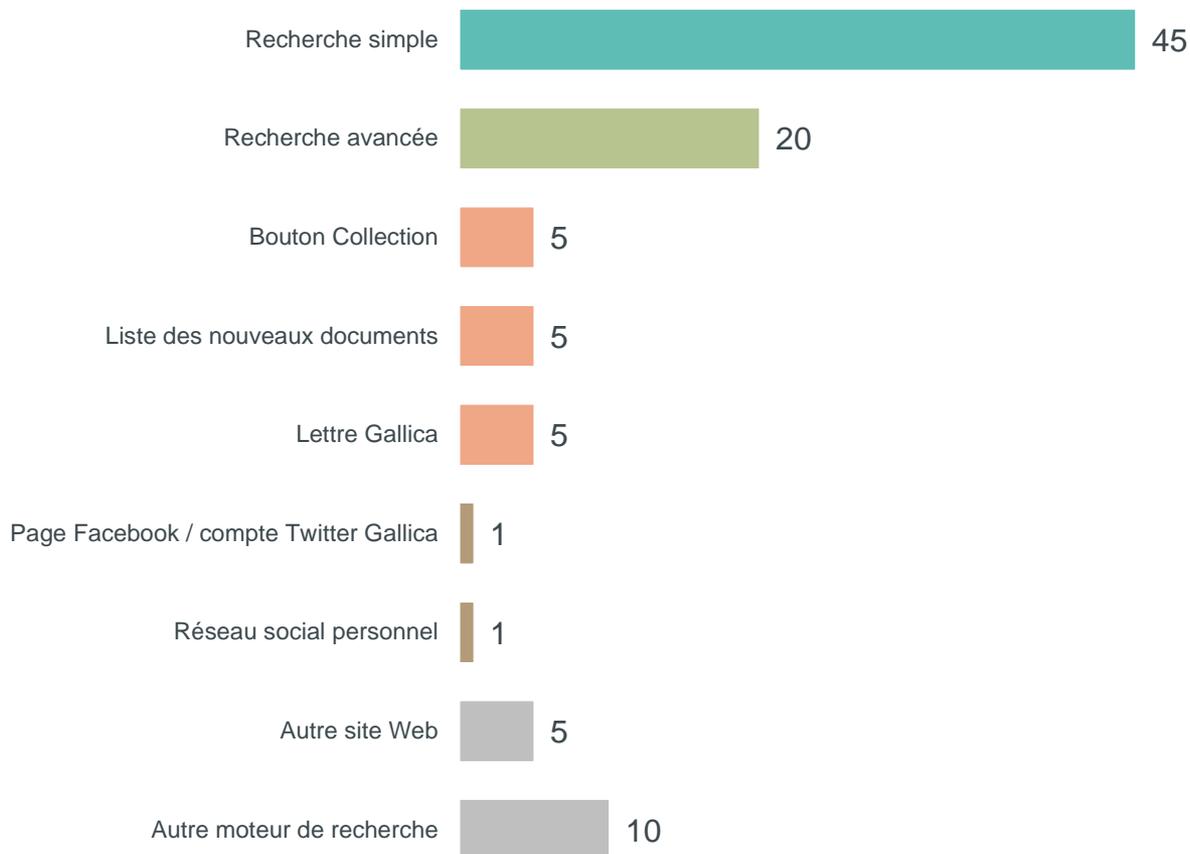
# Modalités d'utilisation

## « Comment accédez-vous aux documents de Gallica (site web) ? »

Estimation de la répartition des modes d'accès aux documents

Répartition des visites (cf. annexes)

Résultats en %, Total = 100



Précisons qu'à fin de faciliter la réponses, des visuels ont été intégrés lors de la passation



Après avoir analysé les visites (page précédente), on analyse ici les visiteurs.

## « Comment accédez-vous aux documents de Gallica (site web) ? »

(répartition des visiteurs)

Résultats en %, Total = 100

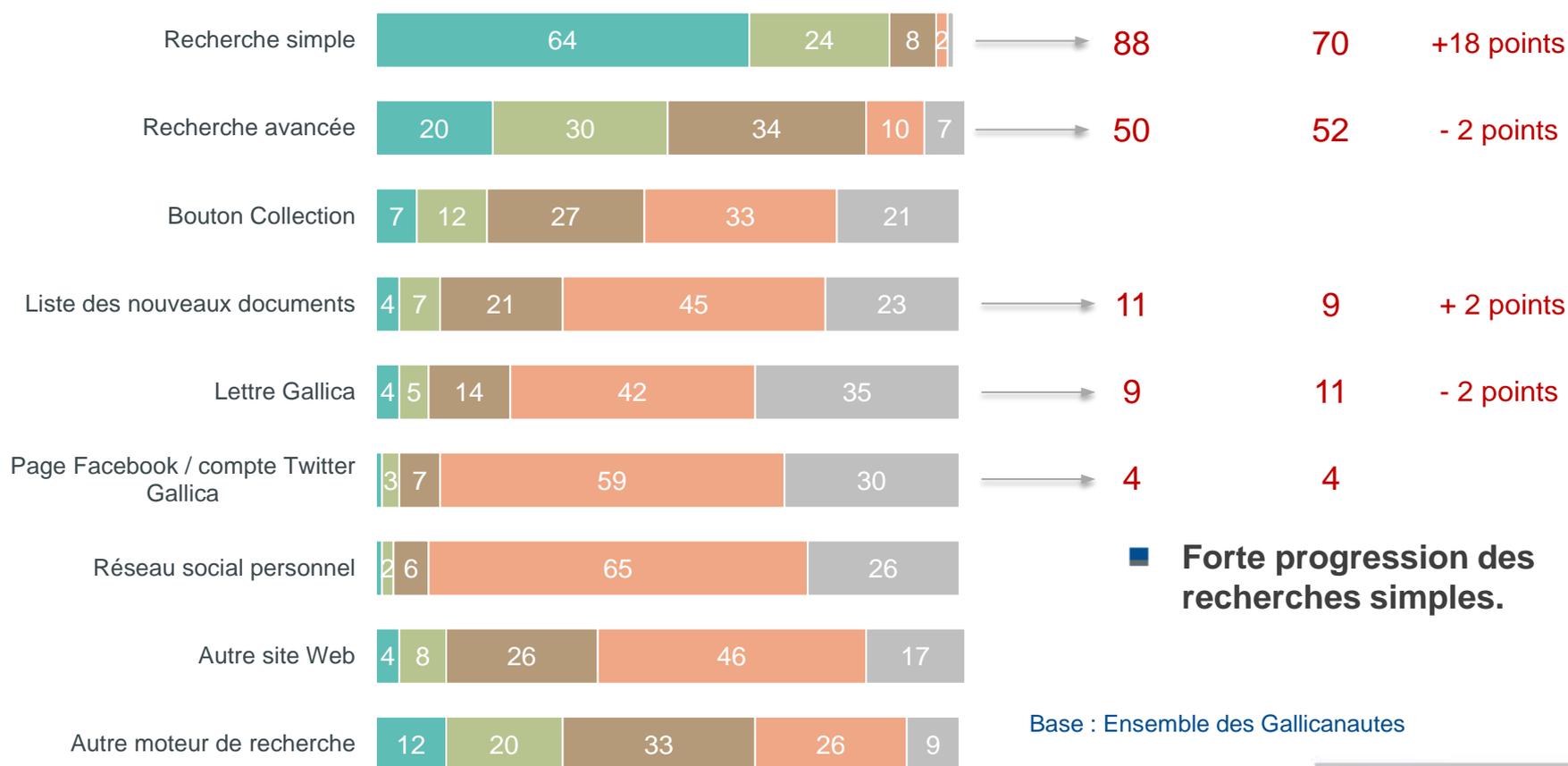
Cumul à chaque fois ou souvent

2016

2011

évolution

■ A chaque fois ou presque ■ Souvent ■ Occasionnellement ■ Jamais ■ Je ne connais pas

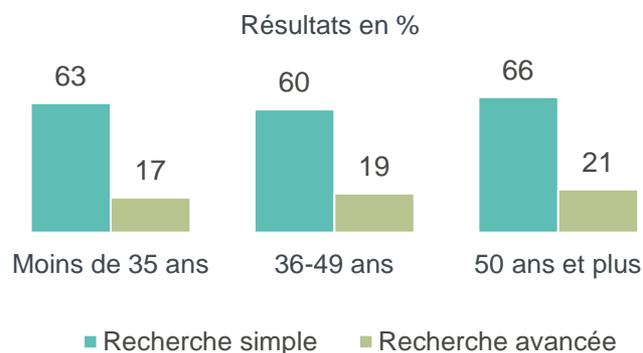


■ Forte progression des recherches simples.

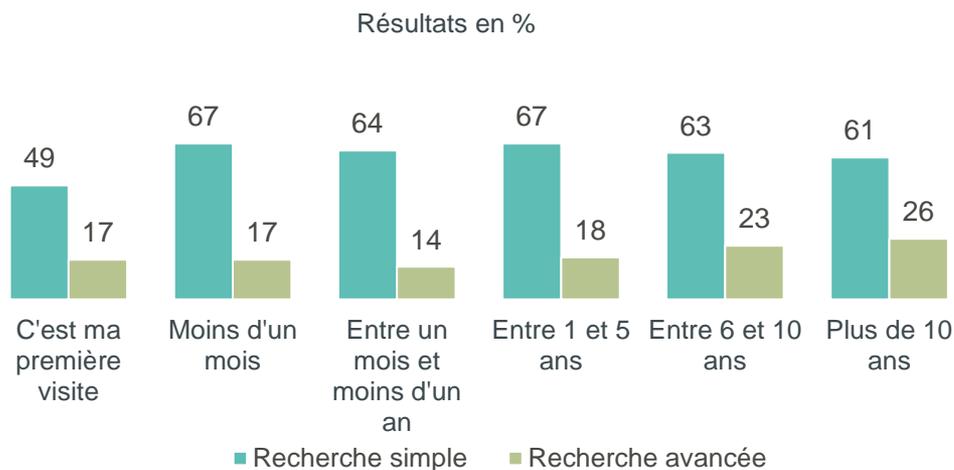
### « Comment accédez-vous aux documents de Gallica (site web) ? »

Proportion des réponses « A chaque fois ou presque »  
(répartition des visiteurs)

#### Age



#### Ancienneté de consultation



## « Comment utilisez-vous les documents trouvés ? »

### Estimation de la répartition des visites selon des modes d'utilisation de Gallica (cf. annexes)

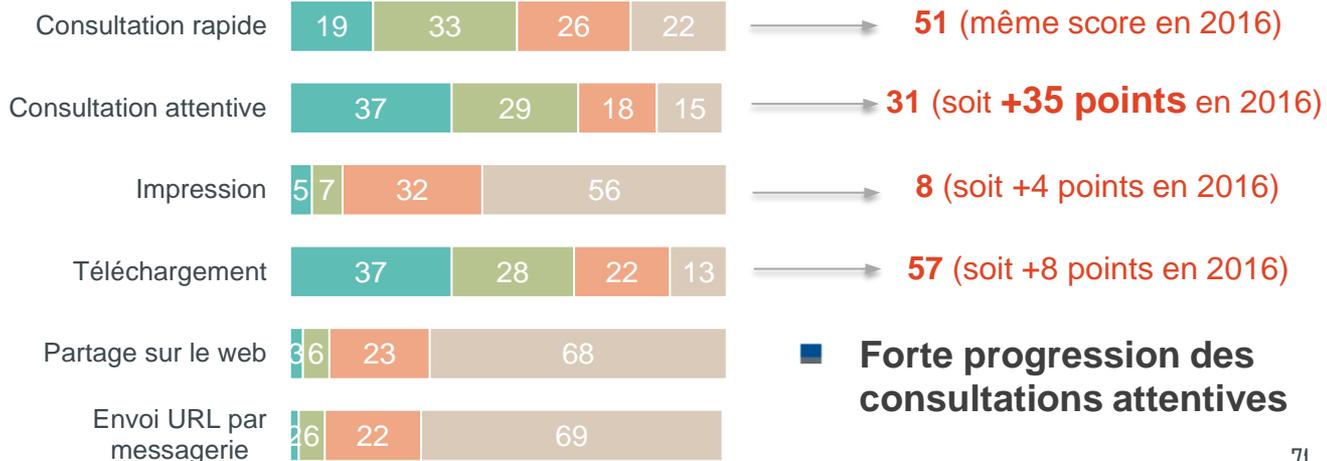
Résultats en %, Total = 100



■ Consultation Rapide ■ Consultation attentive ■ Téléchargement ■ Impression ■ Partage sur le web ■ Envoi URL par messagerie

Enquête 2011  
Réponse « Souvent »  
(intégrant les réponses « à chaque fois »)

■ A chaque fois ou presque ■ Souvent ■ Occasionnellement ■ Jamais



■ Forte progression des consultations attentives

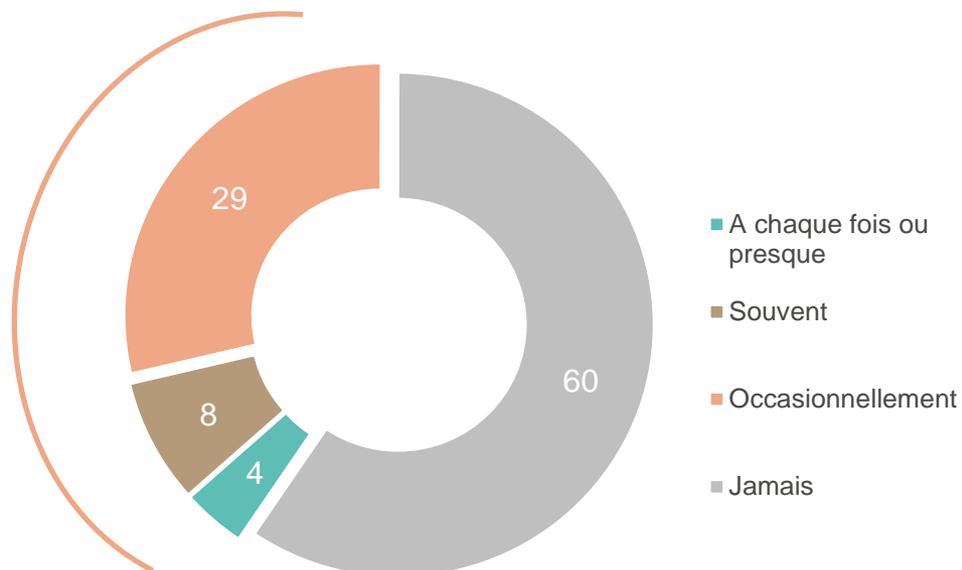
### Répartition des visiteurs

Résultats en %, Total = 100

### « Comment utilisez-vous les documents trouvés ? » Je les partage avec des collègues ou amis sur le web

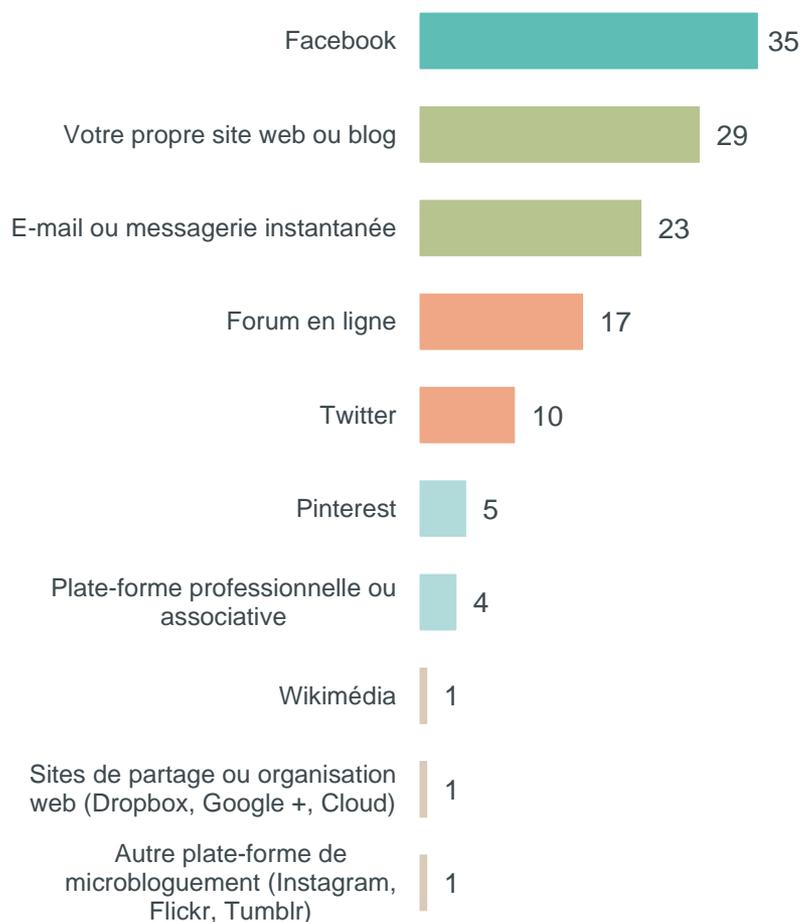
Résultats en %, Total = 100  
Base : Ensemble des Gallicanautes

**40% des  
Gallicanautes  
partagent  
des  
documents  
sur le web**



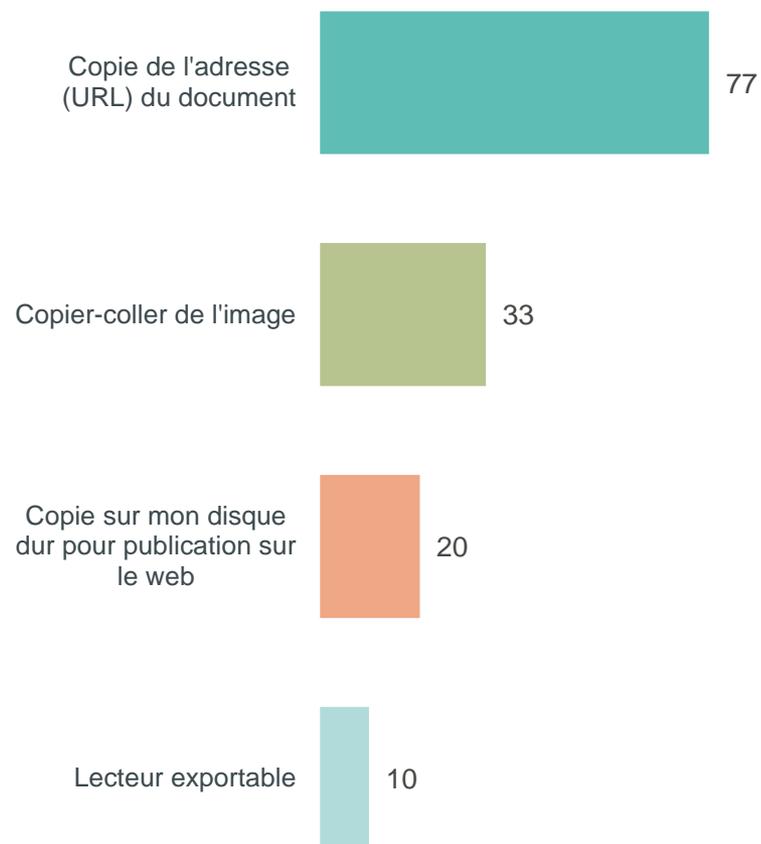
### Média de partage des documents sur le web

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Répondants partageant des documents sur le web

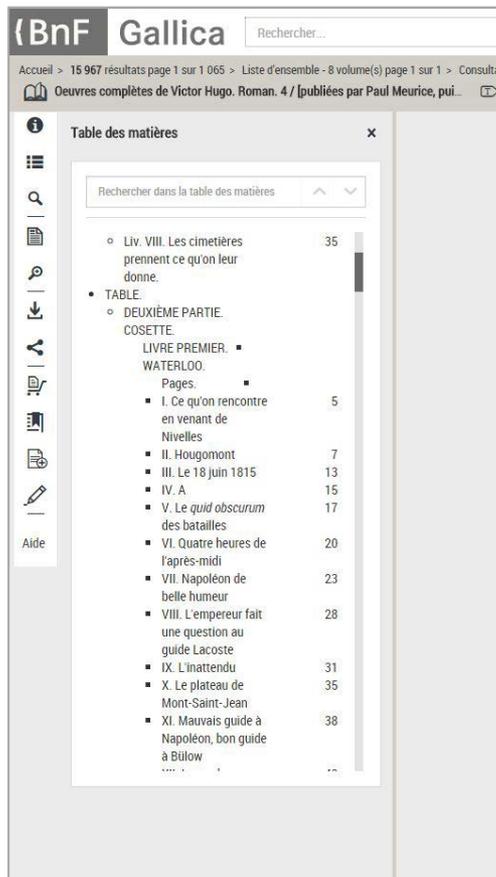


### Mode de partage des documents sur le web

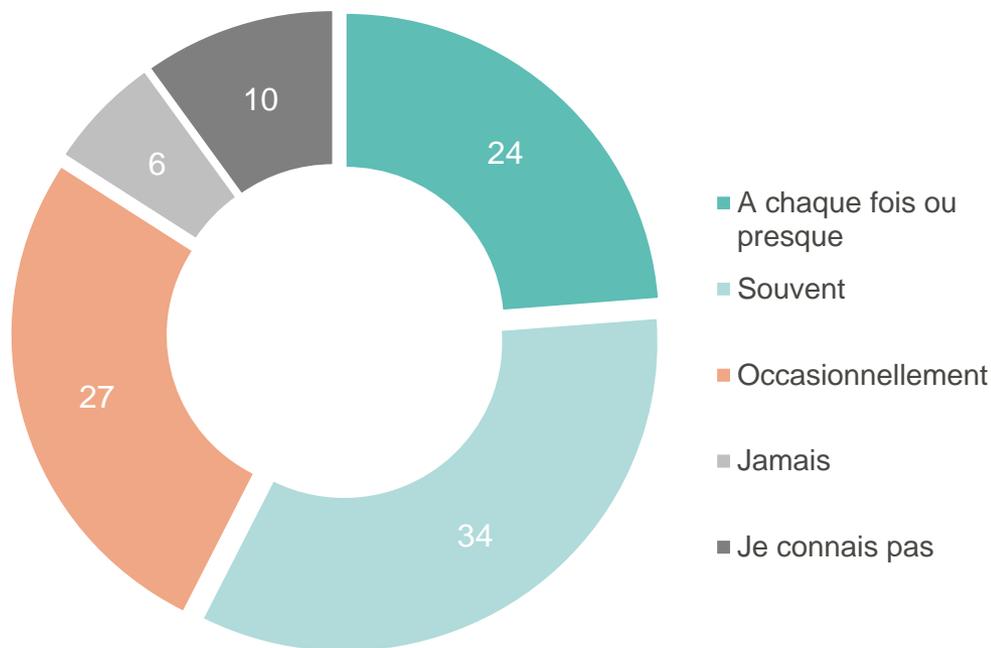
Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples  
Base : Répondants partageant des documents sur le web



« Lorsque vous avez accédé aux documents, utilisez-vous la fonctionnalité « table des matières » ? »



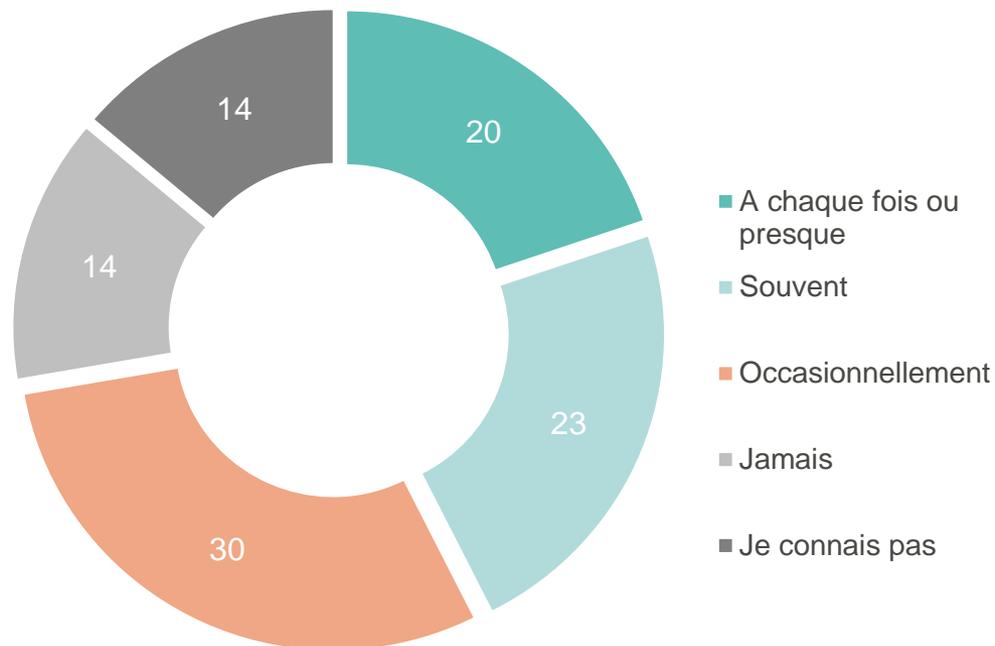
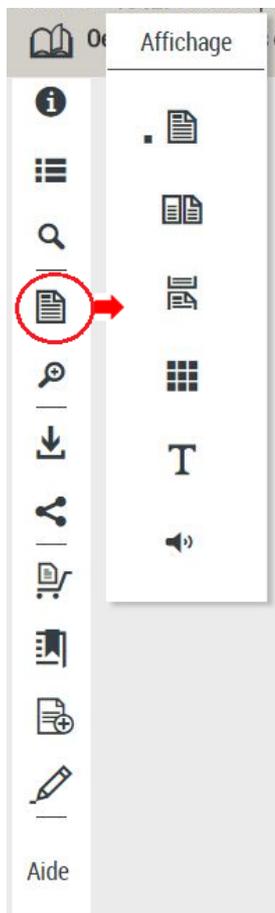
Résultats en %, Total = 100



■ En dehors des primo visiteurs et des Gallicanautes venant moins d'une fois par mois, la proportion des personnes déclarant ne pas connaître cette fonctionnalité est de 7%.

« Lorsque vous avez accédé aux documents, utilisez-vous la fonctionnalité « modification du mode d'affichage du document » ? »

Résultats en %, Total = 100

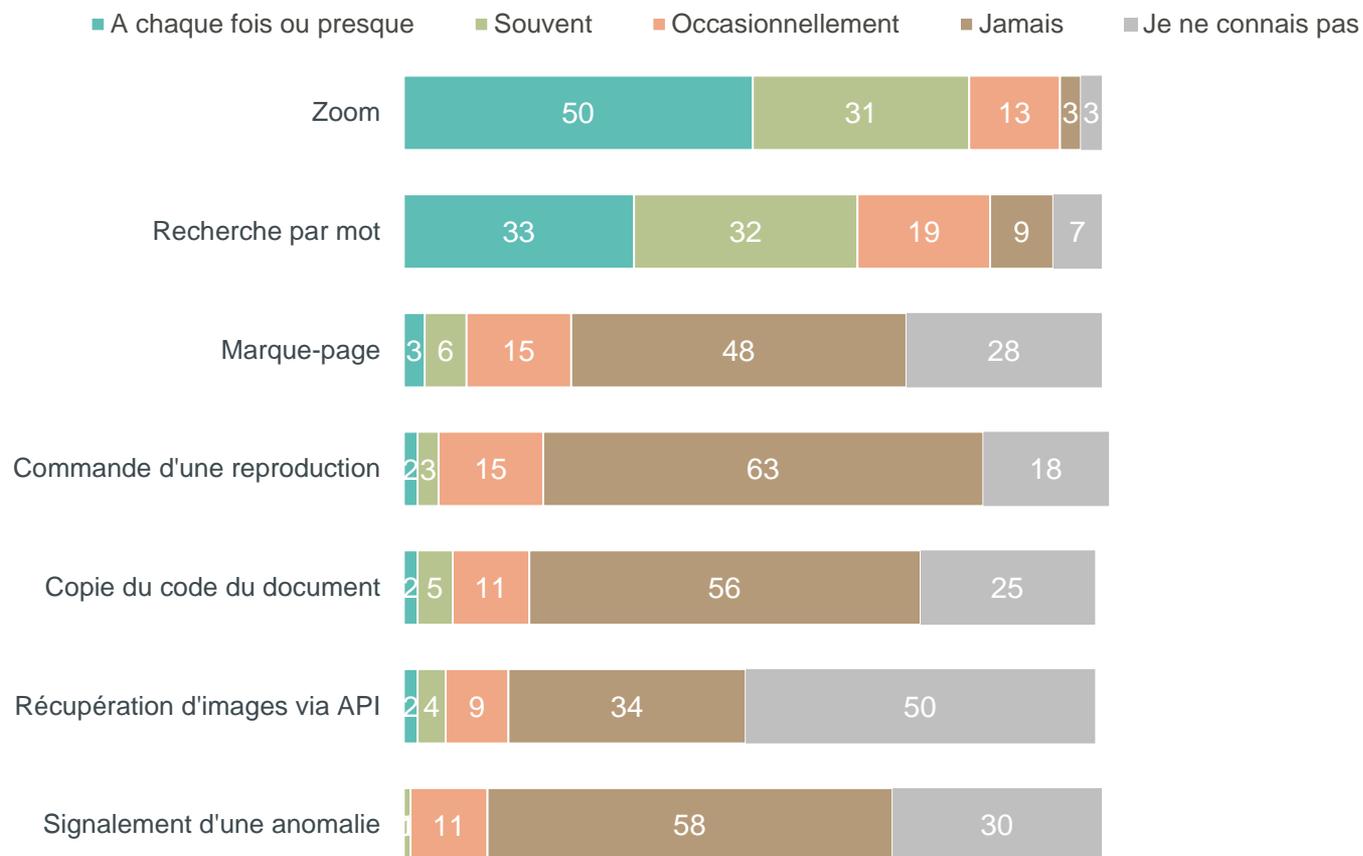


- En dehors des primo visiteurs et des Gallicanautes venant moins d'une fois par mois, la proportion des personnes déclarant ne pas connaître cette fonctionnalité est de 11%, proportion non marginale et donc décevante.

## « Quelles sont les fonctionnalités que vous utilisez une fois que vous avez accédé aux documents ? »

### Répartition des visiteurs

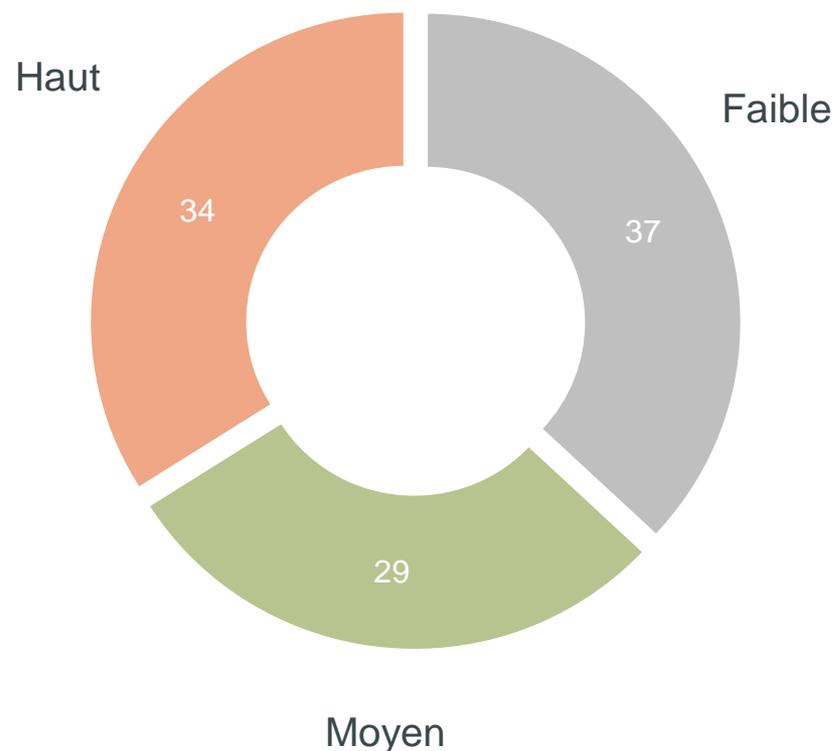
Résultats en %, Total = 100



- **Le questionnaire aborde de nombreux points montrant l'usage plus ou moins fréquent des fonctionnalités proposées par Gallica. On peut alors utiliser ces différentes données pour calculer un score d'expertise et d'usage des fonctionnalités et répartir les répondants en 3 groupes d'ampleur similaire, répartition par construction par tiers (le calcul de la typologie est décrit en annexe).**
- **Cette caractérisation est peu corrélée avec les variables signalétiques**

## Répartition des Gallicanautes selon le score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités

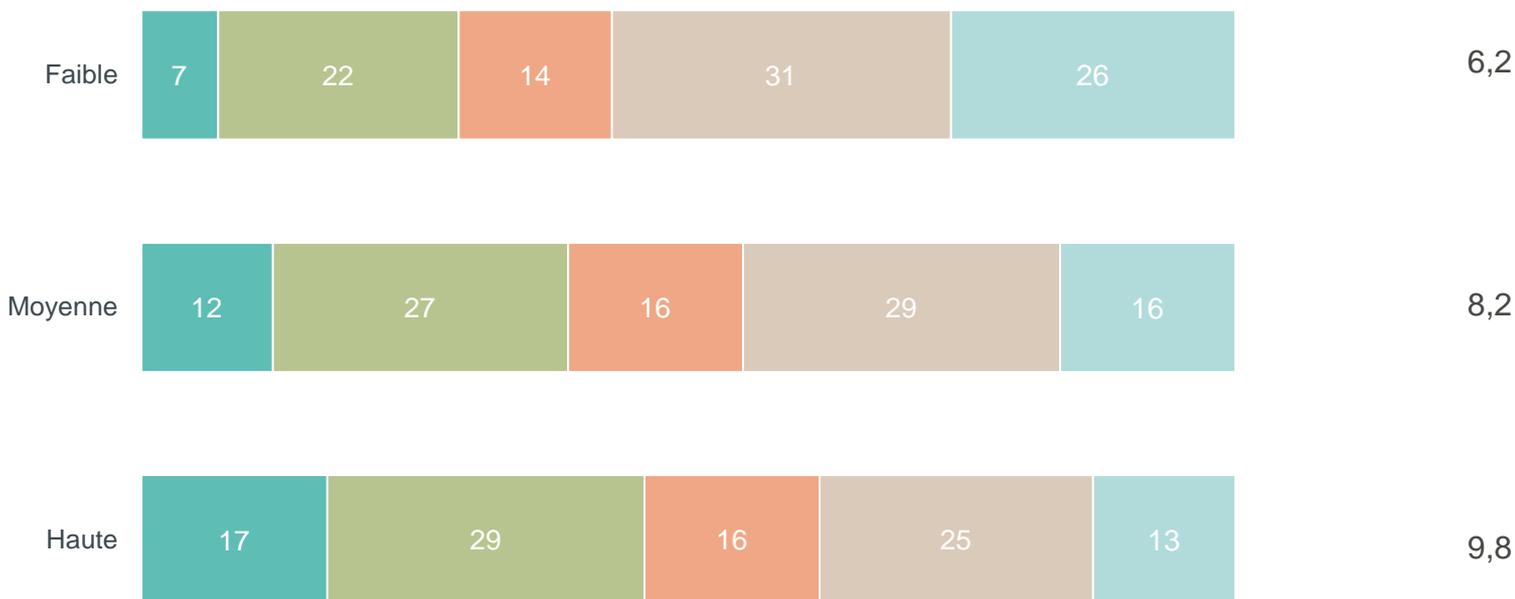
Résultats en %, Total = 100



## Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités selon la fréquence de consultation

Réponses en %, Total = 100

■ Tous les jours ou presque ■ 2 à 3 fois par semaine ■ 1 fois par semaine ■ Une fois par mois ■ Moins souvent

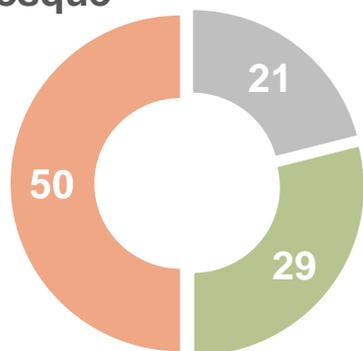


- La fréquence de consultation ressort comme le seul critère montrant une corrélation avec le niveau d'expertise. La présentation des mêmes résultats analysant le score d'expertise selon la fréquence (diapositive suivante) est en la matière instructive.

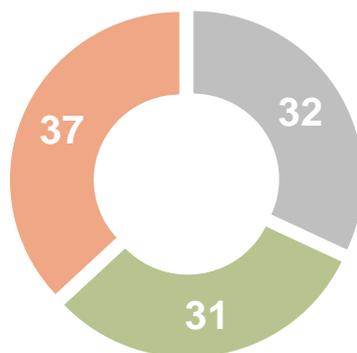
## Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités, selon la fréquence de consultation

Réponses en %, Total = 100

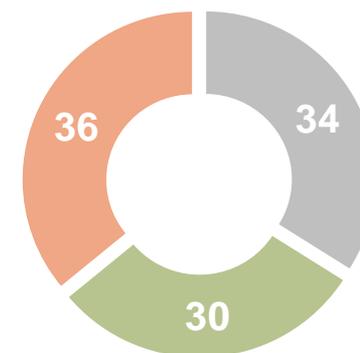
**Tous les jours ou presque**



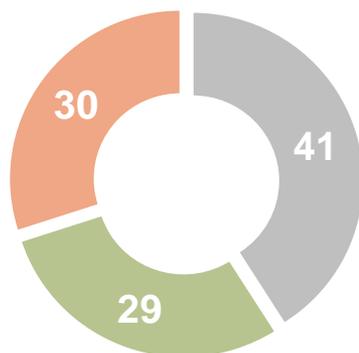
**2 à 3 fois par semaine**



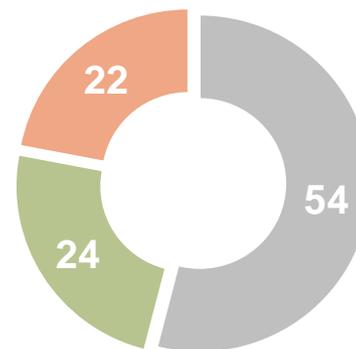
**1 fois par semaine**



**Une fois par mois**



**Moins souvent**

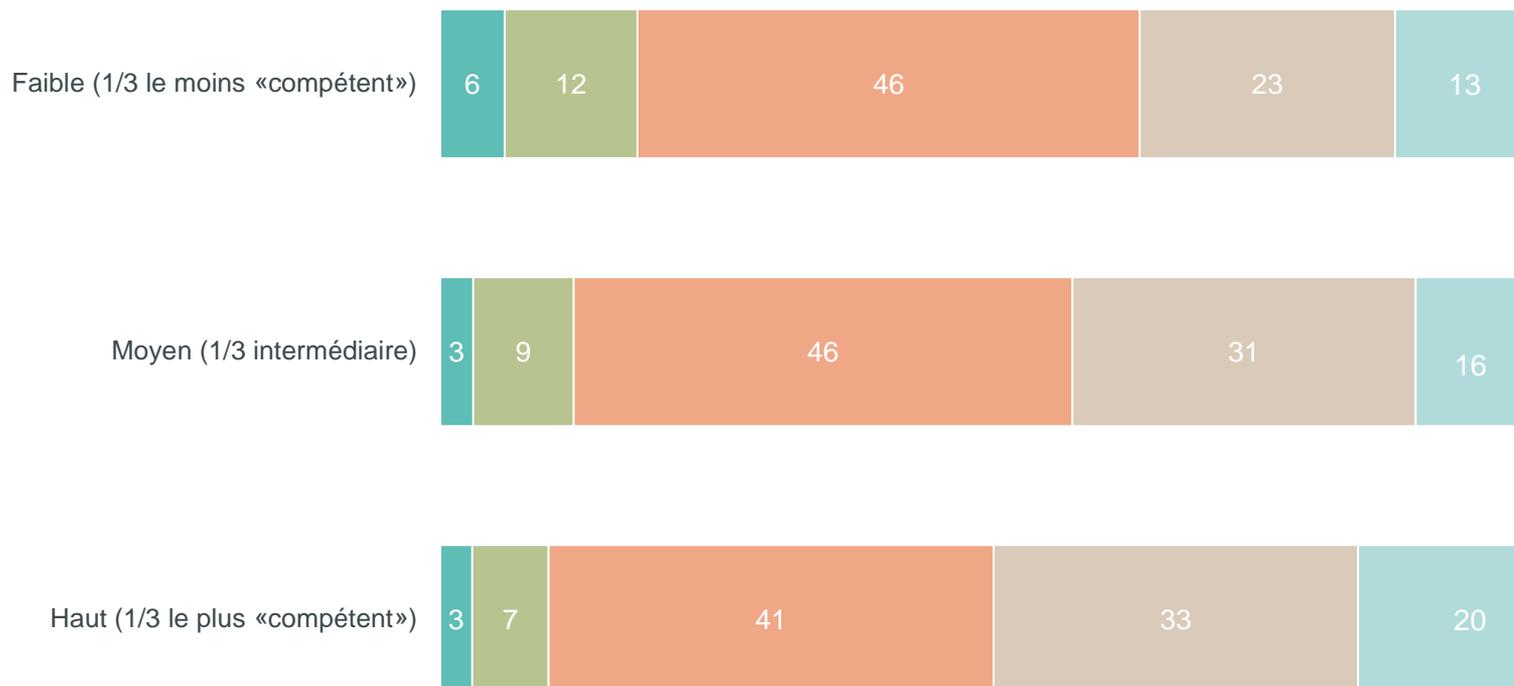


■ Haut
 ■ Faible
 ■ Moyen

## Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités selon l'ancienneté de venue sur Gallica

Réponses en %, Total = 100

■ Moins d'un mois ■ Entre un mois et moins d'un an ■ Entre 1 et 5 ans ■ Entre 6 et 10 ans ■ Plus de 10 ans

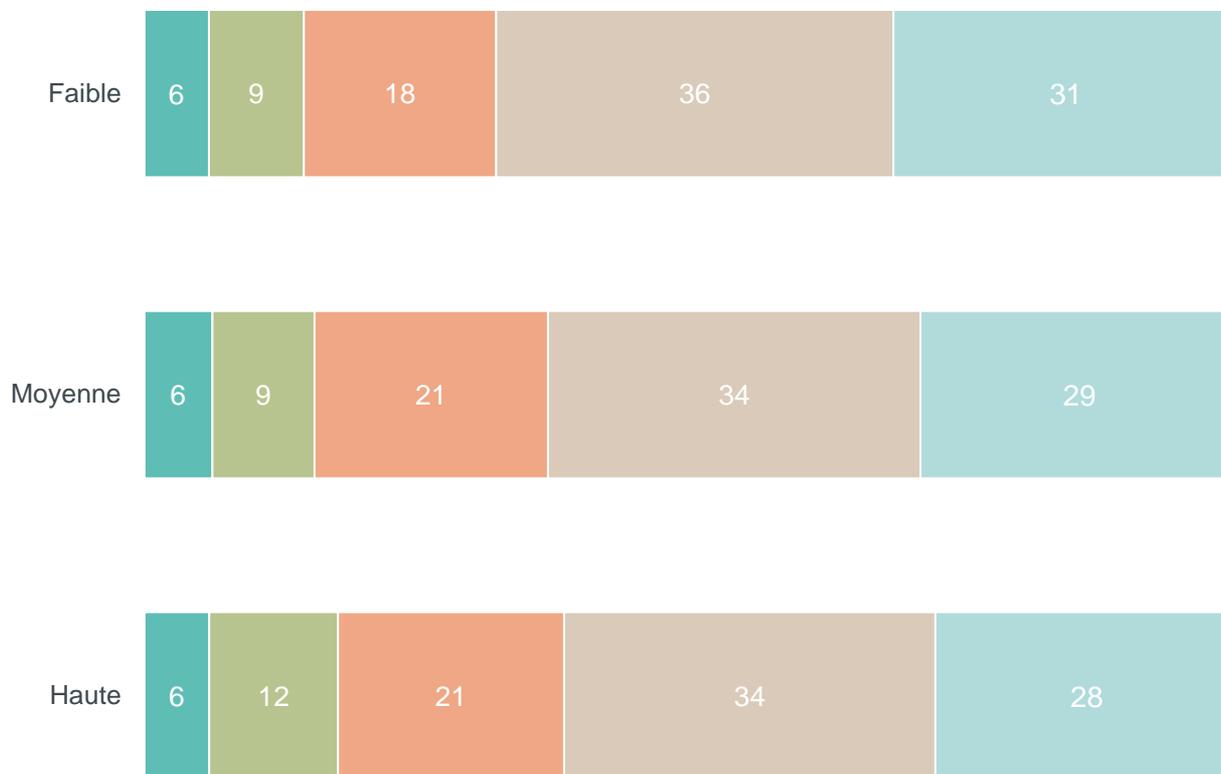


■ On ne note pas de corrélation forte entre l'ancienneté de consultation et le niveau d'expertise.

## Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités selon classe d'âge

Réponses en %, Total = 100

■ 15-24 ans ■ 25-34 ans ■ 35-49 ans ■ 50-64 ans ■ 65 ans et plus

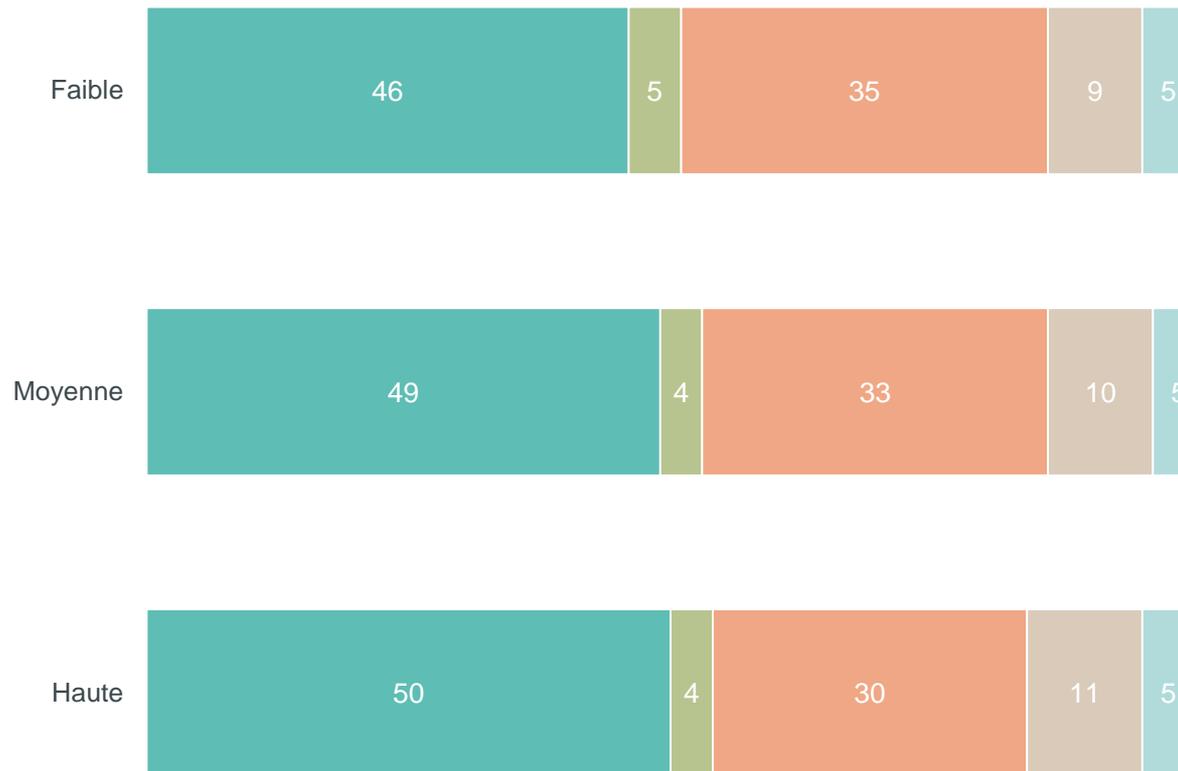


■ On ne note pas de corrélation entre l'âge et le niveau d'expertise.

## Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités selon statut professionnel

Réponses en %, Total = 100

■ Actif ■ Demandeur d'emploi ■ Retraité(e) ■ Etudiant ■ Autre inactif

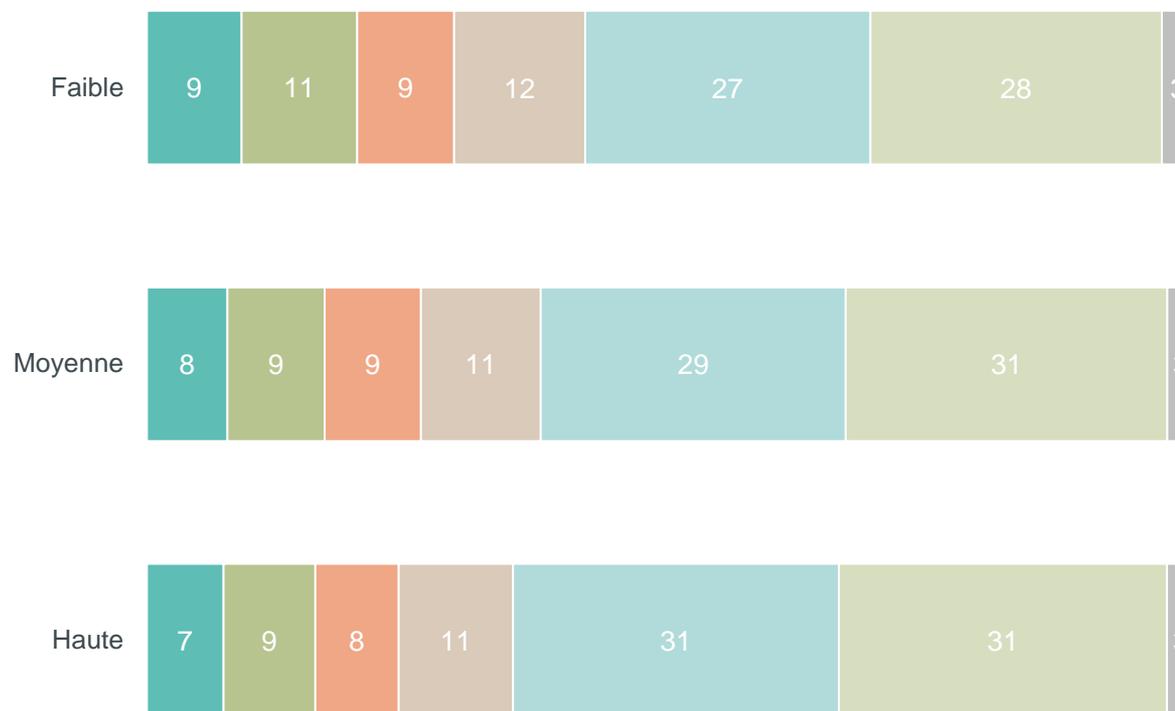


■ On ne note pas de corrélation entre le statut professionnel et le niveau d'expertise.

### Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités selon niveau d'études

Réponses en %, Total = 100

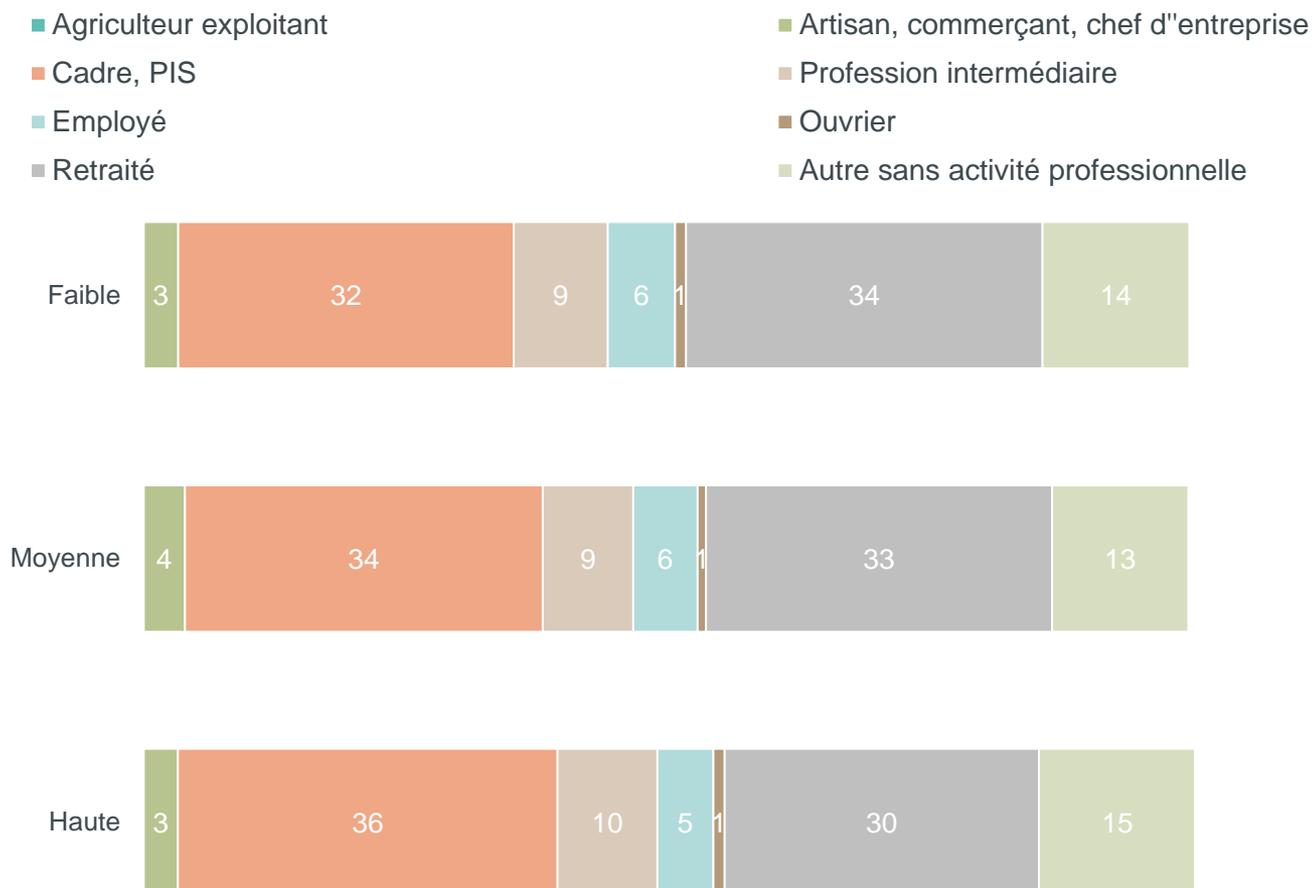
■ CAP/BEP ■ Bac ■ Bac +2/BTS ■ Bac +3/Licence ■ Bac +4, +5/ Master ■ Bac+6 et plus ■ Pas de diplôme



■ On ne note pas de corrélation entre le niveau d'étude et le niveau d'expertise.

## Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités selon catégorie socioprofessionnelle

Réponses en %, Total = 100



■ On ne note pas de corrélation entre la catégorie socioprofessionnelle et le niveau d'expertise.



## Partie 6

---

# Satisfaction

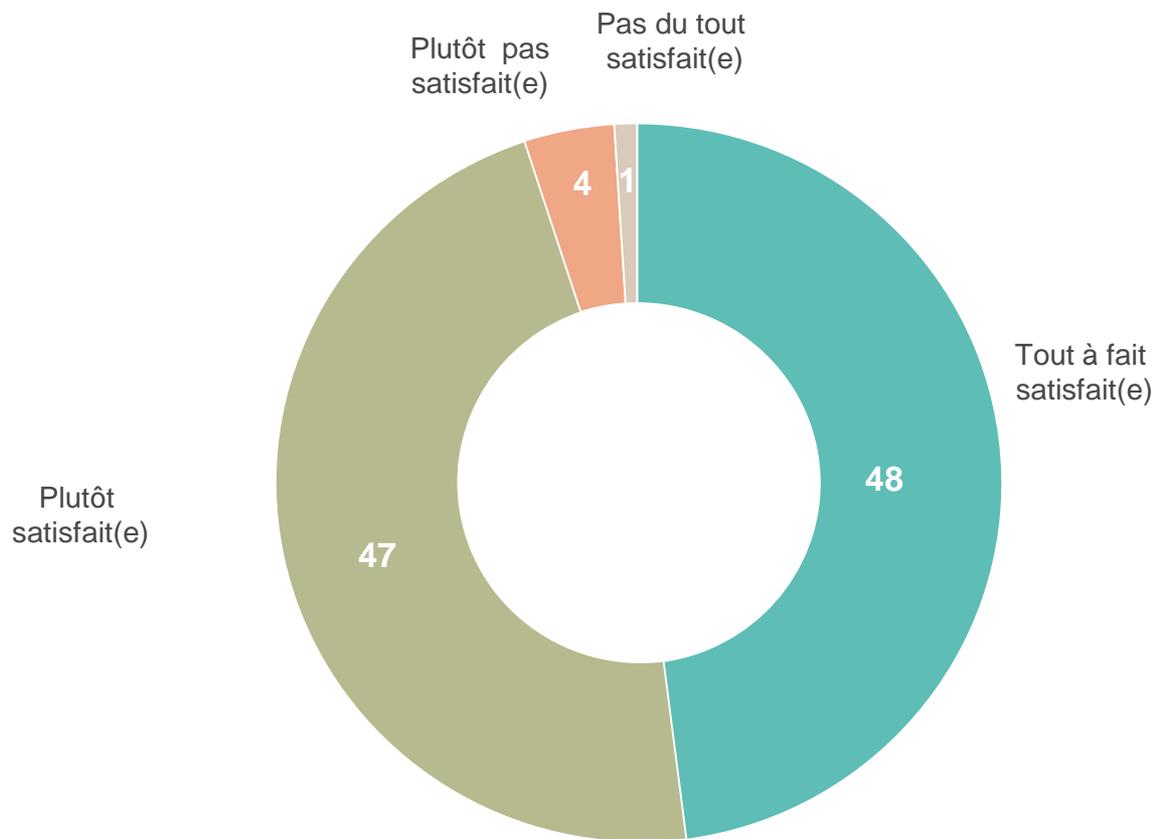


# Satisfaction générale

## vis-à-vis de Gallica

« Par rapport à l'ensemble des services proposés par Gallica, quelle est votre satisfaction générale ? »

Résultats en %, Total = 100



95%

de taux de satisfaction, soit un très beau taux, signe du fort attachement à Gallica.

On peut penser que cette question mesure tout autant l'attachement à Gallica et aux services rendus que le « vrai » niveau de satisfaction.

On doit souligner l'importante proportion (48%) de réponses « tout à fait satisfait ».

On retient habituellement comme seuil de satisfaction un taux global avec au moins 80% et une proportion de réponses « tout à fait » de 30% à 40%.

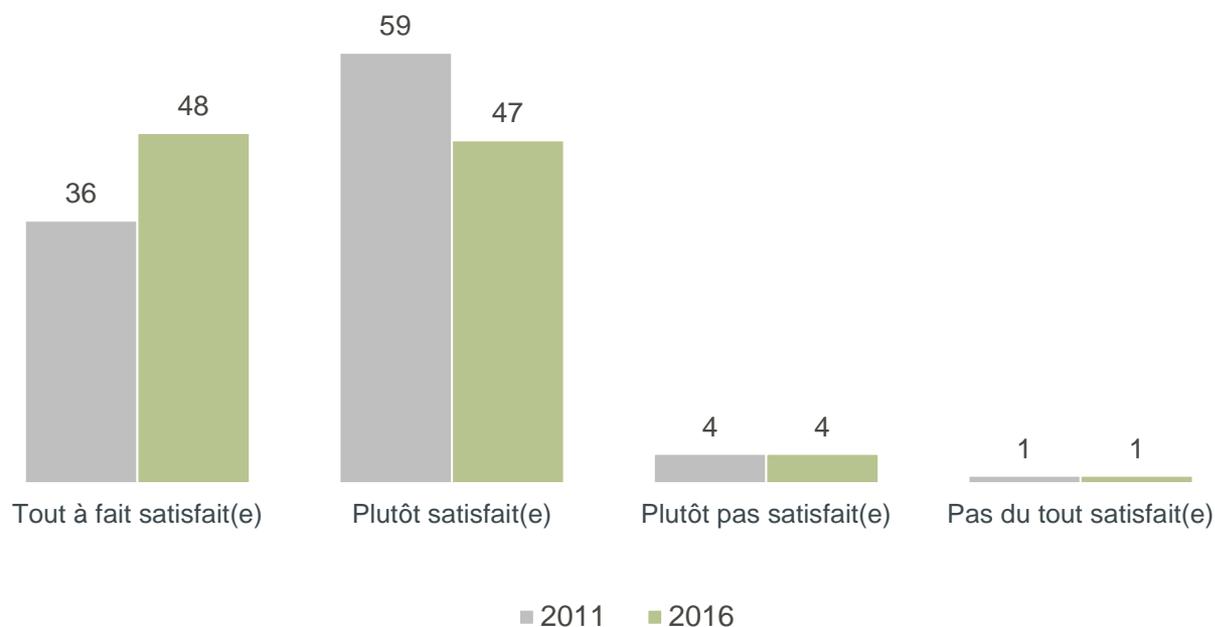
Dans les deux cas, Gallica se place au dessus de ces normes.



# Evolution de la satisfaction générale vis-à-vis de Gallica

« Par rapport à l'ensemble des services proposés par Gallica, quelle est votre satisfaction générale ? »  
Evolution 2011 / 2016

Résultats en %, Total = 100



Le taux global de satisfaction est stable entre 2011 et 2016.

Cependant, les réponses « tout à fait satisfait » ont nettement progressées sur la période de

**+12 points.**

**On observe donc une progression sensible du taux de satisfaction.**

« Par rapport à l'ensemble des services proposés par Gallica, quelle est votre satisfaction générale ? »

### Ancienneté de consultation

Résultats en %

	Résultats en %	Cumul satisfait(e)
C'est ma première visite	44 / 50	94
Moins d'un mois	46 / 51	97
Entre un mois et moins d'un an	47 / 48	95
Entre 1 et 5 ans	49 / 46	95
Entre 6 et 10 ans	50 / 45	95
Plus de 10 ans	44 / 48	92

### Fréquence de consultation

Résultats en %

	Résultats en %	Cumul satisfait(e)
Tous les jours ou presque	54 / 43	97
2 à 3 fois par semaine	50 / 46	96
1 fois par semaine	51 / 45	96
Une fois par mois	48 / 47	95
Moins souvent	42 / 51	93
Primo visiteur	44 / 50	94

### Âge

Résultats en %

	Résultats en %	Cumul satisfait(e)
15-24 ans	49 / 46	95
25-34 ans	46 / 51	97
35-49 ans	48 / 47	95
50-64 ans	49 / 46	95
65 ans et plus	48 / 46	94

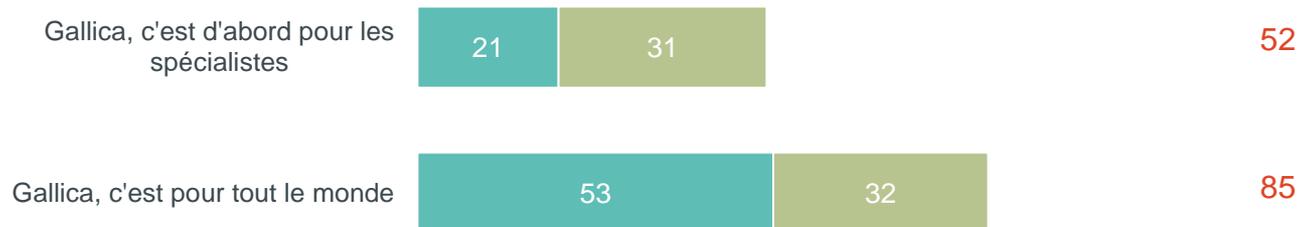
- Le niveau de satisfaction est élevé pour tous les profils ici testés, y compris pour la part des réponses « tout à fait satisfait ». Dans une telle situation, on ne note pas, a contrario, de corrélation nette.

## Opinions concernant Gallica

Cumul « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord »

Résultats en %

Cumul d'accord

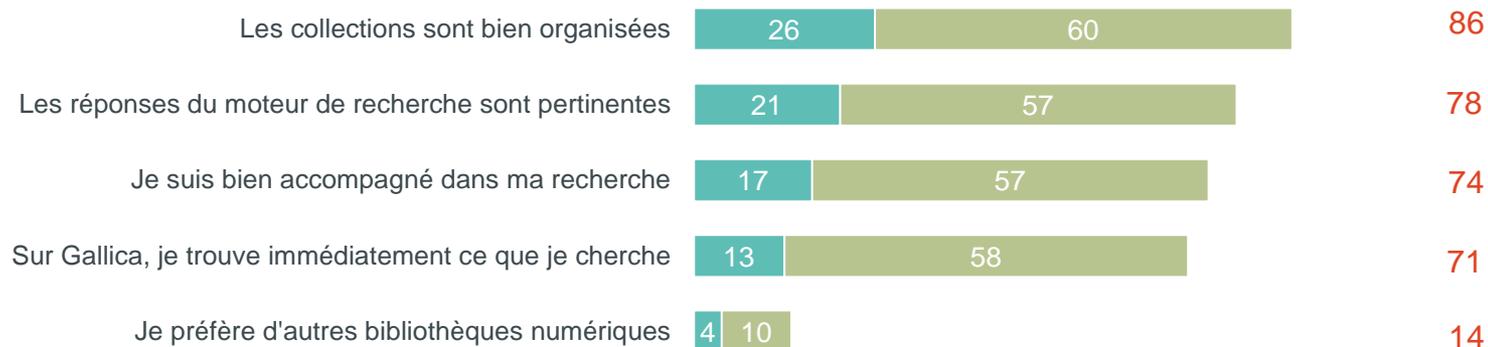


## Opinions concernant les visites sur Gallica

Cumul « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord »

Résultats en %

Cumul d'accord





# Evolution de la satisfaction

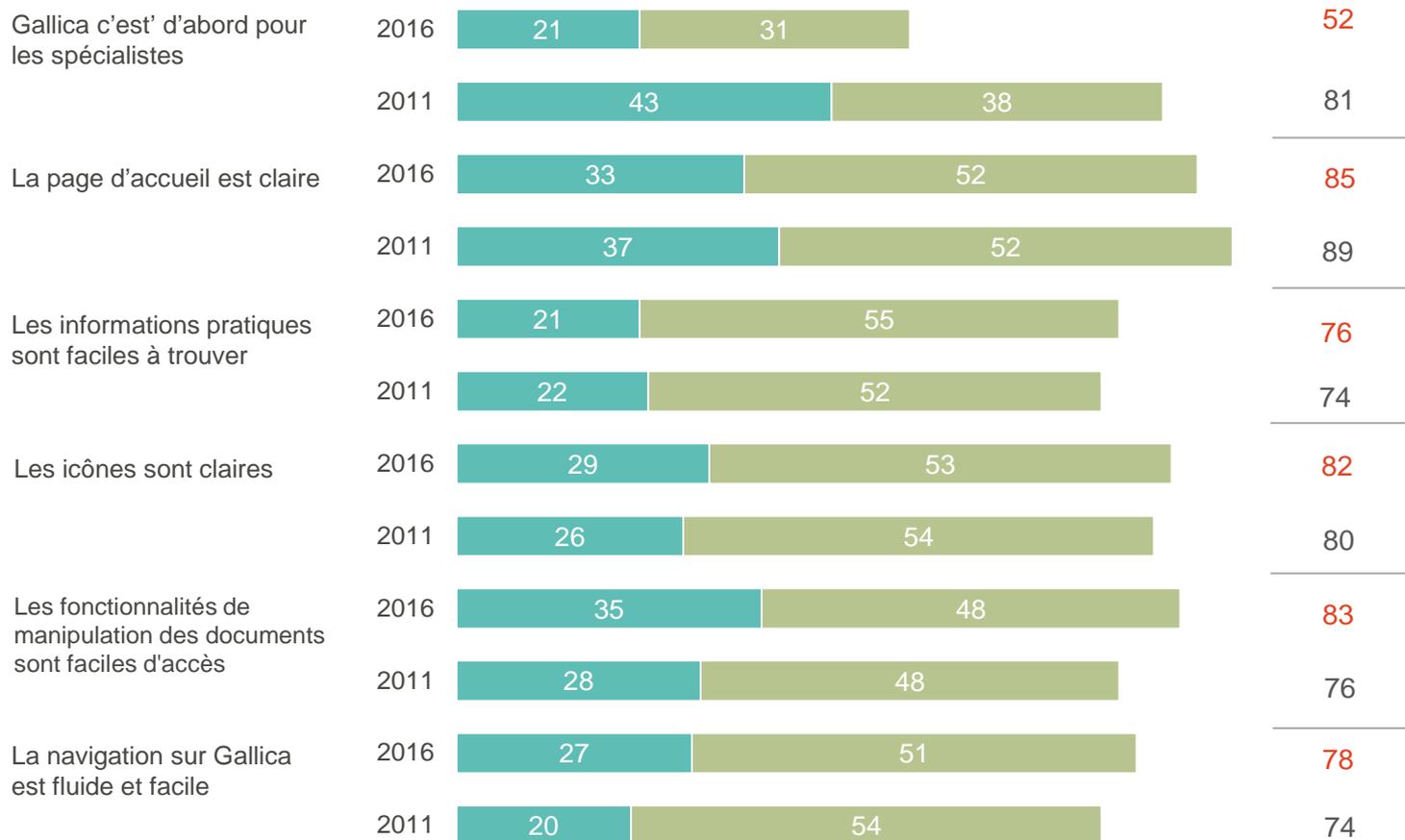
## vis-à-vis de Gallica

### Opinions concernant les visites, l'ergonomie et l'aspect visuel de Gallica Evolution 2011 / 2016

Réponses en %

Cumul d'accord

■ Tout à fait d'accord



Les niveaux de satisfaction par critère élémentaire sont stables entre 2011 et 2016.

**L'accessibilité des fonctions de manipulation des documents et la navigation ont connu une progression de +7 points sur la période (réponse « tout à fait d'accord »).**

**On doit noter également noter la forte baisse de l'idée que Gallica est réservé aux spécialistes (-31 points)**

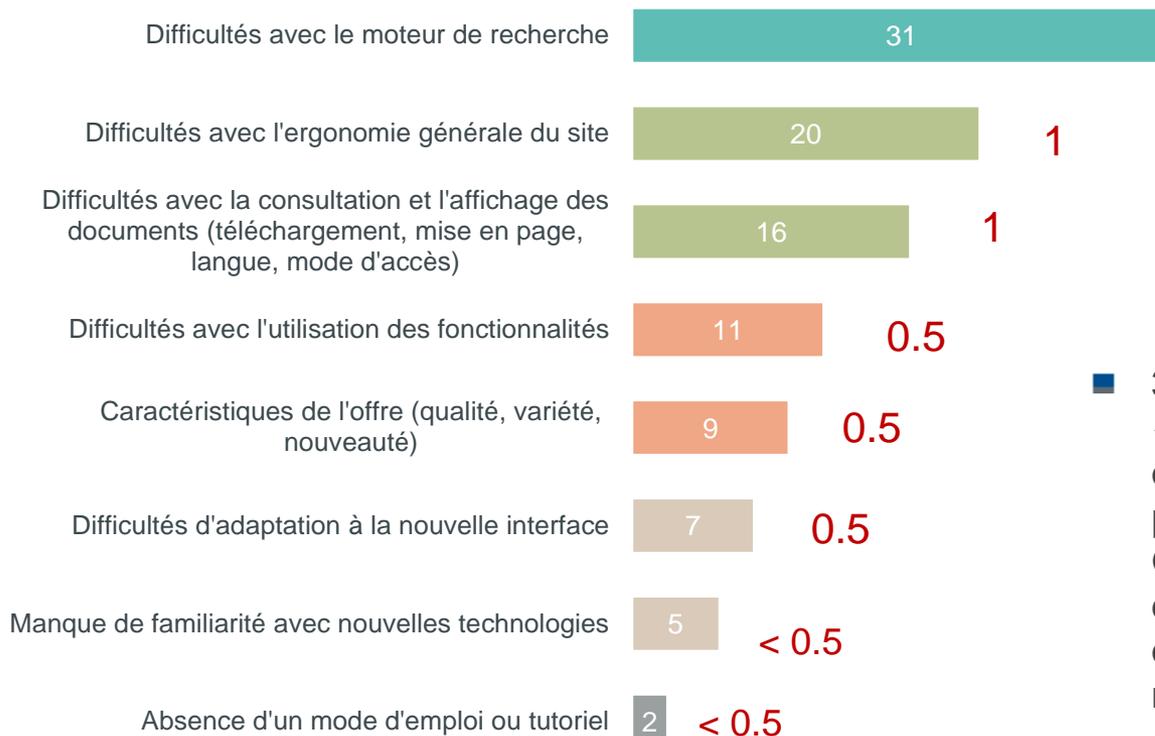
**5% des Gallicanautes sont « insatisfaits » vis-à-vis des services proposés par Gallica**

**« Pour quelles raisons n'êtes-vous pas satisfait(e) ? »**

Résultats en %, Total = 100

Base : Gallicanautes insatisfait(e)s vis-à-vis des services proposés par Gallica

Proportion sur l'ensemble des répondants (satisfaits ou non)



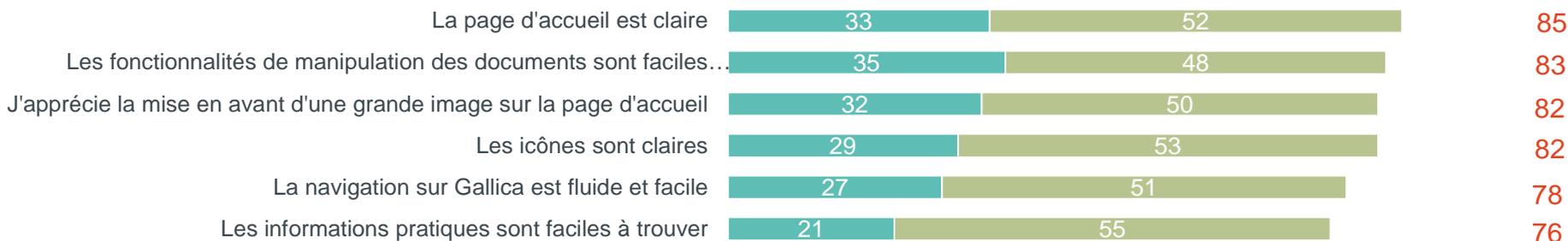
■ **31% des usagers « insatisfaits » vis-à-vis des services proposés par Gallica (soit 2% des Gallicanautes) déclarent avoir des difficultés avec le moteur de recherche.**

## Opinion concernant l'ergonomie et l'aspect visuel de Gallica

Résultats en %

Cumul « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord »

Cumul d'accord



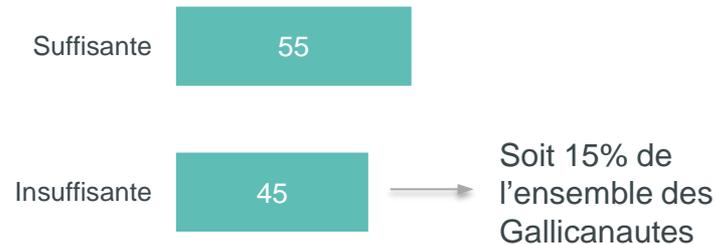
## Opinion sur la présence de Gallica sur les réseaux sociaux

Résultats en %, Total = 100



## Evaluation de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux

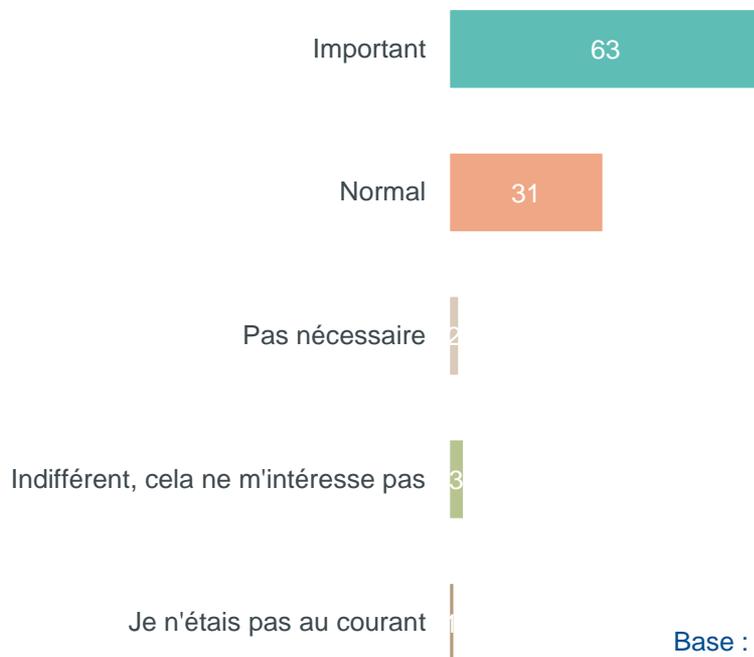
Résultats en %, Total = 100



► **12%** des Gallicanautes suivent l'activité de Gallica sur les réseaux sociaux (page Facebook, fil Twitter, compte Pinterest). On peut alors analyser les questions d'opinion sur la présence de Gallica au sein des réseaux sociaux auprès de ces seuls usagers :

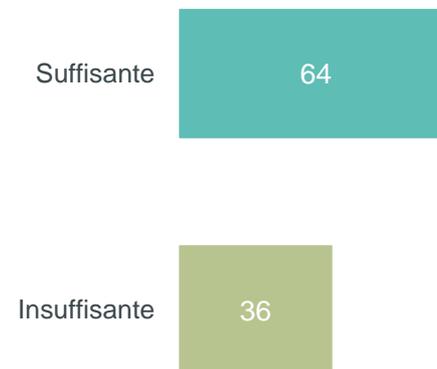
## Opinion sur la présence de Gallica sur les réseaux sociaux

Résultats en %, Total = 100  
 Base : Gallicanautes suivant l'activité de Gallica sur les réseaux sociaux



## Evaluation de la présence de Gallica sur les réseaux sociaux

Résultats en %, Total = 100  
 Base : Gallicanautes suivant l'activité de Gallica sur les réseaux sociaux

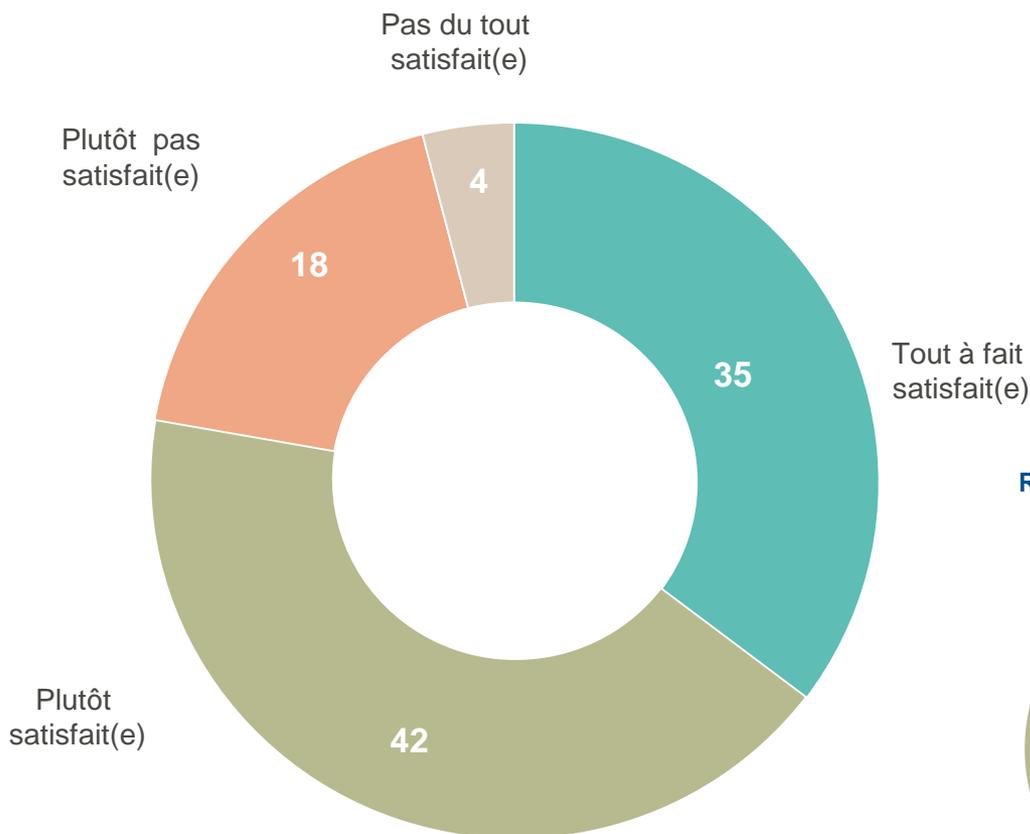


Base : Gallicanautes usagers des réseaux sociaux

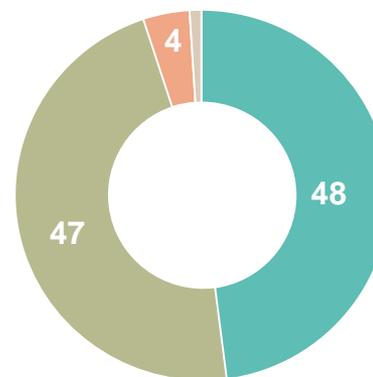
- Si le taux de satisfaction de 95% reflète une situation très favorable, il est aussi fortement teinté du fort attachement des Gallicanautes. Ces réponses ne mesurent pas uniquement la satisfaction.
- On pourrait conclure, qu'avec ce taux, les attentes d'amélioration sont marginales. Les résultats précédents ont montré que tel n'était pas le cas.
- On peut alors proposer un taux de satisfaction recomposé, basé sur 4 composantes « élémentaires » de la satisfaction, points jugés comme primordiaux.
  - la fluidité de la navigation
  - les fonctionnalités de manipulation des documents
  - les réponses du moteur de recherche
  - l'accompagnement à la recherche
- Ces 4 questions élémentaires (avec une échelle de tout à fait satisfait à pas du tout satisfait) sont combinées afin d'estimer un taux « plus objectif » de satisfaction (le mode de calcul est détaillé en annexe).

# Mesure recomposée de la satisfaction vis à vis de Gallica

## Taux de satisfaction recomposé



### Rappel du taux de satisfaction « classique »



Dans cette lecture plus exigeante de la satisfaction, le taux reste cependant élevé avec un score de 78% (précisons que les « normes » mentionnées précédemment ne s'appliquent pas à de tels taux recomposés).

A contrario, pour 22% des répondants Gallica doit pouvoir s'améliorer sur au moins l'un des 4 points pris en compte (fluidité de la navigation, fonctionnalités de manipulation des documents, réponses du moteur de recherche, accompagnement à la recherche).

- L'idée de croiser la satisfaction « classique » et cette satisfaction recomposée vient très naturellement à l'esprit :

### Satisfaction générale, mesure classique

		Tout à fait satisfait(e)	Plutôt satisfait(e)	Plutôt pas satisfait(e)	Pas du tout satisfait(e)	Total
<b>Satisfaction recomposée</b>	Très satisfait	27%	8%			35%
	Plutôt Satisfait	18%	24%			42%
	Plutôt pas satisfait	3%	13%	2%		18%
	Pas du tout satisfait		2%	2%	1%	4%
	Total	48%	47%	4%	1%	100%

Somation des cases bleues

54%

Réponses similaires selon les deux approches

Somation des cases orangées

37%

Réponses « supérieures » pour la mesure classique  
→ effet de bienveillance

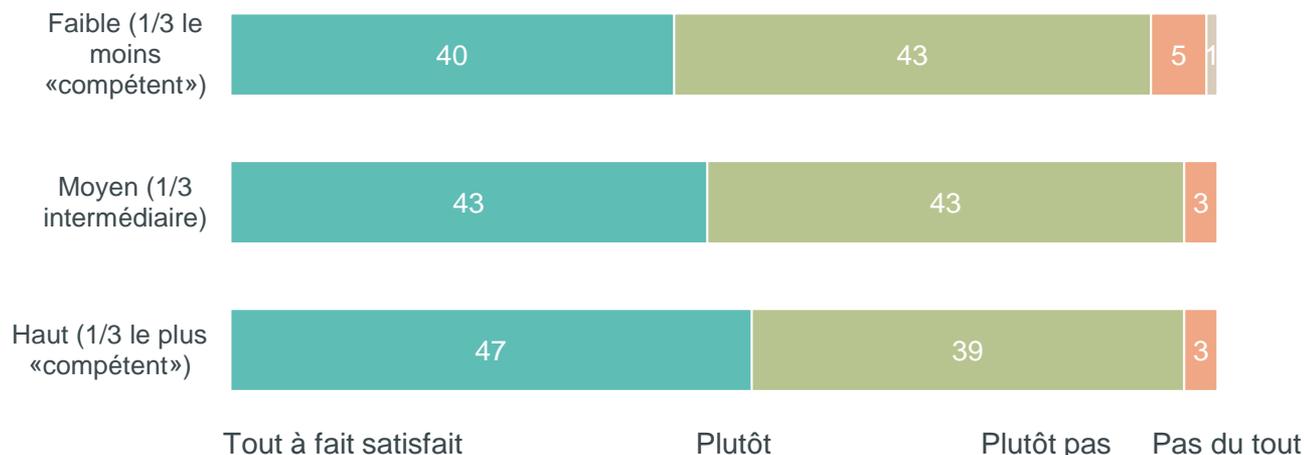
Somation des cases grisées

8%

Réponses « inférieures » pour la mesure classique  
→ effet d'exigence

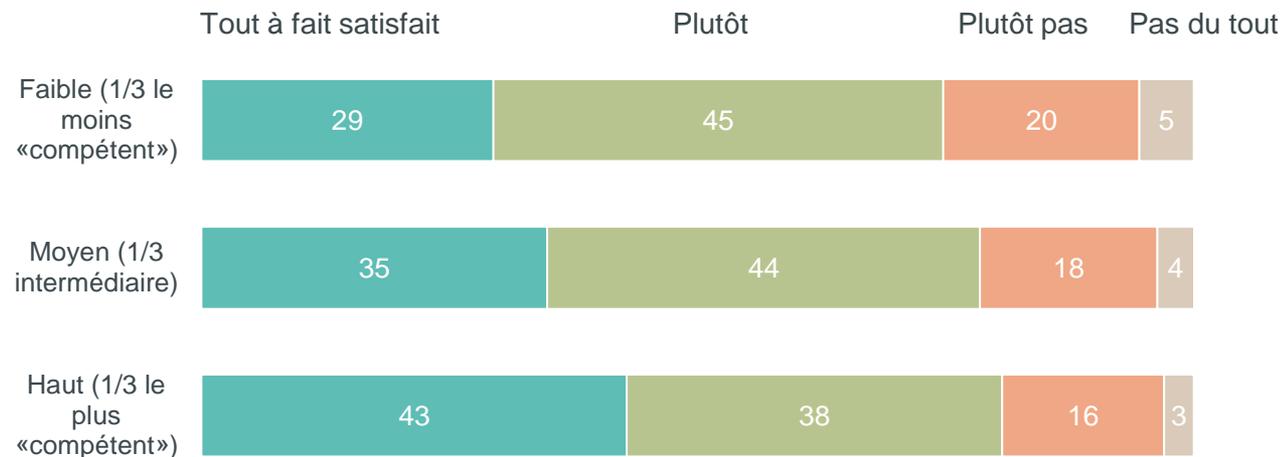
## Niveau de satisfaction selon le niveau d'expertise / de multiplicité des usages

Réponses en %, Total = 100



## Niveau de satisfaction RECOMPOSÉE selon le niveau d'expertise / de multiplicité des usages

Réponses en %, Total = 100



- Plus le niveau d'usage des diverses fonctionnalités de Gallica est élevé, meilleur est le niveau de satisfaction (principalement sur la proportion de réponses « tout à fait satisfait »).

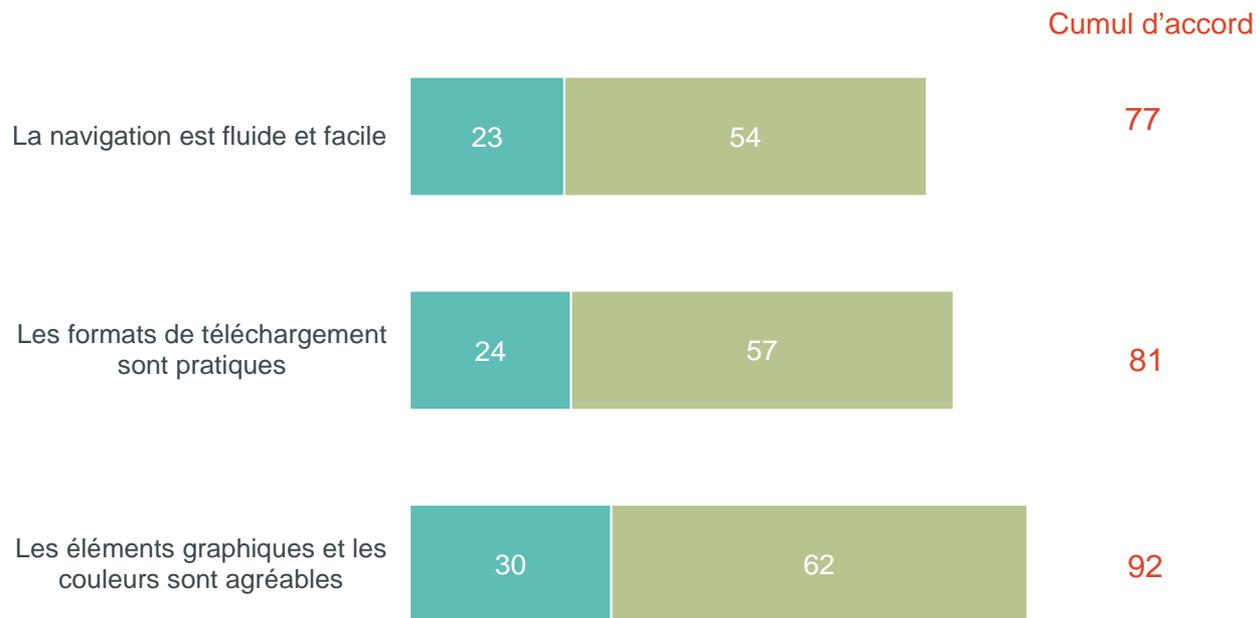
► **25%** des Gallicanautes consultant Gallica sur support mobile utilisent l'application pour smartphone ou tablette

## Opinions concernant l'application mobile de Gallica

Cumul « Tout à fait d'accord » et « Plutôt d'accord »

Résultats en %

Base : Gallicanautes utilisant l'application mobile de Gallica





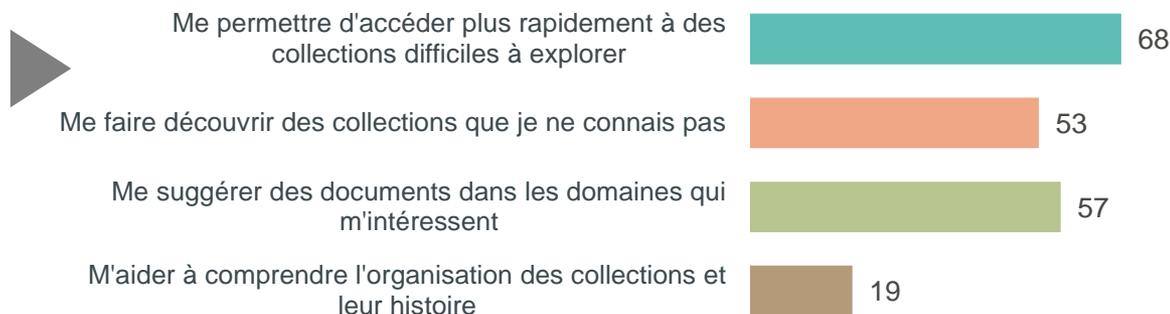
# Partie 7

---

## Attentes

## « Parlons des pages de présentation des collections, qu'en attendez-vous en priorité ? »

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples (3 réponses possibles)  
Base : Répondants utilisant le bouton « Collection »



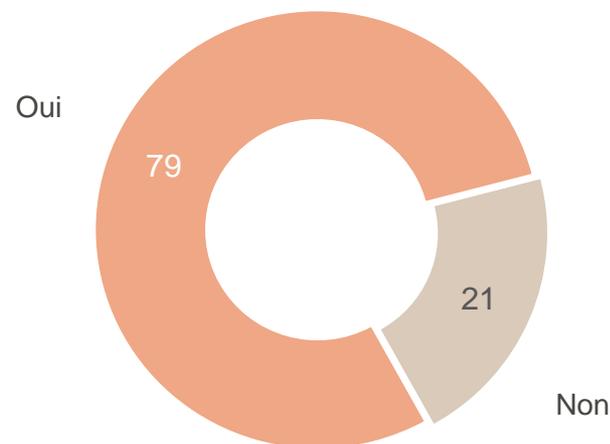
**Absence de réelle priorisation des attentes.**

**46 %**

des Gallicanautes ont déjà utilisé le bouton « Collection » (7% à chaque fois, 12% souvent, 27% occasionnellement)

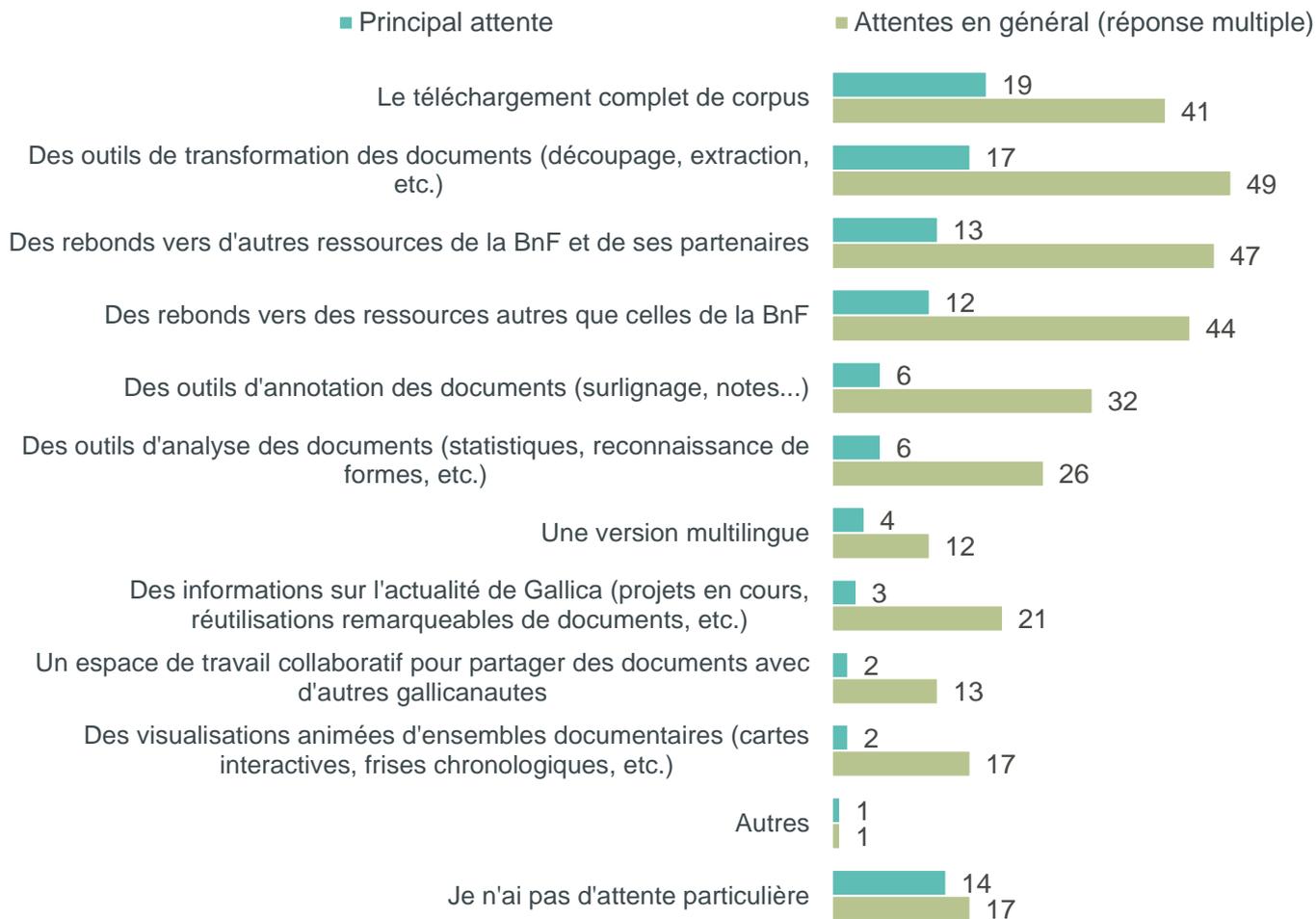
## « Souhaiteriez-vous davantage de pages présentant des collections (par thématique, etc.) ? »

Résultats en %, Total = 100  
Base : Répondants utilisant le bouton « Collection »



« Concernant les fonctionnalités et services à venir, lesquels aimeriez-vous trouver en priorité sur Gallica ? »  
modalités suggérées - 4 réponses maximum

Réponses en %



En 2011, 61% des Gallicanautes souhaitaient le téléchargement complet des corpus,

52% souhaitaient des outils d'annotation des documents

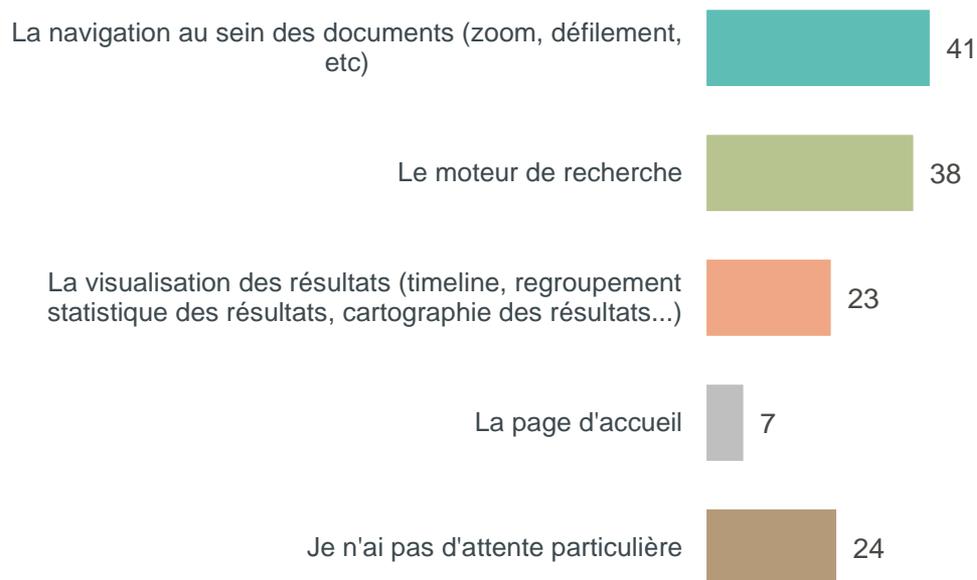
28% souhaitaient un espace de travail collaboratif

**« Concernant les fonctionnalités et services à venir, lesquels aimeriez-vous trouver en priorité sur Gallica ? » (4 réponses maximum)**

- On note là encore un fort éclatement des réponses. Aucune fonctionnalité ne se détache des autres. Il n'y a pas d'attente massive d'une fonctionnalité qui manquerait à l'évidence actuellement.
- Ce résultat est pour partie lié au fort niveau de satisfaction globale, avec des attentes d'améliorations de telle ou telle fonctionnalité sans qu'aucune d'entre-elles ne ressorte spécifiquement.
- Ce constat vaut que l'on analyse les premières réponses données ou le cumul des 4 réponses possibles.
- Ce phénomène se perçoit également au regard du nombre de réponses données. Situation assez inhabituelle, tous ou presque ont utilisé ces 4 réponses possibles, avec une moyenne de 3,6 réponses données par répondant.
- Il convient de préciser que 4 modalités pourtant suggérées non pas été citées (ou très peu). Ces fonctionnalités ne suscitent donc pas d'attente particulière : « tutoriel ou mode d'emploi », « meilleure présentation des collections », « espace d'échange avec les gestionnaires du site » et « téléchargement en format ePub ».

## « Parlons maintenant de l'ergonomie du site, quels aspects amélioreriez-vous en priorité ? »

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples 2 réponses possibles  
Base : Ensemble des Gallicanautes



Une hiérarchie des 3 premières attentes identique à celle observée lors de la précédente enquête, avec des **résultats globalement similaires par rapport à 2011** si l'on prend en compte les différences de formulation.

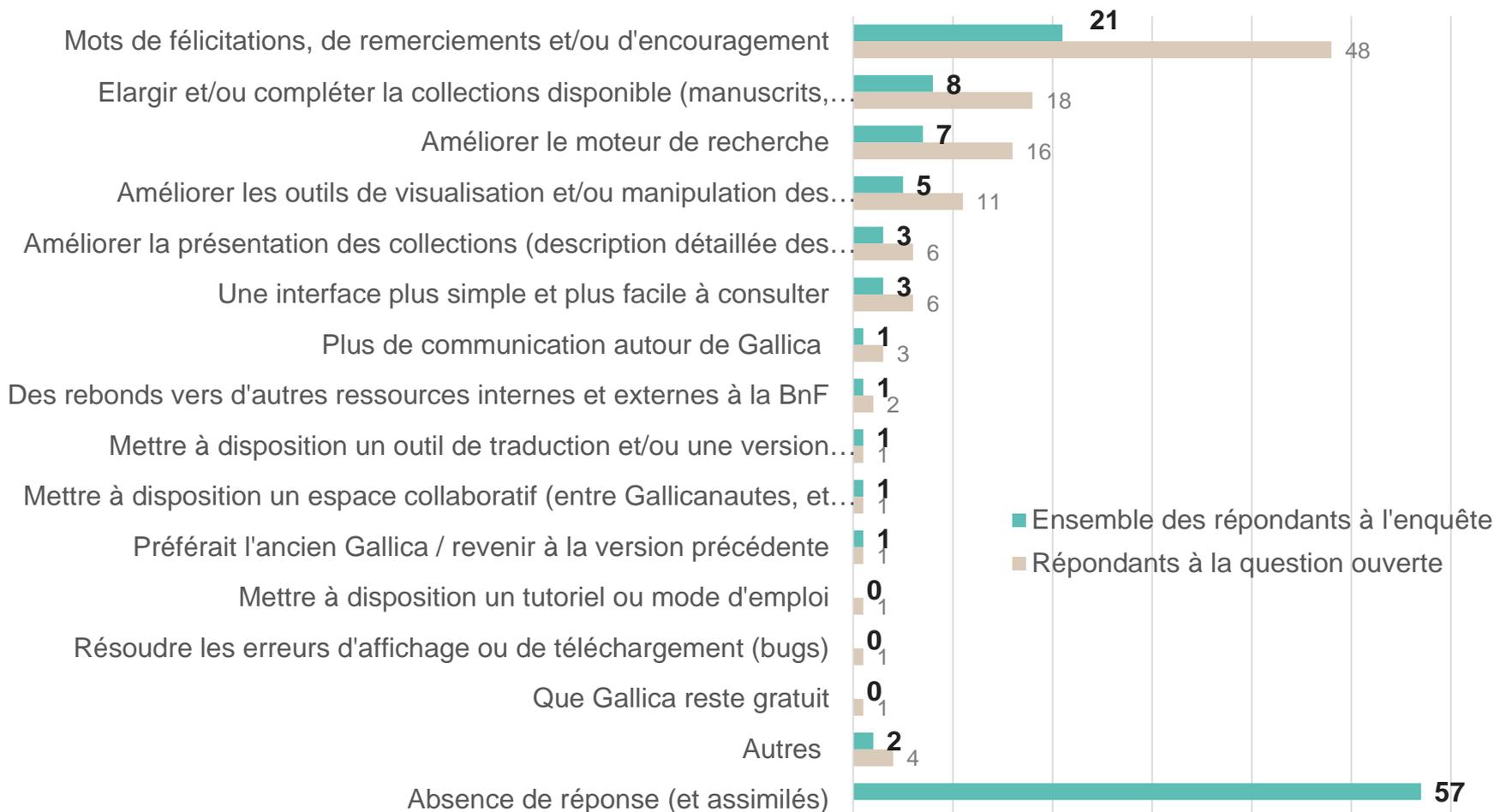
La visualisation des résultats est en retrait par rapport aux attentes liées à la navigation et le moteur de recherche.

En 2011, une question assez similaire avait été posée, avec cependant deux autres modalités proposées et la possibilité de donner 5 réponses (avec en moyenne 2 réponses, pour 1,3 en 2016). La comparaison est donc délicate. On avait noté que 57% des Gallicanautes souhaitaient l'amélioration de la navigation au sein des documents, 48% souhaitaient l'amélioration du moteur de recherche, 32% souhaitaient une amélioration au niveau de la visualisation des résultats.

# Suggestions et remarques concernant Gallica (question ouverte)

**Enfin, pour terminer, avez-vous d'autres suggestions, remarques, point de vue à formuler sur Gallica ?**

Résultats en %, Total > 100 en raison des réponses multiples





## Partie 8

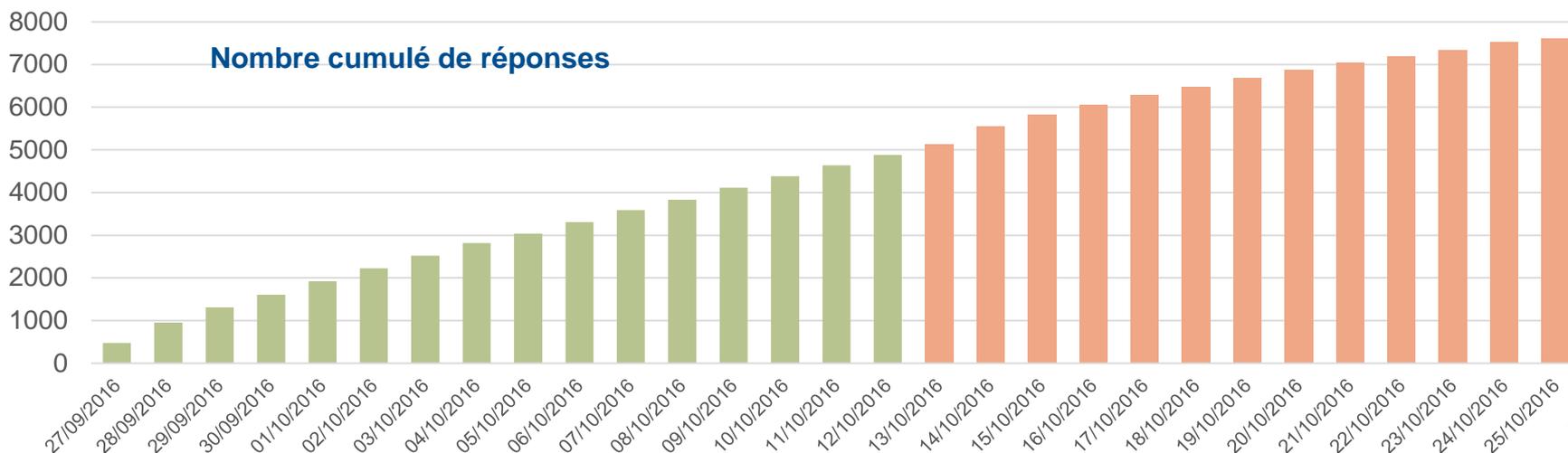
---

## Annexes

Nombre quotidien de réponses



Nombre cumulé de réponses



# Annexe I : Réponses et Gestion de la représentativité

## Répartition échantillons 1 et 2 selon suivi web de l'activité Gallica

	Période d'accès aux questionnaires		
	27/09 - 12/10	13/10 - 26/10	Total
Inscrit à la newsletter utilisateur des réseaux sociaux	4%	5%	5%
Inscrit à la newsletter non utilisateur des réseaux sociaux	12%	20%	15%
Non inscrit à la newsletter utilisateur des réseaux sociaux	8%	7%	8%
Non inscrit à la newsletter non utilisateur des réseaux sociaux	77%	68%	73%
Total	100%	100%	100%
Nombre non pondéré	4920	2705	7625

Base : Ensemble des répondants

## Répartition échantillons 1 et 2 selon rythme de fréquentation estimée de Gallica

	Période d'accès aux questionnaires		
	27/09 - 12/10	13/10 - 26/10	Total
Tous les jours ou presque	13%	6%	11%
2 à 3 fois par semaine	26%	19%	24%
1 fois par semaine	14%	14%	14%
Une fois par mois	25%	28%	26%
Moins souvent	16%	24%	19%
Primo visiteur	4%	7%	5%
Je ne sais pas	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%
Nombre non pondéré	4920	2705	7625

Base : Ensemble des répondants

20% des répondants sont inscrits à la newsletter de Gallica et 13% suivent son activité sur le web (sur Facebook ou Twitter). Suite à la mobilisation des moyens de sollicitation destinés aux Gallicanautes les plus proches, on a pu observer une reprise du taux de participation à l'enquête. Cependant, cette participation n'a pas eu d'impact sur la structure générale de l'échantillon. La mobilisation de ces moyens de contact a eu un léger effet d'aubaine sur les Gallicanautes les moins assidus : sur l'échantillon 2, 52% des répondants consultent Gallica 1 fois par mois et moins, contre 41% sur l'échantillon 1.

## Répartition échantillons 1 et 2 selon statut professionnel

	Période d'accès aux questionnaires		
	27/09 - 12/10	13/10 - 26/10	Total
Exerce une activité rémunérée	53%	50%	52%
N'exerce pas d'activité rémunérée	47%	50%	48%
Total	100%	100%	100%
Nombre non pondéré	4920	2705	7625

Base : Ensemble des répondants

## Répartition échantillons 1 et 2 selon rythme de fréquentation estimée de Gallica

	Période d'accès aux questionnaires		
	27/09 - 12/10	13/10 - 26/10	Total
Agriculteur exploitant	0%	0%	0%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	4%	3%	3%
Cadre, PIS	34%	32%	33%
Profession intermédiaire	9%	8%	9%
Employé	6%	6%	6%
Ouvrier	1%	1%	1%
Retraité	32%	37%	34%
Autre sans activité professionnelle	14%	13%	14%
Total	100%	100%	100%
Nombre non pondéré	4795	2645	7440

Base : Ensemble des répondants

La mobilisation des moyens de contact supplémentaires a également permis de renforcer la participation des inactifs, notamment des retraités : sur l'échantillon 2, 50% des répondants sont des inactifs (contre 47% sur l'échantillon 1) et 37% sont des retraités (contre 32% sur l'échantillon 1).

	2011		2016		Evolution	
	Ensemble des visiteurs données Xiti	% enq	Ensemble des visiteurs Xiti	%enq	de nb de visiteurs	en structure (1)
15-24 ans		9%		6%		-3%
25-34 ans		18%		10%		-8%
35-49 ans		26%		19%		-7%
50-64 ans		33%		35%		+2%
65 ans et plus		14%		30%		+16%
Total	431 600	100%	589 600	100%	+37%	

	2011		2016		Evolution	
	Ensemble des visiteurs (2)	%	Ensemble des visiteurs (3)	%	de nb de visiteurs	en structure
15-24 ans	38 900	9%	35 300	6%		-3%
25-34 ans	77 700	18%	59 000	10%		-8%
35-49 ans	112 200	26%	112 000	<19%		-7%
50-64 ans	142 400	33%	206 400	35%		+2%
65 ans et plus	60 400	14%	176 900	30%		+16%
Total	431 600	100%	589 600	100%	+37%	

	2011		2016		Evolution	
	Ensemble des visiteurs	%	Ensemble des visiteurs	%	de nb de visiteurs (4)	en structure
15-24 ans	38 900	9%	35 300	6%	-9%	-3%
25-34 ans	77 700	18%	59 000	10%	-24%	-8%
35-49 ans	112 200	26%	112 000	19%	+0%	-7%
50-64 ans	142 400	33%	206 400	35%	+45%	+2%
65 ans et plus	60 400	14%	176 900	30%	+193%	+16%
Total	431 600	100%	589 600	100%	+37%	

Exemple de l'analyse par âge :

Les données de gestion disponibles (le nombre total de visiteurs ), ainsi que les résultats des enquêtes 2011 et 2016, ont permis de calculer l'évolution de la répartition par classe d'âge des visiteurs du site (1).

A partir de cette évolution en structure (1), il a été possible d'estimer le nombre de visiteurs par classe d'âge en 2011 (2) et 2016 (3).

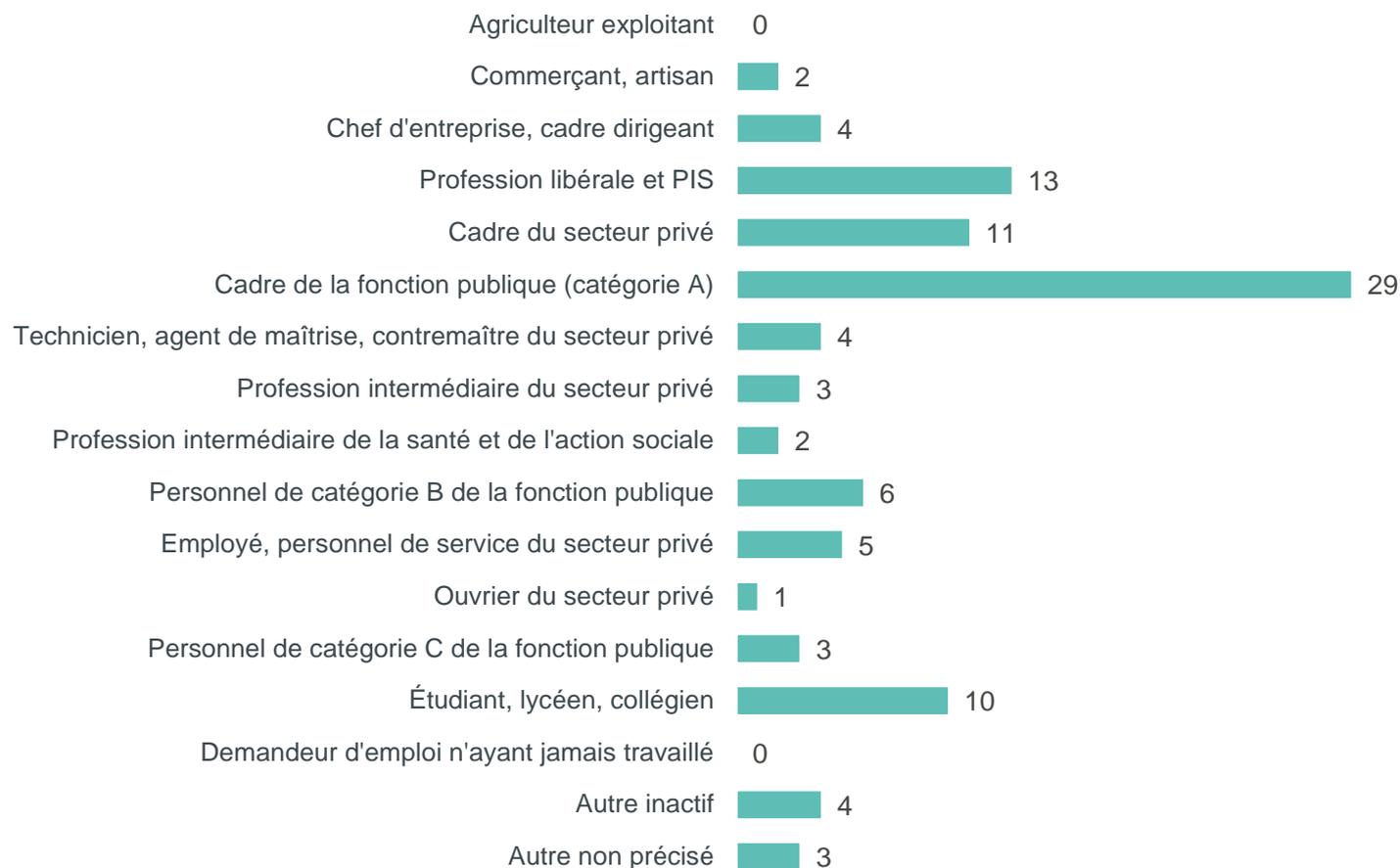
Enfin, grâce aux estimations du nombre de visiteurs (2) et (3), il a été possible d'estimer l'évolution du nombre de visiteurs selon classe d'âge (4) entre 2011 et 2016.

On observe ainsi une augmentation significative (+193%) du nombre de visiteurs âgés de 60 ans et plus entre 2011 et 2016. **Au regard des modes de calculs, ces résultats sont présentés en valeurs arrondies dans le rapport.**

### Dernière profession exercée ou à défaut situation actuelle

S7 détaillée complétée par S6 pour les personnes n'ayant jamais travaillé

Résultats en %, total = 100



Afin de mieux quantifier l'utilisation des services proposés par Gallica et leur importance relative pour les usagers, on a procédé dans à une estimation de la fréquence l'utilisation de ces services exprimée en nombre de visites.

Cette estimation a été effectuée à partir de la fréquence mensuelle de consultation de Gallica et de la fréquence déclarée par les répondants pour chaque motif de consultation (Q14), chaque pratique de recherche (Q10, Q16 et Q20) et chaque fonctionnalité utilisée (Q19 et Q25).

Pour ce faire, dans un premier temps, une valeur a été attribuée à chaque fréquence déclarée (1) comme suit :

« A chaque fois ou presque » = 100

« Souvent » = 50

« Occasionnellement » = 20

« Jamais/Je connais pas » = 0

Pour chaque motif, pratique de recherche et fonctionnalité, une valeur quantitative a été calculée en divisant la valeur attribuée à sa fréquence (1) par la somme des valeurs attribuées aux autres modalités du groupe en question :

$$\text{Ex. } Q14\_1q = Q14\_1\text{Freq} / (Q14\_1\text{Freq} + Q14\_2\text{Freq} + Q14\_3\text{Freq} + Q14\_4\text{Freq})$$

Ainsi, on dispose ainsi d'une estimation sur 100% des chacun des items d'une question (par exemple la Q14 motif de consultation) :

	Répondant 1	Répondant 2	Répondant 3
mes études	0%	57%	0%
mon métier	52%	38%	0%
mes recherches personnelles	13%	3%	53%
mes loisirs	29%	1%	45%
Autres (préciser)	6%	2%	2%
Total	100%	100%	100%

## Annexe 4 : Estimation de la fréquence d'utilisation de Gallica selon nombre de visites

Ces valeurs ont ensuite simplement été multipliées par la fréquence mensuelle de consultation de Gallica exprimée en nombre de jours (FREQ = 1 à 30) pour obtenir un nombre mensuel de visites par usage :

Ex. Q14\_1q \* FREQ = Quantité01 (Nb mensuel de visites concernant le motif Q14\_1)

On dispose ainsi d'une estimation « fictive » des visites par motif, estimation qui permet par sommation de répartir les motifs en %.

	Répondant 1	Répondant 2	Répondant 3
<b>Fréquence mensuelle</b>	5	10	2
<b>mes études</b>	0,00	5,67	0,00
<b>mon métier</b>	2,62	3,78	0,00
<b>mes recherches personnelles</b>	0,63	0,33	1,06
<b>mes loisirs</b>	1,45	0,07	0,89
<b>Autres (préciser)</b>	0,30	0,15	0,05
<b>Total</b>	5,00	10,00	2,00

	Répondant 1	Répondant 2	Répondant 3	Total	Total
<b>mes études</b>	0,00	5,67	0,00	5,67	33%
<b>mon métier</b>	2,62	3,78	0,00	6,40	38%
<b>mes recherches personnelles</b>	0,63	0,33	1,06	2,02	12%
<b>mes loisirs</b>	1,45	0,07	0,89	2,41	14%
<b>Autres (préciser)</b>	0,30	0,15	0,05	0,49	3%
<b>Total</b>	5,00	10,00	2,00	17,00	100%

Les résultats obtenus en structure répartissant les visites ont été arrondis à 5% ou 10% en raison de l'imprécision liée au mode de calcul utilisé.

A partir des indicateurs quantitatifs calculés pour chaque motif de consultation (cf. annexe 4), on a construit une nouvelle variable permettant d'identifier les Gallicanautes monomotifs et les multimotifs de consultation.

Cet indicateur quantitatif (Q14\_iq) a été calculé en attribuant une valeur aux fréquences déclarées d'utilisation allant de 0 (jamais / ne connaît pas) à 100 (à chaque fois ou presque), puis en divisant la valeur obtenue par la somme des valeurs obtenues pour l'ensemble des motifs.

Ainsi, les monomotifs (études, métiers, recherches personnelles, loisirs) ont été identifiés comme les personnes pour lesquelles l'indicateur quantitatif Q14\_iq est supérieur ou égal à 83%, c'est-à-dire lorsqu'un motif incite à chaque fois ou presque la consultation de Gallica, sans que d'autres motifs soient mis en avant ou que seul un autre motif soit occasionnellement à la base de l'utilisation de Gallica.

L'identification des monomotifs a également permis d'identifier, par défaut, les multimotifs. Ainsi, nous avons pu calculer le nombre de motifs mentionnés par les visiteurs « multimotifs » (les motifs ayant  $Q14\_iq > 0$ ). On a ainsi identifié deux principales classes de multimotifs (2 multimotifs, 3 ou 4 multimotifs). Précisons qu'une analyse factorielle a été tentée sur les multimotifs mais s'est avérée peu fructueuse.

## Annexe 6 : Calcul du score d'expertise et de multiplicité des usages et fonctionnalités

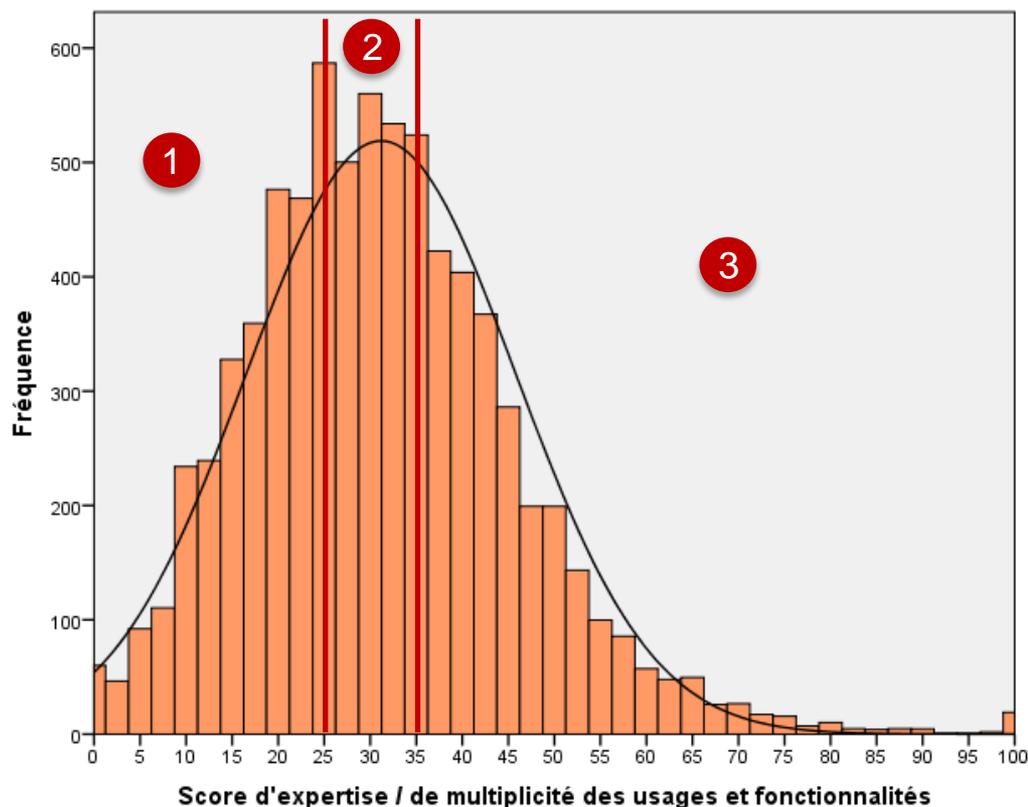
Pour la construction de la variable score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités, nous avons sélectionné les indicateurs de fréquence d'utilisation des moyen d'accès et des fonctionnalités suivants :

- Recherche avancée (Q19\_i2)
- Bouton « Collections » (Q19\_i3)
- Liste des nouveaux documents (Q19\_i4)
- Lettre de Gallica (Q19\_i5)
- Page Facebook ou compte Twitter de Gallica (Q19\_i6)
- Partage avec des collègues ou amis sur le web (Q20\_i5)
- Table des matières (Q23)
- Modification du mode d'affichage des documents (Q24)
- Recherche par mot dans le document (Q25\_i1)
- Zoom (Q25\_i2)
- Marque-page (Q25\_i3)
- Commande d'une reproduction (Q25\_i4)
- Copie du code d'un document pour l'intégrer dans un site tiers (Q25\_i5)
- Signaler une anomalie (Q25\_i6)
- Récupération d'images via l'API (Q25\_i7)

Pour chacun de ces moyens d'accès et fonctionnalités, une valeur a été attribuée aux usagers selon la fréquence déclarée d'utilisation comme suit :

- « A chaque fois ou presque » = + 100
- « Souvent » = + 50
- « Occasionnellement » = + 20

Pour obtenir les score individuels, les valeurs obtenues pour l'ensemble des 15 indicateurs listés ci-dessus ont été additionnées. La somme calculée a ensuite été divisée par 10 afin d'obtenir des scores allant de 0 à 100. Enfin, trois classes ont été définies suivant la répartition par percentiles (à 33% et à 66%) de l'indicateur quantitatif obtenu.



Score d'expertise / de multiplicité des usages et fonctionnalités (3 positions)

- 1 Faible (1/3 le moins «compétent») score moyen : 17,5  
soit 44% de moins que le groupe 2
- 2 Moyen (1/3 intermédiaire) score moyen : 31
- 3 Haut (1/3 le plus «compétent») score moyen : 47,5  
Soit 50% de plus que le groupe 2

Mes études	Mon métier				Total
	A chaque fois ou presque	Souvent	Occasionnellement	Jamais	
A chaque fois ou presque	49%	18%	25%	16%	26%
Souvent	5%	34%	11%	3%	7%
Occasionnellement	3%	8%	22%	3%	5%
Jamais	43%	41%	43%	78%	63%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
V de Cramer	0,31				

Mes études	Mes recherches personnelles				Total
	A chaque fois ou presque	Souvent	Occasionnellement	Jamais	
A chaque fois ou presque	21%	22%	50%	39%	26%
Souvent	3%	22%	8%	3%	7%
Occasionnellement	5%	7%	10%	1%	5%
Jamais	71%	48%	32%	57%	63%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
V de Cramer	0,21				

Mes études	Mes loisirs				Total
	A chaque fois ou presque	Souvent	Occasionnellement	Jamais	
A chaque fois ou presque	15%	20%	40%	30%	26%
Souvent	3%	17%	12%	4%	7%
Occasionnellement	6%	9%	8%	2%	5%
Jamais	77%	53%	40%	64%	63%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
V de Cramer	0,19				

Mon métier	Mes recherches personnelles				Total
	A chaque fois ou presque	Souvent	Occasionnellement	Jamais	
A chaque fois ou presque	22%	22%	52%	44%	27%
Souvent	3%	28%	14%	5%	8%
Occasionnellement	8%	13%	10%	2%	8%
Jamais	67%	38%	25%	49%	57%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
V de Cramer	0,25				

<b>Mon métier</b>	<b>Mes loisirs</b>				<b>Total</b>
	<b>A chaque fois ou presque</b>	<b>Souvent</b>	<b>Occasionnellement</b>	<b>Jamais</b>	
A chaque fois ou presque	14%	17%	43%	34%	27%
Souvent	3%	21%	15%	5%	8%
Occasionnellement	8%	14%	13%	4%	8%
Jamais	75%	47%	29%	58%	57%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
V de Cramer	0,24				

<b>Mes recherches personnelles</b>	<b>Mes loisirs</b>				<b>Total</b>
	<b>A chaque fois ou presque</b>	<b>Souvent</b>	<b>Occasionnellement</b>	<b>Jamais</b>	
A chaque fois ou presque	87%	42%	45%	63%	65%
Souvent	3%	51%	26%	10%	16%
Occasionnellement	2%	4%	25%	8%	8%
Jamais	9%	3%	4%	20%	11%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
V de Cramer	0,33				

#### Programmation :

```
Recode Q29_i3 Q29_i4 Q30_i5 Q30_i6  
(1=10) (2=7) (3=3) (4=0) (MISSING=5) (SYSMIS=5).  
EXE.
```

```
compute SATIS_recomposee = mean(Q29_i3, Q29_i4, Q30_i5, Q30_i6).  
EXECUTE.
```

```
IF (SATIS_recomposee<=2.5) Score2= 4.  
EXE.
```

```
IF (missing(Score2) & SATIS_recomposee<=5) Score2= 3.  
EXE.
```

```
IF (missing(Score2) & SATIS_recomposee<=7.5) Score2= 2.  
EXE.
```

```
IF (missing(Score2) & SATIS_recomposee>7.5) Score2= 1.  
EXE.
```

```
VALUE LABELS Score2  
 1 "Très satisfait"  
 2 "Plutôt satisfait"  
 3 "Plutôt pas satisfait"  
 4 "Pas du tout satisfait".
```