

---

# Kynos Études & Formations

Méthodes, outils et références  
Culture, tourisme et institutions

1987 - 2011

# Kynos sarl : une équipe pluridisciplinaire pour le suivi de votre clientèle

---

Créée en 1987 par Sophie Ranjard et Jean Luc Van Impe, notre société est spécialisée dans la réalisation d'études et la mise en place d'observatoires des publics, usages et usagers de différents dispositifs de médiation, notamment les ressources documentaires et boutiques en ligne.

**Emmanuel BARTHOLO** : consultant formateur, diplômé de l'ISG, informatique et statistiques

**Gabriel BARTHOLO** : chargé d'étude, master scientifique Paris 6, analyse de données

**Françoise BESLOT** : diplômée IFOCOP, commercialisation de produits (Modalisa) et services

**Antoine DECARIS** : consultant gérant, diplômé de l'ISG, études marketing et de satisfaction

**Sophie RANJARD** : associée, DESS NTIC Paris 8, observatoires des publics et des clientèles

**Violette ROUZET** : saisie et codification de données, contrôle qualité

**Léa VAN IMPE** : chargée de création et d'identité visuelle, diplômée de l'Ecole Duperré

Autre société du groupe :

**iteo.net** : développement et hébergement de serveurs d'enquêtes spécifiques.

Kynos est dotée d'une structure financière saine qui nous permet de participer, dans les meilleures conditions de sécurité pour nos clients, à des projets de taille importante, exigeant des avances de trésorerie notables ou la mobilisation éventuelle de compétences externes.

# L'équipe Kynos -1-

---

## **Emmanuel BARTHOLO,**

Depuis 2001 : consultant manager, responsable des enquêtes en ligne

Responsable des mises en lignes d'enquêtes

Études qualitatives et quantitatives

1997/2000 : Institut Supérieur de Gestion

1996/1997 : Classe préparatoire commerciale au lycée Saint Michel de Picpus

Baccalauréat scientifique

## **Antoine DECARIS,**

Depuis 2009 : directeur gérant à KYNOS

2004-2009 : consultant – formateur, chargé des traitements statistiques et des analyses quantitatives

2002-2004 : Chargé de gestion à 1855

1999-2002 : Diplômé de l'ISG (Institut Supérieur de Gestion, BAC + 4) Paris, mention Bien

1998-1999 : Année préparatoire à l'AFIG (Année de Formation Initiale à la Gestion)

1996-1998 : PCEM 1 à Lariboisière Saint-Louis

1995-1996 : Baccalauréat Scientifique, mention AB, Lycée Saint-Michel de Picpus Paris

## **Sophie RANJARD,**

Depuis 1991 : directrice des études

2004 - Personnel certificateur au niveau européen, Université libre de Bruxelles

1995 - Cycle de conférences en sociologie des organisations (Renaud Sainsaulieu)

1987 - DESS de documentation et technologies avancées, Université Paris 8

1984 - Maîtrise de documentation et d'information scientifique et technique, Université Paris 8

1977 - Diplôme de spécialisation, mention documentation, Université Paris 8

1974 - Cours de l'École pratique des Hautes Études en ethnologie

1971 - Maîtrise de Géographie, option économie, Université Paris 1

# L'équipe Kynos -2-

---

## **Gabriel BARTHOLO,**

Depuis 2010 : consultant formateur à KYNOS  
Formateur en outils d'analyse de données  
2007 : Paris 6, Master 2, Sciences de l'Univers  
2001 : Classe préparatoire PTSI au lycée Raspail  
Baccalauréat scientifique

## **Françoise BESLOT,**

Depuis 1998 : responsable de la commercialisation de produits (Modalisa) et services  
1998 : diplômée IFOCOP  
Etudes de psychologie, licence  
Baccalauréat G

## **Violette ROUZET,**

Depuis 2000 chargée des saisies, de la codification et du contrôle qualité  
Études de philosophie, niveau licence  
Baccalauréat littéraire

## **Léa VAN IMPE,**

Chargée de la création et de l'identité visuelle des sites  
Ancienne élève de l'ESAA Duperré  
Baccalauréat Arts appliqués

# De l'observation des publics à la satisfaction des clients des boutiques en ligne

---

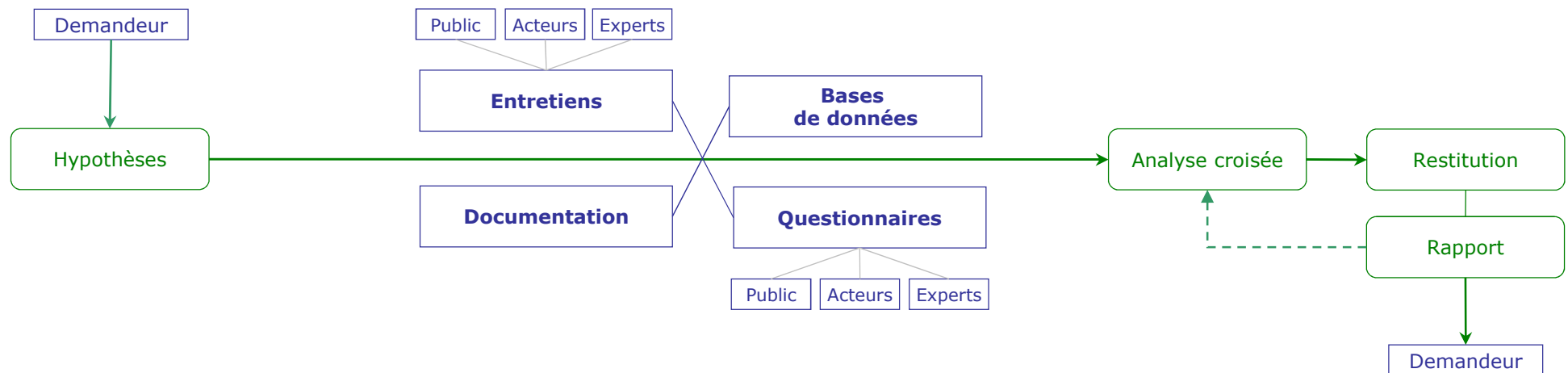
Nous réalisons des études diversifiées, certaines classiques et d'autres plus originales:

- des observatoires sociodémographiques et des baromètres de satisfaction
- des comptages et de l'observation des flux de visiteurs,
- des études qualitatives sur l'accueil des publics, par exemple sur la construction de projets de visites, le positionnement optimal des personnels d'accueil et des médiateurs culturels, les suites à donner par type de visite/visiteur,
- des études sur les usages croisés des équipements, les parcours transversaux possibles
- des évaluations d'équipements : audioguides, bornes numériques...
- des études sur les clients actuels et potentiels des boutiques en ligne

---

# Des études, méthodes et outils spécifiques

# METHODE : un dispositif multiméthodologique



## Genèse et objectifs de la méthode

Notre équipe dispose maintenant de près de vingt ans d'expérience dans la réalisation d'enquêtes au sein de nombreux types d'entreprises, sur des sujets et objets extrêmement variés. En parallèle à la définition des fonctionnalités de nos outils d'analyse de données, nous avons expérimentalement mis au point un chemin type qui permet de fiabiliser la réalisation de nos études.

Le schéma ci-dessus indique les moyens et les étapes assurant les meilleures garanties d'**écoute** et de **transparence** du projet. Il permet à notre chargé d'études d'être, à tout instant, à même de **rendre compte** de l'avancement de ses travaux. Notre méthode assure au client les meilleures garanties de **transférabilité** de nos travaux.

**Hypothèses** : au départ de l'étude, enregistrement de la demande et de l'expression des hypothèses.

**Documentation - Entretiens - Bases de données - Questionnaires** : ces différents outils d'interrogation seront utilisés en proportions adaptées à chaque type d'étude. Notre méthode met l'accent sur leur complémentarité, un seul type d'outil étant rarement suffisant pour mener à bien une étude complète.

## Les dispositifs quantitatifs les plus fréquemment utilisés

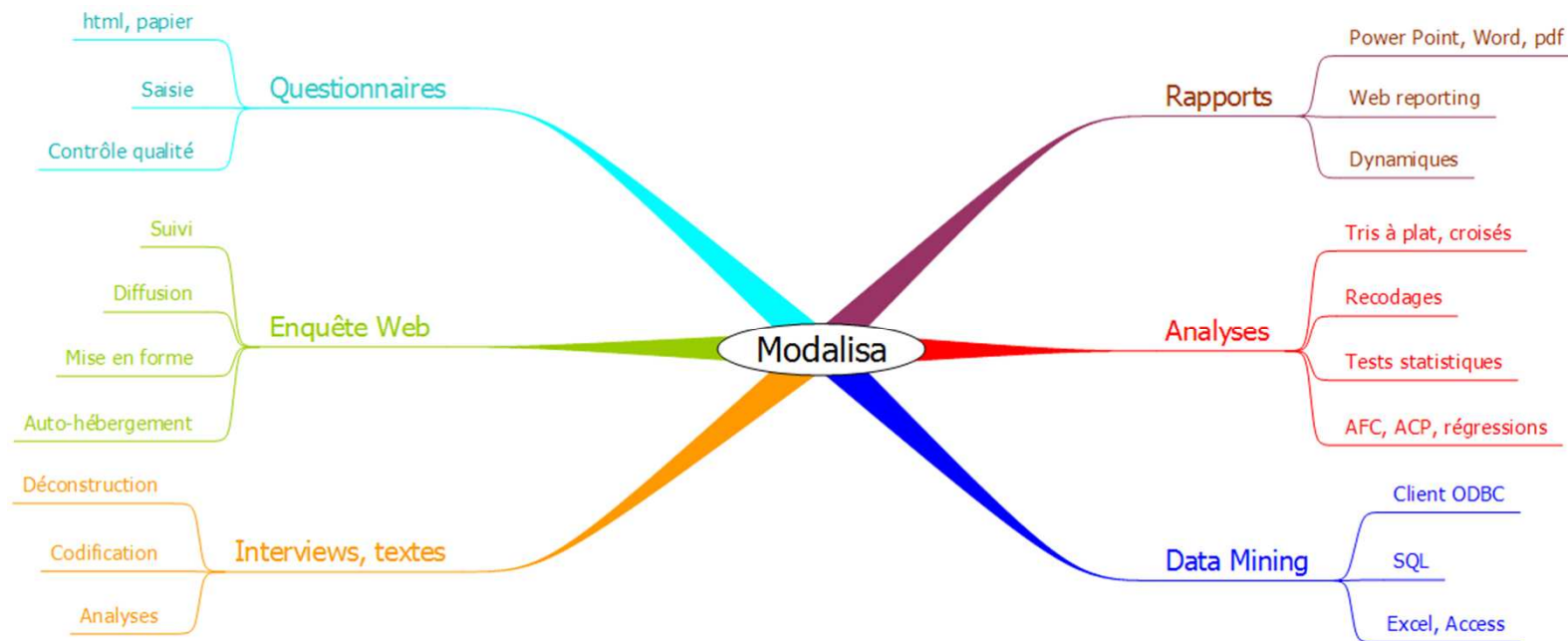
---

Nous sommes souvent sollicités pour des dispositifs quantitatifs : conception, passation et traitement de questionnaires. La passation peut revêtir plusieurs formes :

- Passation administrée avec une équipe d'enquêteurs à la sortie des établissements,
- Passation auto-administrée avec une « mini-équipe » d'enquêteurs qui distribue des questionnaires à l'entrée des salles de spectacle, fournit des stylos et assiste les répondants à la sortie : cette solution, moins onéreuse que la précédente a donné de bons résultats dans tous les établissements où nous l'avons adoptée,
- Passation de questionnaires en ligne auprès d'abonnés ou de destinataires de newsletters, de clients de boutiques en ligne

Le choix d'une à deux semaine(s) de passation permet de récolter plusieurs centaines de questionnaires : nous analysons ensuite les données recueillies et les comparons à celles de la billetterie.

# OUTIL : un logiciel fondé sur une méthode éprouvée



**Modalisa présente une caractéristique unique : il offre l'ensemble de ses modules au sein d'un seul programme cohérent.** Il est ainsi possible de faire face, de manière fluide, à la plupart des problèmes posés lors de la réalisation d'une enquête et d'adapter les techniques d'analyse aux besoins. Ce parti pris, à contre-courant des pratiques commerciales habituelles, a directement été induit par notre pratique de consultants : nous diffusons le logiciel que nous utilisons quotidiennement, c'est notre outil de travail, il est formaté pour nous permettre de réaliser des analyses plus fiables, plus rapides, plus explicites...

Création et analyse de questionnaires comportant tout type de variables, codification et déconstruction d'entretiens, import et analyses de données, publication de questionnaires et d'analyses en Intranet/Internet, édition des rapports mis à jour dynamiquement, avec Modalisa vous aurez tous vos outils sous la main dès la première installation.

# Les actions de formation

---

Nous animons depuis plusieurs années des formations dans les domaines suivants :

**Mieux accueillir ses publics**

**Réaliser une enquête de A à Z**

**Développer une offre de services en ligne en direction des publics**

**Évaluer les actions et dispositifs de médiation culturelle**

Nous vous proposons 2 exemples de contenus de formation page suivante et sommes à votre disposition pour vous apporter des programmes détaillés en tant que de besoin.

Nos formations sont enrichies par l'apport de nos travaux avec de nombreux établissements (voir références jointes)

Kynos formation : n° d'identification 11751218875 Paris

# Formation « Mieux accueillir ses publics sur place et à distance » 2 jours

---

## 1. Sociologie des publics des établissements culturels

Les pratiques culturelles : synthèses de résultats d'études locales ou nationales

Les différents usagers et usages de l'information, usagers anciens et nouveaux, usagers/clients

## 2. Gérer la relation avec les publics, les usagers, les clients

Les modalités de l'accueil : sur place, accueil à distance (téléphone, courriel, int@net)

L'accueil téléphonique : la présentation du service, du répondant, l'écoute de la demande, la prise de notes, la reformulation, la fourniture des réponses et les modes de livraison des réponses.

L'accueil sur place : ses modalités, l'attention à porter aux primovisiteurs

La gestion des demandes par courriel : limites et vérifications utiles

La gestion des clients difficiles : typologie de situations conflictuelles, méthodes de prévention et de gestion : exercices pratiques sur la gestion de la relation client

## 3. Organiser l'espace d'accueil

Le comptage des flux dans les espaces physiques et virtuels

Le poste d'accueil, sa position, son organisation

Les outils de présentation du service : la plaquette, la page d'accueil d'un site web

## 4. Optimiser la qualité de la fonction accueil

La durée des plages d'accueil

Les indicateurs de qualité de la fonction accueil : exemple de QualiBib avec l'AFNOR

Conclusion : Vers une charte qualité de l'accueil

# Formation « Réaliser une enquête de A à Z » 3 jours

---

## 1. Identifier les types d'usagers et les usages de l'information

Établir la problématique d'une enquête : connaissance de ses publics, analyse de la demande et des attentes  
Définir les contours et la structure de la population à étudier, principes d'échantillonnage  
Les différentes étapes d'une étude

## 2. Réaliser une enquête par entretiens

Les différents types d'entretiens, individuels et collectifs.  
Conception et rédaction d'un guide d'entretien  
La passation et les techniques de l'entretien.  
L'analyse thématique du discours et l'exploitation des résultats

## 3. Réaliser une enquête par questionnaires

Conception et rédaction d'un questionnaire  
La passation de questionnaires, les enquêtes via Intranet ou Internet  
Exemples de traitements et interprétation des résultats, travaux pratiques sur un tableur  
Présentation d'un outil de traitement d'enquête : saisie, traitements et éditions.

## 4. Communiquer et concrétiser les résultats d'une enquête

Exemples de révision d'un plan stratégique, de la signalétique, d'une gamme de produits ou services  
Réalisation en interne ou sous-traitance, déontologie des enquêtes

---

# Sélection de références dans le secteur culturel

# Musées, établissements culturels



\*musée du quai Branly

## Musée du quai Branly, 75007 Paris

Le musée du quai Branly a cherché à savoir quels étaient les usages croisés de sa programmation ; plateau des collections, expositions, visites guidées, conférences, spectacles, ateliers, médiathèque, salon de lecture. La diversité des typologies de publics et leur intersection, leur complémentarité représentent un enjeu unique.

## Centre Pompidou

### Centre Georges Pompidou, 75004 Paris

Le Centre Pompidou réalise tous les 3 ans une grande enquête auprès de ses publics à différentes périodes de l'année.

Nous avons réalisé la passation et le traitement de plusieurs enquêtes auprès de l'ensemble des publics, des publics du Nouveau Festival...

## PALAIS DE TOKYO /

### Palais de Tokyo, 75016 Paris

Nous avons assisté le Service des relations avec le public au cours d'une enquête auprès des publics de ce musée « pas comme les autres » ou plutôt site de création contemporaine.

L'enquête a permis de connaître les publics et de détecter leurs attentes



CHATEAU DE VERSAILLES

### Château et Domaine de Versailles

Le Service des marques du Château de Versailles nous a confié la réalisation d'une enquête en ligne auprès des clients de sa boutique en ligne.

Nous avons évalué l'impact de son ergonomie, l'appréciation du catalogue des produits et les attentes de ses premiers clients.

# Musées, établissements culturels



**Institut du Monde arabe**, 1 rue des Fossés Saint Bernard  
75005 Paris

L'Institut du Monde arabe évalue régulièrement la satisfaction de ses publics au travers d'enquêtes légères et d'observations spécifiques dans les différents espaces d'exposition et de ressources documentaires.



**Institut français à Pékin**, Gongti Xilu, 18, Beijing

La médiathèque de l'Institut français de Chine utilise régulièrement nos outils pour tester l'intérêt porté à l'offre documentaire, aux ressources et aux services de la médiathèque.

Le tout dans une optique d'adaptation aux attentes spécifiques de ses publics.



**Cinémathèque française**, 51 rue de Bercy 75012 Paris

La Cinémathèque française nous a confié la mise en place de son observatoire des publics : celui-ci inclut les publics du cinéma, du musée, des expositions, de la Bibliothèque du film et de différentes manifestations. Où comment s'opère l'intersection, la complémentarité des différents types de publics actuels et potentiels.

## Ciné-ressources

**Bibliothèque du Film**, 51 rue de Bercy 75012 Paris

La Bibliothèque du Film cherche à développer sa notoriété auprès des publics étudiants . Nous avons réalisé une enquête auprès de ses publics actuels et potentiels pour mieux évaluer son potentiel de développement.

# Musées, établissements culturels



## Musée de Sèvres, Place de la manufacture, 92310 SÈVRES

Le Musée et la Manufacture de Sèvres ont souhaité mieux connaître leurs publics actuels et potentiels, avant la rénovation des espaces du musée.

Nous avons enquêté sur place et dans les communes environnantes sur l'image et la notoriété du musée, relevé la satisfaction et les attentes des publics lors des Journées du patrimoine et repéré l'image de la céramique chez des étudiants, amateurs d'art et experts. Étude menée en partenariat avec ISR consultants



## Musée de d'Orsay, 62 rue de Lille 75007 Paris

Le musée d'Orsay voulait connaître l'impact de l'exposition Cézanne-Pissarro 1867-87 auprès de ses visiteurs.

Nous les avons interrogés pendant deux semaines, noté leur satisfaction et leurs attentes.

Nous avons également interrogé les prescripteurs du musée (associations, CE, agences de voyages, opérateurs touristiques) sur leurs usages des documents d'information du musée ainsi que sur leurs attentes en matière de communication



## Réseau Musique et Danse

Nous travaillons depuis plusieurs années avec le réseau national Musique et Danse, particulièrement avec les correspondants des régions Bourgogne et Lorraine. Nous avons réalisé des enquêtes sur les chefs de chœur et les pratiques chorales



## Cité de la Musique, 221 avenue Jean Jaurès 75019 Paris

A l'occasion de la mise en place d'une nouvelle grille de programmes, la Cité de la Musique a souhaité connaître l'avis de ses différents publics.

Nous avons travaillé en collaboration avec la Direction des relations avec les publics sur la mise au point de diverses enquêtes et leur traitement statistique.

# Bibliothèques - médiathèques



## BPI du Centre Georges Pompidou, 75197 Paris cedex 04

La BPI du Centre Pompidou réalise tous les 5 ans une grande enquête auprès de ses publics, et ce, depuis sa création en 1977.

Nous avons réalisé la passation et le traitement de plusieurs enquêtes pour le compte du Service Études et recherches de cette bibliothèque qui fête 30 ans d'innovation dans les supports proposés, les technologies d'information et l'accessibilité des documents, sur place et à distance. Sans oublier les animations, débats et colloques.



## Communauté Urbaine de Strasbourg, 67000 Strasbourg

A l'occasion de l'ouverture et de la rénovation de plusieurs médiathèques du réseau communautaire, la CUS a souhaité harmoniser les procédures d'accueil, d'orientation et d'information des publics des bibliothèques - médiathèques.

Nous avons animé des sessions de formation pour l'ensemble des personnels ainsi que différents groupes de travail.



## Bibliothèque nationale de France BnF

La BnF nous a chargé d'étudier les spécificités des publics d'été de la bibliothèque ainsi que les publics des manifestations, rencontres, expositions...

Nous avons pu comparer les publics estivaux à ceux étudiants et chercheurs fréquentant les Haut et Rez de Jardin.



## Carrefour numérique, 75019 Paris

La médiathèque de la Cité des sciences et de l'industrie et le Carrefour numérique souhaitent connaître les intersections et les différences entre leurs publics : de semaines et de week-ends, jeunes et moins jeunes, grands publics et publics avertis.

Nous avons sondé ces différents publics par le biais d'entretiens approfondis et de questionnaires pour comprendre leurs motivations, leurs usages et leur attentes en matière d'informations scientifiques et d'apprentissage des technologies.

# Réseaux de médiathèques scientifiques et pédagogiques



## Ifremer, 15 rue Dumont d'Urville 29280 PLOUZANE

A l'occasion de 3 années d'existence la Bibliothèque La Pérouse a souhaité faire le point avec ses usagers sur place et à distance pour développer encore son offre documentaire et ses services.

Ou comment conjuguer les besoins des étudiants et des chercheurs, la demande croissante de ressources électroniques et l'occupation d'un cadre exceptionnel, en bordure de la rade de Brest.



## Institut Pasteur, 28 rue du Docteur Roux 75015 Paris

Le Centre d'Information scientifique de l'Institut Pasteur reçoit chercheurs et étudiants

Ou comment orienter le développement de BioLib, le portail d'accès aux ressources documentaires électroniques de l'Institut Pasteur



## CIRAD, Avenue Agropolis 34398 Montpellier Cedex 5

La bibliothèque du Cirad est le lieu de rendez-vous des chercheurs et étudiants en agronomie tropicale.

Les bibliothécaires ont mis l'accent sur une offre de services de proximité et un meilleur accès aux ressources et archives de l'organisme.



## Réseau Sceren – CNDP, 86961 FUTUROSCOPE CEDEX

Le réseau Sceren – CNDP avait besoin de connaître les ressources de son réseau aux niveaux régional et national.

Un inventaire complet a permis de dresser un panorama global et de développer la culture des indicateurs d'activité et de résultats.

# Institutions publiques, collectivités territoriales



République Française

## Conseil économique et social, 75016 Paris

Le projet consistait en une étude des différents types de documents produits en interne, la préparation de l'informatisation, la réorganisation de l'équipe documentaire  
En partenariat avec Doc & Co



ACCÈS UNIFIÉ AUX DONNÉES  
ET DOCUMENTS NUMÉRIQUES  
DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

## TGE ADONIS, 75005 Paris

Nous avons recherché les différents usages de l'information et les types de documents utilisés par des équipes de recherche pour aider à finaliser la stratégie de développement du Très Grand Équipement numérique.



Seine-Saint-Denis  
Conseil Général

## Conseil Général de Seine St Denis, 93 Bobigny

Nous avons étudié la fonction documentaire ans l'ensemble des directions et services du Département et préconisé des réorientations de la fonction et du réseau documentaire, en liaison avec la stratégie des des nouveaux élus.

En partenariat avec Doc & Co



## Région PACA, place Jules Guesde, 13000 Marseille

Nous avons aidé l'équipe documentaire à réorganiser son fonds documentaire et son activité en fonction des besoins des élus et des orientations de la Région.

## Nos publications, en collaboration avec des universitaires et des professionnels en entreprise

Usages des bibliothèques : approche sociologique et méthodologie d'enquête/ Claude Poissenot et Sophie Ranjard, Presses de l'ENSSIB, 2005, 350 p., (les Cahiers de l'ENSSIB).

<http://www.enssib.fr/presses/catalogue/usages-des-bibliotheques>

Publics et usages de la bibliothèque à la Cité des sciences et de l'industrie / Aymard de Mengin et Sophie Ranjard, BBF n°5 2010.

Un usager, des usagers... Quelles typologies pour les utilisateurs des services d'information ? in Documentaliste Sciences de l'information, volume 46, n°3 août 2009.

<http://www.adbs.fr/la-relation-clients-un-usager-des-usagers-queelles-typologies-pour-les-utilisateurs-des-services-d-information--70956.htm?RH=REVUE>

Un indicateur, des indicateurs, L'Oeil de l'ADBS, novembre 2007

<http://www.adbs.fr/l-oeil-de-l-adbs-n-24-novembre-2007-5141.htm>

Les offres d'emploi en bibliothèque, une étude statistique d'après biblio-fr/Jobilise / Yves Desrichard et Sophie Ranjard, in BBF, t. 52, n°5 2007.

<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-05-0009-002>



---

# Vos contacts pour les études en milieu culturel et touristique

**Antoine Decaris, Sophie RANJARD**  
[adecaris@kynos.info](mailto:adecaris@kynos.info)   [sranjard@kynos.info](mailto:sranjard@kynos.info)

Tél : 01 40 30 23 23