

Les publics du livre d'art en bibliothèque

**Étude réalisée pour le S.N.E.
avec le soutien du C.N.L.**

Bertrand Legendre

Corinne Abensour

LabSIC, université Paris 13

Septembre 2008

Remerciements

Né d'une initiative du groupe Art du Syndicat national de l'édition (S.N.E.) et de sa présidente Mijo THOMAS, ce travail n'aurait pu se réaliser sans le soutien actif de :

- la B.P.I., sous la direction de Thierry GROGNET et avec les équipes du service des études, de l'animation et du secteur Art,
- l' A.B.F. et son réseau de bibliothécaires impliquées,
- la B.N.F. avec le Centre national de la littérature pour la jeunesse-La joie par les livres,
- Paris Bibliothèques sous la direction de Carole MEDRINAL et l'animation d'Anne PICHEREAU,
- les libraires Luc BOUSSOT (Librairie du musée des Beaux-Arts de Nantes), Jacques DANTON (Ombres blanches à Toulouse), Thierry DEBOURG (librairie Descours à Lyon), Christian DEBROIZE (Le Chercheur d'art à Rennes), Anne ETCHEGOYEN (groupement des libraires de la R.M.N.), Nathalie LACROIX (Le comptoir des mots 75020), François LECCE (Librairie du Centre Pompidou), Marc THOMAS (Le Divan 75015),

et les conseils avisés de Nicole PICOT, conservateur honoraire, ainsi que la collaboration dynamique de Martine LEVY (S.N.E.).

Sommaire

Introduction	5
Repères méthodologiques	7
1. Les publics du livre d'art en bibliothèque	10
a. Age et sexe	10
b. Situation professionnelle	11
c. Niveau d'études	12
2. Les pratiques d'emprunt et de consultation	13
a. Les sources d'information sur les livres d'art	13
b. Nombre d'emprunts	14
c. Motivations des emprunts	16
3. Perceptions et usages du livre d'art	18
a. Un livre d'art, c'est d'abord ...	18
b. La hiérarchie des thèmes	21
c. Les critères d'appréciation	25
d. Des livres d'art marquants	30
e. Les caractéristiques idéales d'un livre d'art pour adultes	34
4. Bibliothèques et librairies	38
A. Les emprunteurs-acheteurs	38
a. Nombre d'achats	38
b. Motivation des achats	39
c. Les lieux d'achat	40
d. Le budget annuel consacré aux livres d'art	41
e. Le prix moyen acceptable pour un livre d'art	42

B. Les emprunteurs non acheteurs	45
a. Des catégories de public bien spécifiques ?	45
b. Les raisons de l'absence de pratiques d'achat	46
Conclusion	47
Annexes	50
Questionnaire à destination des lecteurs en bibliothèque	51
Questionnaire à destination des libraires	53
Liste des titres cités classés par auteurs	54
Liste des titres cités classés par éditeurs	62
Synthèse des entretiens avec les libraires	71
Retranscription des entretiens avec les libraires	76

Introduction

Ce rapport rend compte de l'enquête menée dans le cadre d'un partenariat entre le C.N.L., le S.N.E., l'A.B.F. et la B.P.I., sur les publics du livre d'art en bibliothèque. Menée au printemps 2008, à l'occasion du Mai du livre d'art, cette étude avait pour principaux objectifs d'identifier ces publics, de préciser ses représentations et ses attentes, et de mieux connaître ses pratiques liées au livre d'art.

Plus particulièrement, le cadre des bibliothèques retenu pour mener cette enquête permettait tout à la fois de rassembler un nombre relativement important de réponses, de travailler sur des lieux plus diversifiés que ne l'aurait permis une enquête en librairie, de toucher un public en dehors de tout contexte d'achat et en échappant à la fonction « cadeau » du livre d'art par la prise en compte d'une offre qui, sans ignorer les nouveautés et l'événementiel, accorde une place importante au fonds.

C'est dans sa qualité d'usager des bibliothèques que ce public a été étudié, ce qui a conduit à mener l'enquête dans différents lieux de consultation et de prêt (bibliothèques municipales, spécialisées en art, généralistes avec département art, universitaires). Les lecteurs y ont été interrogés par le biais d'un questionnaire administré par les personnels de ces bibliothèques. 995 questionnaires exploitables ont fait l'objet d'un traitement.

Les interrogations portaient sur des aspects purement sociologiques (âge, sexe, activité), sur des aspects liés aux pratiques culturelles (emprunt en bibliothèque, achat en librairie, lien à l'événementiel, question du prix, place de l'art contemporain, perspectives du numérique) et sur les représentations qu'ont les lecteurs de ces livres (titres à leurs yeux marquants, qualités idéales du livre d'art).

Au terme de cette étude et de son traitement, une enquête complémentaire a été menée auprès de différents types de librairies à Paris et en région (librairies générales ou spécialisées en art, librairies de musées). Elle vise à mettre en perspective un certain nombre d'éléments de l'enquête auprès des bibliothèques, notamment ceux relatifs à l'articulation entre fonds et nouveautés, la question de la

prescription médiatique et le rôle de la médiation dans les pratiques d'achat. Cette enquête complémentaire a fait l'objet d'une synthèse jointe en annexe avec les retranscriptions des entretiens réalisés auprès des libraires.

Les principaux éclairages apportés par cette enquête portent sur le niveau d'expertise de ces publics et sur la grande diversité de leurs centres d'intérêt. Ils précisent aussi les articulations entre librairies et bibliothèques, et les modes d'information mobilisés pour accéder à ces livres d'art.

Repères méthodologiques

L'enquête menée en bibliothèque a été réalisée par la voie d'un questionnaire (voir annexes). Le recrutement des répondants a été fait par les bibliothécaires en ciblant les lecteurs ou emprunteurs de livres d'art. Toutefois, si ceux-ci constituent, par définition, la totalité du public des établissements spécialisés, un certain nombre de répondants des bibliothèques généralistes se sont révélés n'être ni lecteurs ni emprunteurs de livres d'art (7 %). Dans tous les cas, il était demandé à ces usagers de remplir le questionnaire sur place.

Aucune définition préalable du livre d'art n'était fournie. Il s'agissait ainsi de pouvoir laisser place à une acception extensive du genre plutôt que de partir de catégories restrictives et pré-établies. Ceci explique que puissent être mentionnés des titres, certes peu nombreux, qui relèveraient davantage de la catégorie « beaux livres ».

L'enquête auprès des libraires a été conduite en face à face auprès d'un groupe comprenant 3 librairies généralistes (dont 2 parisiennes), 4 librairies spécialisées (dont 1 située en musée et 1 au Centre Pompidou). Cet ensemble a été complété par un entretien avec la responsable des librairies de la Réunion des Musées Nationaux.

Liste des bibliothèques ayant pris part à l'enquête		
Nom de la bibliothèque	Nombre de questionnaires reçus	Nombre de questionnaires traités
Bibliothèques spécialisées, Centres de documentation de musées		
Bibliothèque Drouot (Paris)	66	55
Bibliothèque de la Cité de l'Architecture et du Patrimoine (Paris)	83	79
Bibliothèque des Arts Décoratifs (Paris)	51	41
Bibliothèque Forney (Paris)	40	31
Bibliothèque André Chastel (musée de Grenoble)	56	54
Sous total	296	260
Bibliothèques généralistes avec fonds en art		
Bibliothèque Publique d'Information	63	62
Bibliothèque Nationale de France	128	117
Sous total	191	179
Bibliothèques universitaires		
Bibliothèque Paris IV-Sorbonne	66	65
Bibliothèque Sainte-Geneviève (Paris)	133	131
Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg	68	67
Sous total	267	263
Bibliothèques municipales		
Bibliothèque Maisons-Laffitte (92)	9	9
Bibliothèque Taverny (95)	14	13
Bibliothèque Louviers (27)	15	15
Bibliothèque Limoges (87)	44	43
Bibliothèque Châteauroux (36)	17	16
Bibliothèque Angers (49)	34	31
Bibliothèque Caen (14)	17	16

Bibliothèque Dijon (21)	63	61
Bibliothèque Roubaix (59)	4	4
Bibliothèque Sotteville-les-Rouen (76)	39	30
Bibliothèque André Malraux, Paris	56	55
Sous total	312	293
Total	1066	995

Liste des librairies ayant pris part à l'enquête
Librairie Le Comptoir des mots, Paris
Librairie du musée des Beaux-arts, Nantes
Librairie Descours, Lyon
Librairie Le Divan, Paris
Librairie Ombres blanches, Toulouse
Librairie du Centre Pompidou, Paris
Librairie Le chercheur d'art, Rennes
Librairies de la Réunion des musées nationaux, Paris

1. Les publics du livre d'art en bibliothèque

a. Age et sexe

Le public des usagers des bibliothèques ayant participé à l'enquête est composé en majeure partie de jeunes entre 20 et 29 ans (49 %). Les jeunes de moins de 19 ans représentent 7 % de la population étudiée. Le reste de l'échantillon est constitué à part égales (22 %) de lecteurs entre 30 et 49 ans et de lecteurs ayant au moins 50 ans.

Femmes et hommes représentent respectivement 70 % et 30 % de cette population. Si l'on reprend les classes d'âge utilisées ci-dessus, il apparaît que les femmes représentent 64 % des 50 ans et plus, 66 % des 30-49 ans et 74 % des 20-29 ans.

Une part de ces éléments est en cohérence avec un certain nombre de données portant sur les publics des bibliothèques. On sait ainsi que les femmes représentent 64 % des usagers des bibliothèques (enquête Credoc 2005 ¹).

La même enquête établit que les 15-34 ans représentent 33,8 % des inscrits en bibliothèque municipale. Le fait que notre public soit majoritairement composé de jeunes (56 % ont entre 15 et 29 ans) rend compte de la composition de notre échantillon de bibliothèques qui compte plusieurs établissements universitaires ou spécialisés, essentiellement fréquentés par des publics étudiants (l'enquête Credoc signale le transfert de fréquentation vers ces types d'établissements, tout particulièrement chez les 20-24 ans). Cette migration illustre bien évidemment des besoins en lien avec des études supérieures dont on verra par la suite dans quelle mesure ils déterminent, pour ces publics, un rapport spécifique avec le livre d'art.

¹ Maresca Bruno, *Les Bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : attractivité, fréquentation et devenir*, Éditions de la B.P.I., 2007

b. Situation professionnelle

Notre échantillon comprend 13 % d'enseignants (dont 75 % de femmes), 16 % de professions artistiques (dont 45 % de femmes), 9 % de retraités (dont 73 % de femmes), 42 % d'étudiants (dont 33 % de femmes) et 14 % d'autres professions.

On trouve à parts égales chez les enseignants des professeurs des collèges et lycées et des professeurs d'université. Une majorité de ces professeurs enseignent les arts plastiques, l'histoire de l'art, l'architecture, l'archéologie ou l'esthétique, mais on trouve aussi des professeurs de Lettres, d'histoire, de philosophie, de sociologie, de langues vivantes et de disciplines scientifiques.

En ce qui concerne les disciplines artistiques, on trouve des architectes, des décorateurs, des designers, des guides, des photographes, des restaurateurs de tableaux, des illustrateurs, des auteurs, des graphistes, des artistes et les différents métiers du cinéma et du théâtre.

Les étudiants se répartissent entre plusieurs cycles et disciplines, avec toutefois une variété moindre en ce qui concerne les disciplines que ce que nous avons pu observer pour les enseignants.

On note que les bibliothécaires qui ont rempli le questionnaire (ils sont 33) se sont pour la plupart placés dans la catégorie « professions artistiques » et non dans celle « autres professions ».

L'enquête met en évidence 3 catégories professionnelles déjà bien identifiées : enseignants, professions artistiques et étudiants. Mais la diversité de publics va au-delà de ce qui est couramment admis : des thérapeutes, informaticiens, agents de voyages, agents immobiliers, notaires, ingénieurs, experts, avocats, paysagistes et aussi des artisans comptent parmi ces usagers des bibliothèques emprunteurs de livres d'art. Il semble sur ce point que le livre d'art trouve en bibliothèque une diversité de publics plus importante qu'en librairie où ses acheteurs sont rarement classés en dehors de ces 3 grands ensembles de l'enseignement, des métiers d'art et des études. On pourra rapprocher ces éléments de l'analyse des motivations d'emprunt (voir 2.c).

c. Niveau d'études

5,5 % des personnes ayant rempli le questionnaire ont un niveau Bac ou inférieur. 21 % ont bac +1 ou 2, 32 % ont bac +3 ou 4 et 38 % ont bac +5 ou plus.

La relation entre niveau de diplôme et fréquentation des bibliothèques est un élément classique de la sociologie des pratiques culturelles. Elle se retrouve dans la composition de notre public et permettra une lecture des usages relatifs au livre d'art et de ses représentations en fonction de ce déterminant.

2. Les pratiques d'emprunt et de consultation

a. Les sources d'information sur les livres d'art

Pour s'informer sur les livres d'art, les personnes interrogées se rendent en priorité en bibliothèque (24%). Viennent ensuite comme sources d'information : les expositions (16%), les librairies spécialisées (14%) et Internet (13%). La presse écrite spécialisée est également citée (9%) ainsi que les librairies générales (8%). Les autres sources d'information que sont le bouche-à-oreille (6%), la presse écrite généraliste (4%) et la radio (2%) sont loin derrière. Quant à la télévision, aux librairies des grandes surfaces et aux librairies jeunesse, elles jouent un rôle marginal puisqu'elles sont citées par moins de 1% des personnes interrogées.

Appelées à citer d'autres sources d'informations que celles mentionnées dans la liste, les personnes interrogées ont dit utiliser des banques de données et des bibliographies, mais aussi leurs professeurs.

Ces résultats sont manifestement marqués par la nature même de la population interrogée, ce qu'exprime tout particulièrement la place tenue par les bibliothèques dans les sources d'information citées. Ils sont par ailleurs à affiner en fonction de l'âge, car si les bibliothèques viennent en tête pour tous, c'est Internet qui est la seconde source d'information citée chez les 15-29 ans, et pour ce public, les librairies spécialisées devancent les expositions. On retrouve ces résultats si on observe les réponses selon des critères de situation professionnelle. Chez les lycéens et les étudiants, les deux sources d'information qui se détachent nettement sont les bibliothèques et Internet, alors que les expositions font presque jeu égal avec les bibliothèques chez les retraités et dans les professions artistiques.

Pour les plus de quarante ans, les expositions sont une source d'information presque aussi importante que les bibliothèques. Et pour

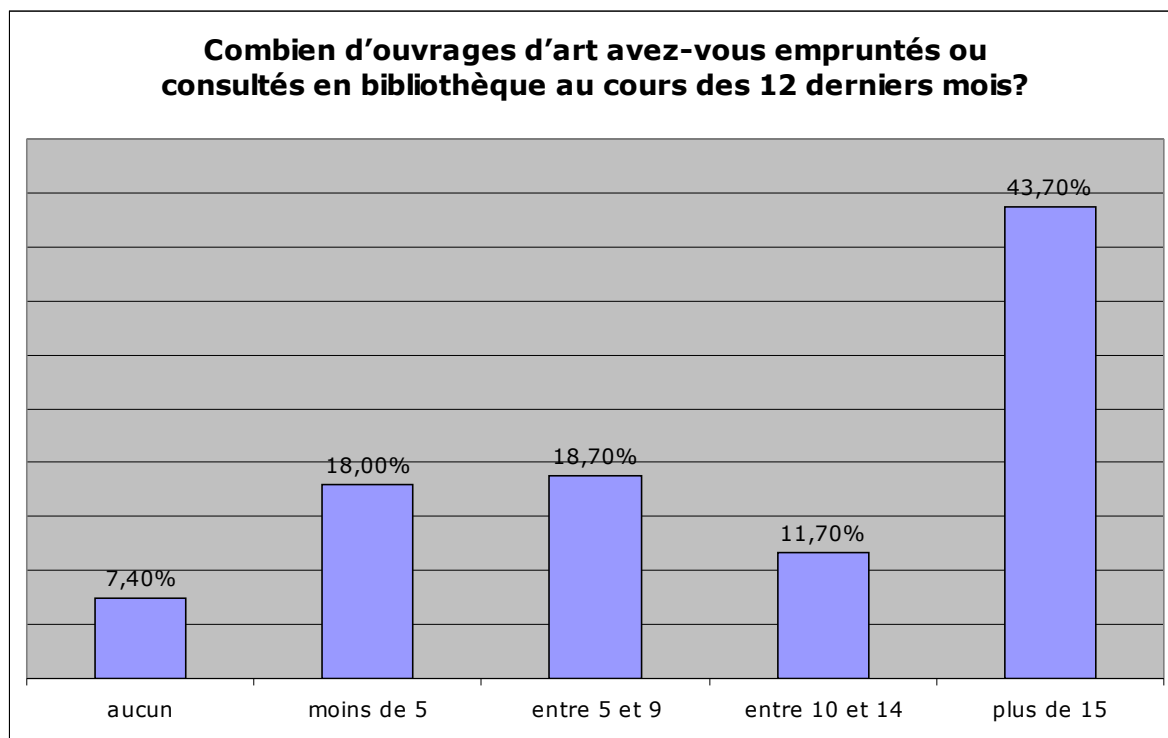
ce public, les librairies spécialisées et la presse écrite spécialisée devançant Internet.

Des différences sont aussi repérables entre Paris/région parisienne et les régions. Les bibliothèques sont une source d'information plus souvent citée en région qu'à Paris (25,9 contre 23 %). Internet à l'inverse est plus souvent cité par les Parisiens (14,4 contre 10,6 %). Mais c'est le statut des librairies générales et spécialisées qui apparaît le plus clivant. 16% des parisiens citent les librairies spécialisées, pour 9,2 % de provinciaux. 10,6 % des provinciaux citent les librairies générales, pour 7 % de parisiens. Certes ces chiffres ne font que refléter les différences Paris/régions dans l'implantation des points de vente du livre et dans l'accès à l'information, mais ils prouvent que les sources des lecteurs sont très différentes selon leur lieu de vie.

Le niveau d'études n'apparaît pas comme un critère véritablement clivant. On repère toutefois un profil différent des autres publics chez les personnes ayant un niveau d'études primaire, secondaire ou de niveau Bac. Les bibliothèques et Internet sont leur principale source d'information et les librairies, comme la presse et les autres médias, jouent un rôle beaucoup plus marginal.

b. Nombre d'emprunts

À la question, « combien d'ouvrages d'art avez-vous empruntés ou consultés en bibliothèque au cours des 12 derniers mois ? », les réponses sont les suivantes :



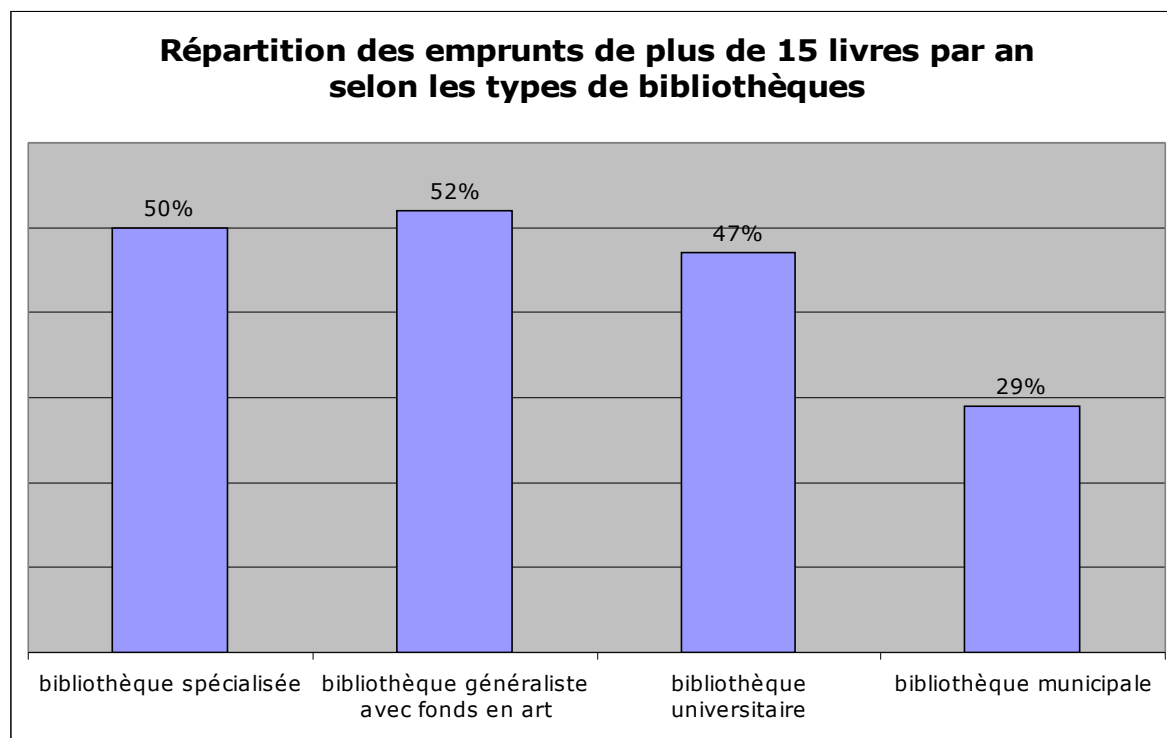
Un quart du public a emprunté moins de 5 livres, un tiers moins de 14 et 43,7% consultent ou empruntent plus de 15 livres par an.

Qui sont ces usagers des bibliothèques qui consultent ou empruntent le plus ?

Cette question est fortement clivante si on prend en compte la profession. Car près de la moitié des professeurs et des personnes exerçant une profession artistique ainsi qu'un peu plus de la moitié des étudiants ont emprunté ou consulté plus de 15 livres d'art. À l'inverse, seuls 1/3 des sans emploi, 18% des retraités, 20% des lycéens et 28% des autres professions sont dans ce cas.

Dès lors on pouvait s'attendre à ce que ce soit dans les bibliothèques spécialisées (fréquentées par des étudiants, des enseignants et d'autres spécialistes) et dans les bibliothèques universitaires qu'on trouve le plus de personnes ayant emprunté plus

de 15 livres d'art dans l'année. Le tableau ci-dessous montre que la réalité est plus nuancée car seules les bibliothèques municipales sont en retrait.



c. Motivations des emprunts

30,3 % des personnes qui ont emprunté ou consulté des livres d'art en bibliothèque l'ont fait pour le plaisir, 22 % dans le cadre de leurs études, 12 % parce elles trouvent les livres trop chers, 11 % après une visite, 7 % dans le cadre d'un enseignement, 6 % pour préparer une visite et 5,8 % pour préparer un voyage. La consultation ou l'emprunt après un voyage (2 %) ou pour lire en famille (1 %) restent marginaux. D'autres motivations sont citées en spontané. Les lecteurs de livres d'art disent les emprunter en bibliothèque pour des raisons professionnelles (autres que la préparation des cours), lorsqu'ils sont épuisés en librairie, pour scanner des images, pour apprécier la qualité d'un ouvrage avant achat, par manque de place, comme source d'inspiration.

Si on croise les réponses à cette question avec la situation professionnelle des lecteurs, on note que le public des étudiants répond différemment. En

effet, pour les étudiants, la première motivation à la consultation ou à l'emprunt est liée aux études (33 %). Le plaisir est second (28 %) et ils sont 14 % à trouver les livres trop chers.

Si on croise les réponses selon les types de bibliothèques, on constate que le plaisir est cité par 33% des lecteurs des bibliothèques municipales, 29 % de ceux des bibliothèques spécialisées, 28 % de ceux des bibliothèques universitaires, 26 % de ceux des bibliothèques générales ayant un fonds art. On retrouve bien là les clivages liés à la lecture fonctionnelle des étudiants, mais on peut remarquer que les écarts ne sont pas considérables.

3. Perceptions et usages du livre d'art

a. Un livre d'art, c'est d'abord ...

Le questionnaire demandait aux lecteurs de classer 3 éléments d'une liste pour exprimer leur conception du livre d'art.

Un premier constat se dégage nettement : le livre d'art est d'abord perçu comme un livre de référence (41 % des réponses).

Il est ensuite perçu comme « un livre à regarder » (27 % des réponses), puis comme un livre « consacré à un artiste » (11 % des réponses)

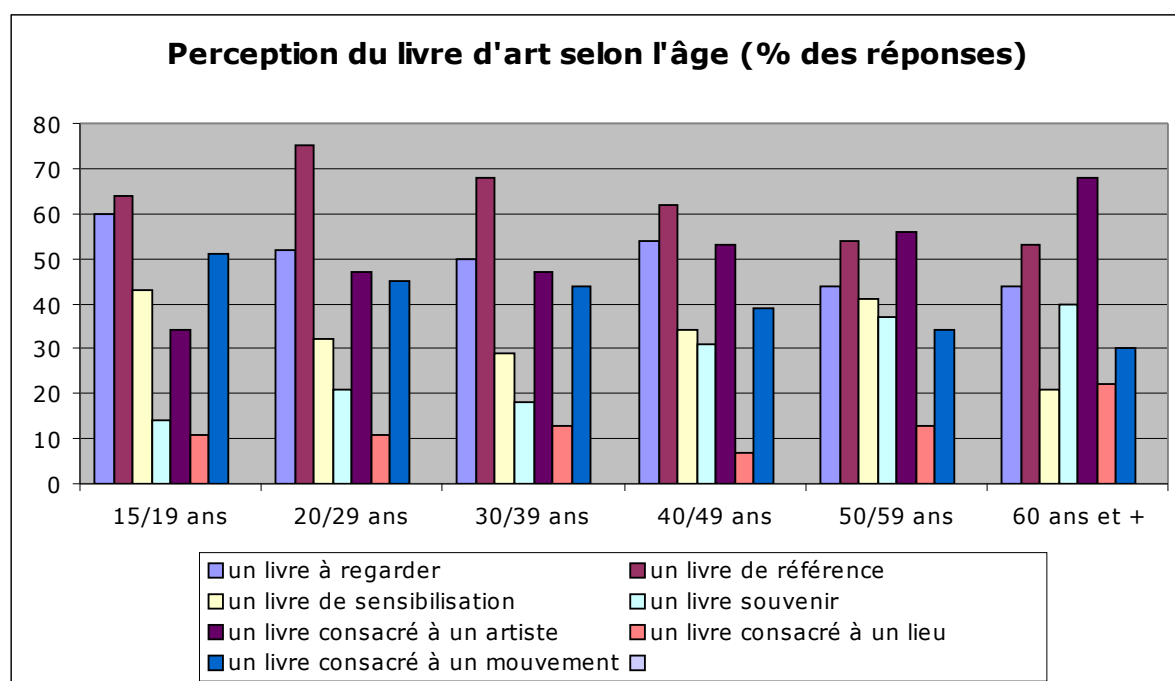
L'usage du livre d'art simplement associé au plaisir semble donc éloigné de la conception dominante telle que l'exprime le public de l'enquête. Se manifeste au contraire ici l'idée que le public en question revendique d'abord une relation de savoir avec ces ouvrages, qu'elle soit liée à un besoin professionnel ou à un cursus universitaire. Mais l'affirmation d'une relation plus superficielle avec le livre d'art occupe la seconde place, laissant comprendre que si la valeur de référence est déterminante, l'attente de plaisir esthétique lui est fréquemment associée. Et si l'on observe que le livre d'art est ensuite perçu comme « un livre consacré à un artiste », il devient possible de considérer que la représentation dominante du livre d'art le définit comme un ouvrage sérieux, beau, donnant une vision substantielle de l'œuvre d'un artiste.

Cette perception assez classique du livre d'art peut être affinée en fonction de plusieurs paramètres.

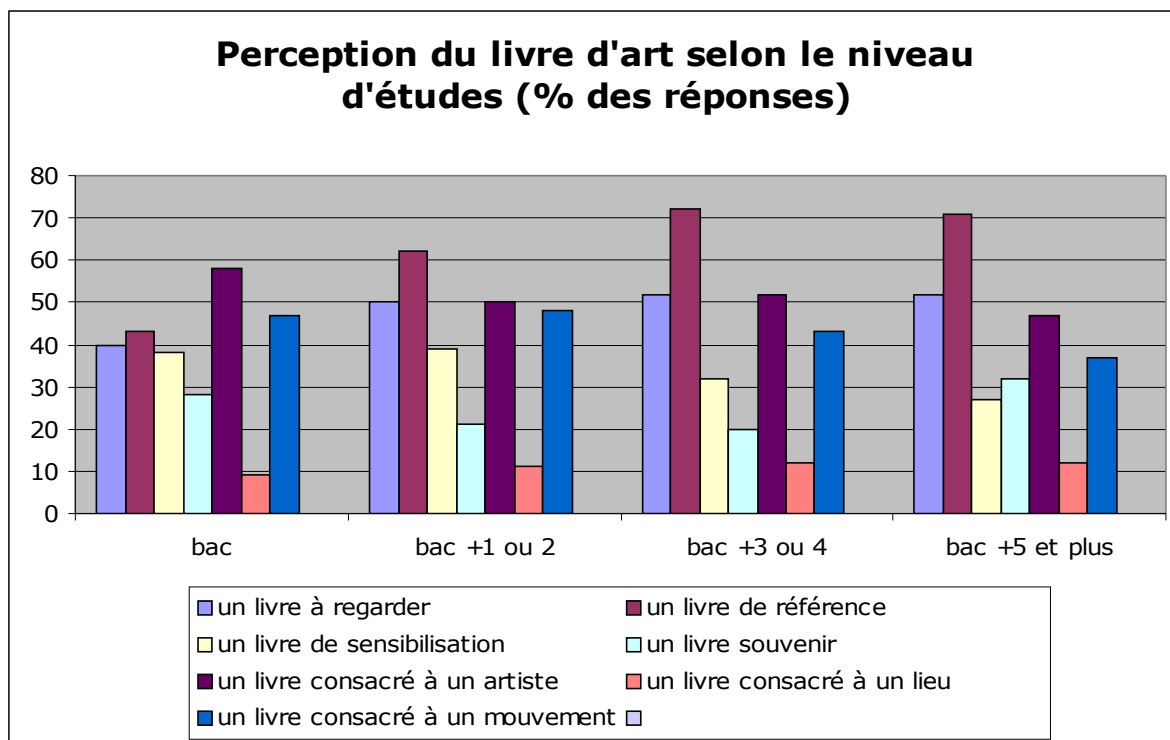
- Ainsi, si la notion de référence apparaît comme le premier élément de perception pour 75 % des 20-29 ans, elle tend à décroître au fur et à mesure que l'on monte dans les tranches d'âge (68 % pour les 30-39 ans ; 62 % pour les 40-49 ans ; 54 % pour les 50-59 ans ; 53 % pour les plus de 60 ans).

Parallèlement, le livre d'art est d'autant plus perçu comme « un livre consacré à un artiste » que le public est âgé (de 34 % chez les 15-29 ans à 67 % chez les 60 ans et plus).

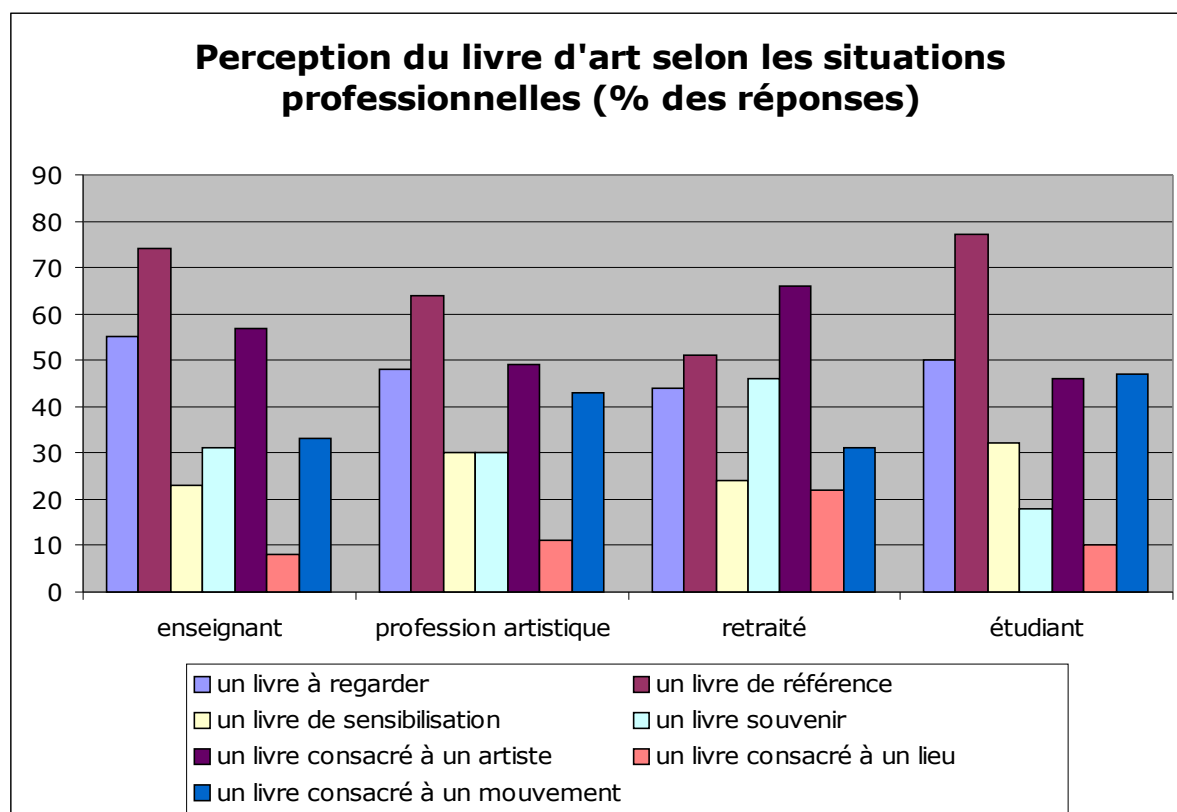
Il est aussi, avec l'âge, de plus en plus perçu comme « un livre souvenir » (de 21 % chez les 20-29 ans à 40 % chez les 60 ans et plus).



- L'importance de la notion de référence est confortée avec le niveau d'études : elle arrive en premier rang chez 42 % des « niveau bac », puis monte à 62 % dès le début des études supérieures (bac +1 ou 2) et se stabilise à 71 % aux niveaux ultérieurs. En revanche, la perception du livre d'art comme « livre à regarder » est beaucoup plus stable : si elle est en premier rang pour 40 % des « niveau bac », elle monte et se stabilise à un peu plus de 50 % par la suite. Enfin, l'élévation du niveau d'études fait reculer la perception du livre d'art comme « livre consacré à un artiste » (placé en 1^{er} rang par 58 % des « niveau bac » et par 47 % des « bac +5 et plus »).



- Considérée à partir des situations professionnelles, la perception du livre d'art apparaît très nettement dominée par la dimension « référence » chez les étudiants. Ce constat vient corroborer celui que nous faisons à partir des catégories d'âge et tend à mettre en avant une exigence de la part de cette partie du public quant à tout ce qui constitue la notion de référence : la qualité des auteurs et des textes, les bibliographies, les notes et les index. Outre les étudiants, les enseignants et les professions artistiques sont les plus nombreux à percevoir dans le livre d'art une valeur de référence.



La perception du livre d'art « référence » s'impose à l'analyse. Elle semble tout particulièrement liée à une tranche d'âge (les 20-29 ans) et au fait que le public ait eu accès aux études supérieures. À ce stade, cependant, cette notion de référence ne permet guère de commentaires plus précis quant aux usages. Si l'on est tenté de rapprocher les constats qui précèdent des tendances générales observées dans les pratiques de lecture des étudiants (et des jeunes plus globalement), l'hypothèse d'une lecture utilitaire du livre d'art (recherche d'informations précises plutôt que lecture continue) devra être reprise dans la suite de l'étude

b. La hiérarchie des thèmes

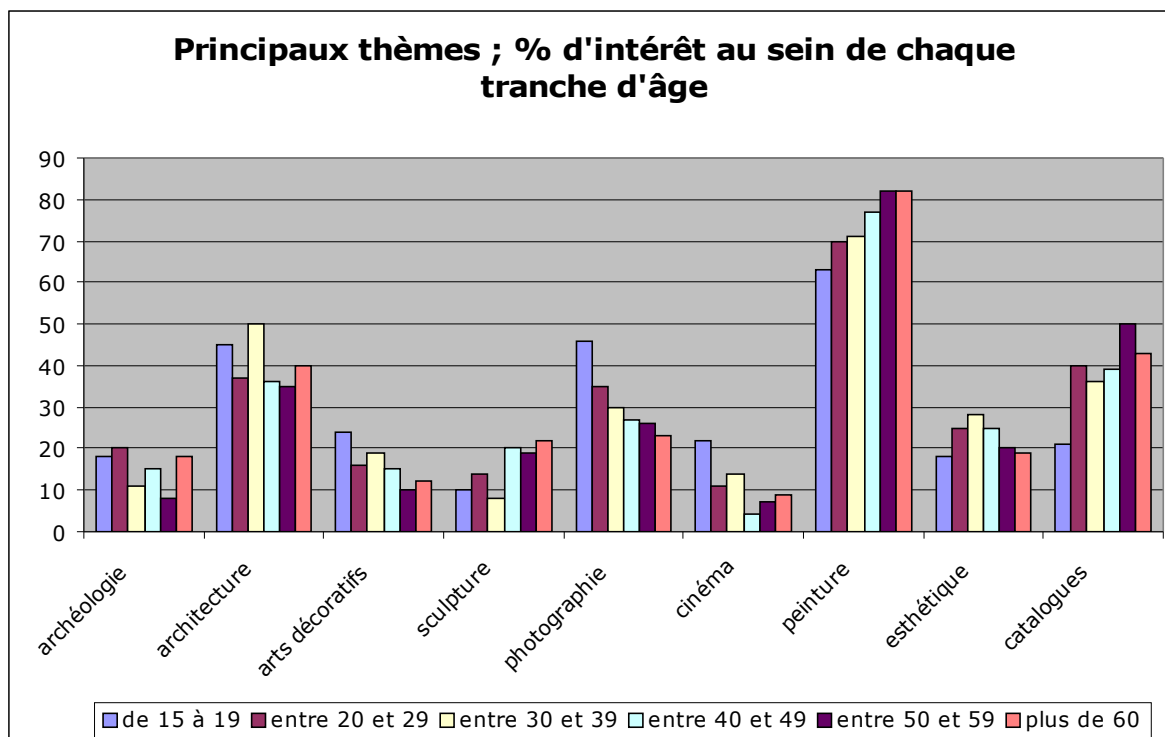
L'analyse des thèmes ou types de livres d'art tels qu'ils ont été classés par le public ayant participé à l'enquête confirme d'abord la place dominante des ouvrages consacrés à la peinture citée en premier rang dans 44 % des réponses. Venant en

second, l'architecture n'est citée en premier rang que dans 15 % des réponses, et il est à noter qu'aucun autre thème n'atteint 10 % des réponses.

Le livre d'art, c'est d'abord un livre consacré à la peinture. Si ce thème est très nettement le plus cité comme premier centre d'intérêt, il se trouve aussi être le plus cité comme second centre d'intérêt (18 %) juste avant les catalogues (17 %)². En fait, il semble difficile d'établir une hiérarchie des thèmes dans l'intérêt du public : au-delà de la peinture et (dans une bien moindre mesure) de l'architecture ; nous sommes face une dispersion de l'intérêt thématique.

Examinée en relation avec l'âge des lecteurs, cette question conduit à mettre en évidence le fait que cet intérêt dominant pour la peinture va croissant au fur et à mesure que l'on monte dans les tranches d'âge : il est le fait de 63 % des 15-19 ans et de 82 % des 50 ans et plus. S'agissant de l'architecture, il semble en revanche que ce thème soit moins sensible au phénomène générationnel puisqu'il est placé parmi les trois thèmes les plus intéressants par 45 % des 15-19 ans comme des 60 ans et plus. Ce constat peut être mis en relation avec la médiatisation de la création architecturale contemporaine et de quelques-uns de ses principaux acteurs (nous y reviendrons en analysant la liste des livres d'art considérés comme marquants par notre public ; cf d). Il apparaît encore (voir graphique ci-dessous) que l'archéologie est un thème dont l'intérêt qu'il suscite varie peu en fonction de l'âge des lecteurs. Pour les autres thèmes principaux, les variations en fonction de l'âge sont plus perceptibles, les arts décoratifs, la photographie et le cinéma étant davantage cités chez les publics les plus jeunes.

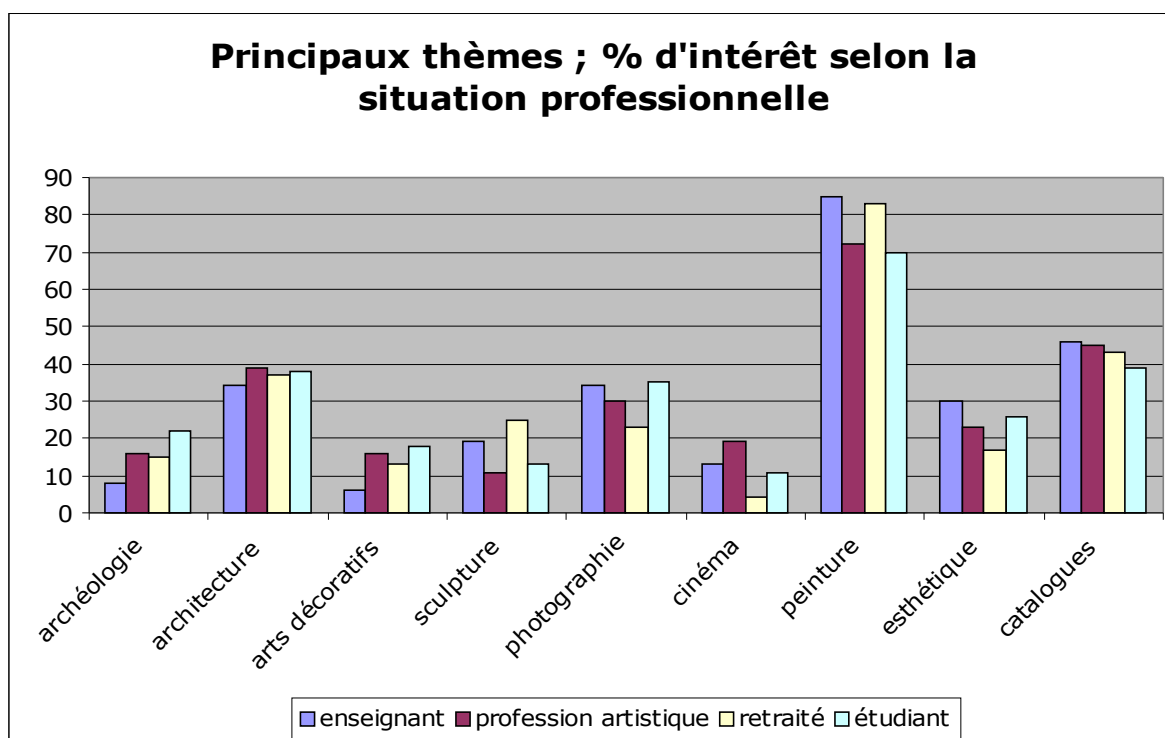
² Une part de ces derniers est composée de catalogues d'expositions de peinture, ce qui tend à renforcer encore la place de ce thème dans la hiérarchie.



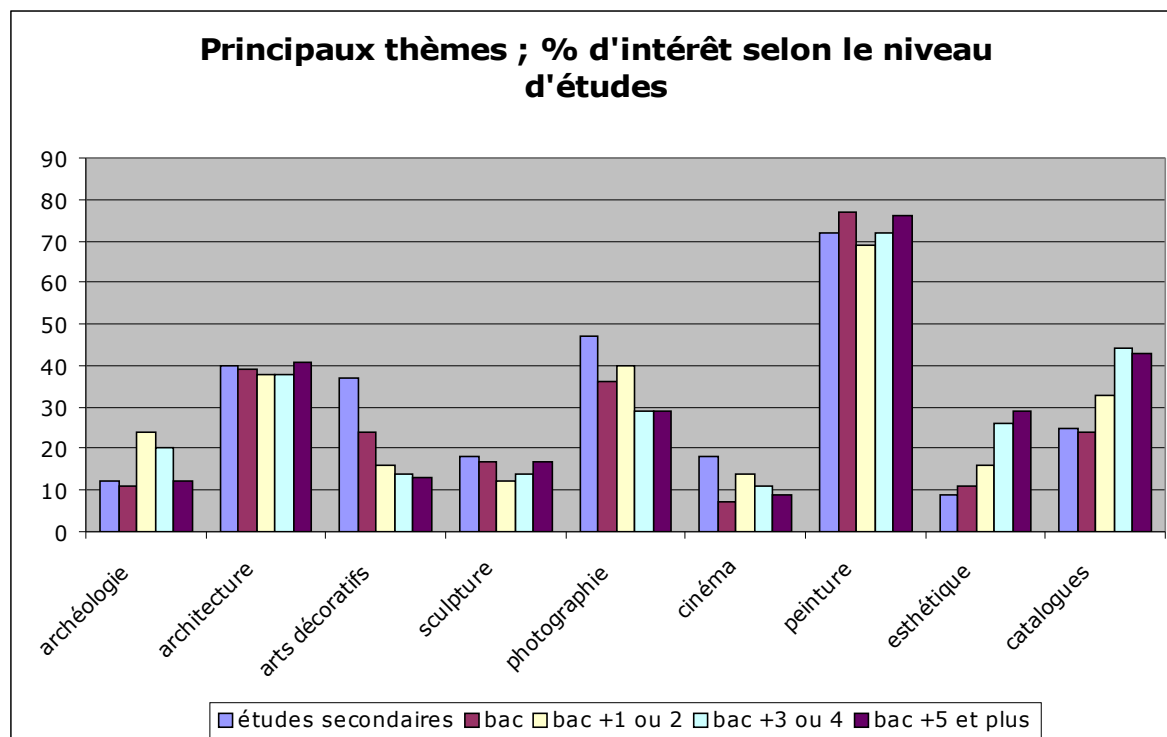
La hiérarchie des thèmes peut encore être rapprochée de la situation professionnelle des lecteurs³.

Plusieurs constats peuvent être faits. Il apparaît tout d'abord que la peinture suscite un intérêt qui varie peu en fonction des situations professionnelles ; thème dominant du livre d'art, elle semble échapper aux déterminants sociaux. Une observation de même ordre peut être formulée au sujet de l'architecture et des catalogues. On notera que ces trois genres de livres d'art sont sans doute les plus liés à l'événementiel et à la médiatisation (grandes expositions, grandes réalisations architecturales) ; il y a donc lieu de penser que le caractère événementiel, quand il existe, touche toutes les catégories de publics considérés du point de vue de leur situation professionnelle. En revanche, les livres d'art consacrés à la photographie, à l'esthétique et au cinéma soulèvent moins d'intérêt chez les retraités que chez les autres catégories professionnelles. On peut penser que les explications de ce point d'observation tiennent à des différences de statut ou de légitimité de ces thèmes (pour la photographie et le cinéma) ou à une perception de l'esthétique comme thème réservé à un public universitaire.

³ N'ont été retenus ici que les sous-populations présentant des effectifs significatifs.



Le niveau d'études des publics, quant à lui, va tout d'abord dans le sens des observations précédentes en montrant bien que peinture et architecture sont les thèmes qui suscitent les plus fortes expressions d'intérêt et ceci quel que soit le niveau d'études. L'esthétique apparaît clairement comme un genre lié aux études supérieures, et l'usage des catalogues semble d'autant plus développé que le niveau d'études est élevé. Cinéma, photographie, arts décoratifs suscitent en revanche plus d'intérêt chez les publics à faible niveau d'études que chez les autres. Outre la différence de statut de ces genres, déjà évoquée, on peut penser qu'intervient ici la confusion entre livres d'art et beaux livres, les trois genres en question étant fortement présents parmi ces derniers.



c. Les critères d'appréciation

Le livre d'art est d'abord un livre d'images. C'est ce qui apparaît à l'analyse des réponses à la question : « A quels éléments êtes-vous le plus attentif? » Plus de 53 % des personnes interrogées désignent les images comme le premier point auquel elles sont attentives dans le livre d'art, bien avant le texte (23 % des réponses) et l'aspect physique (10 %). L'importance accordée à l'image peut bien sûr porter sur différents aspects tels que la taille des reproductions et leur nombre, les cadrages, le détail, leur originalité, la qualité technique (prise de vue et impression)...

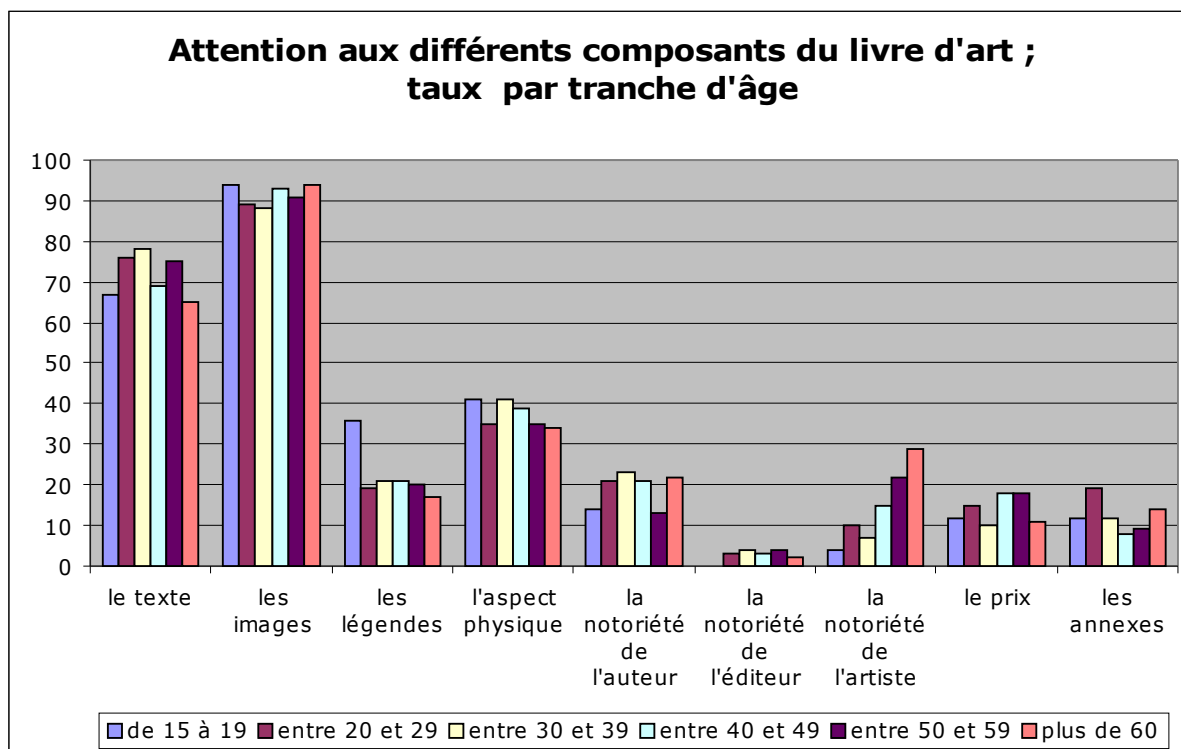
L'analyse des réponses à la question 15 demandant aux lecteurs d'indiquer les caractéristiques du livre d'art correspondant à leurs attentes permettra de revenir sur ce point.

On observera, par défaut, que les autres éléments de réponse proposés (les légendes, la notoriété de l'auteur, celle de l'artiste, les annexes) n'occupent qu'une place très secondaire dans l'attention des lecteurs. S'il en est de même pour le prix, le contexte de l'étude relativise le crédit à apporter à ce point qui aurait vraisemblablement suscité des réponses différentes dans un contexte de librairie.

Deux commentaires sont possibles à ce stade :

- la nette prévalence de l'image sur l'aspect technique laisse supposer que le modèle du livre d'art soigné dans tous les aspects de sa réalisation n'est pas (plus) un modèle dominant. En relation avec la légitimité acquise par le livre d'art à petit prix auprès des étudiants et enseignants, il est désormais possible de penser que le lecteur porte son intérêt sur les contenus (images puis texte) beaucoup plus que sur le contenant.
- La prévalence des images sur le texte annonce l'importance du plaisir dans la relation au livre d'art, plaisir qui peut être associé à des usages universitaires ou professionnels, mais qui ne se limite pas à la satisfaction de posséder ou de consulter un « bel objet ».

Confronter ces résultats aux critères d'âge permet d'abord d'observer que l'attention aux images et aux textes est partagée à un niveau élevé par l'ensemble des tranches d'âge. Est également partagée à un degré identique pour l'ensemble des classes d'âge l'attention à la notoriété de l'éditeur, mais à un niveau tellement faible que cet élément n'agit visiblement pas comme un critère de choix dans les pratiques des lecteurs.

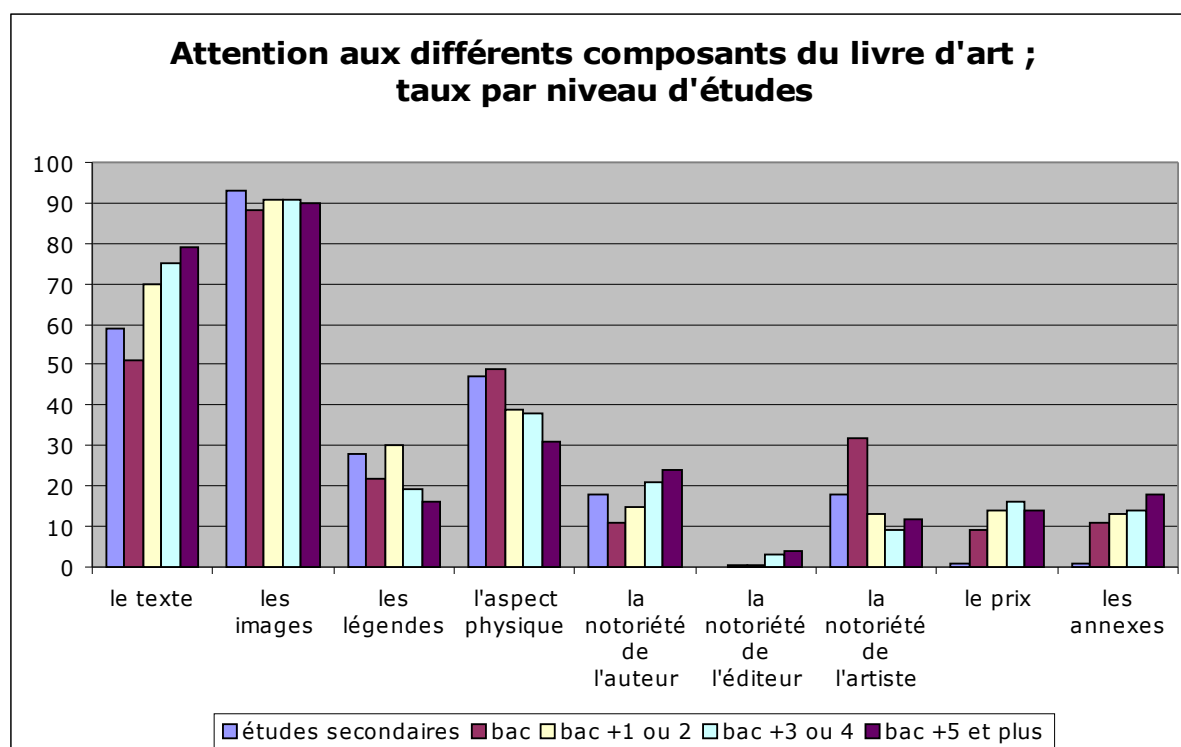


Au-delà de ces remarques, deux points méritent attention.

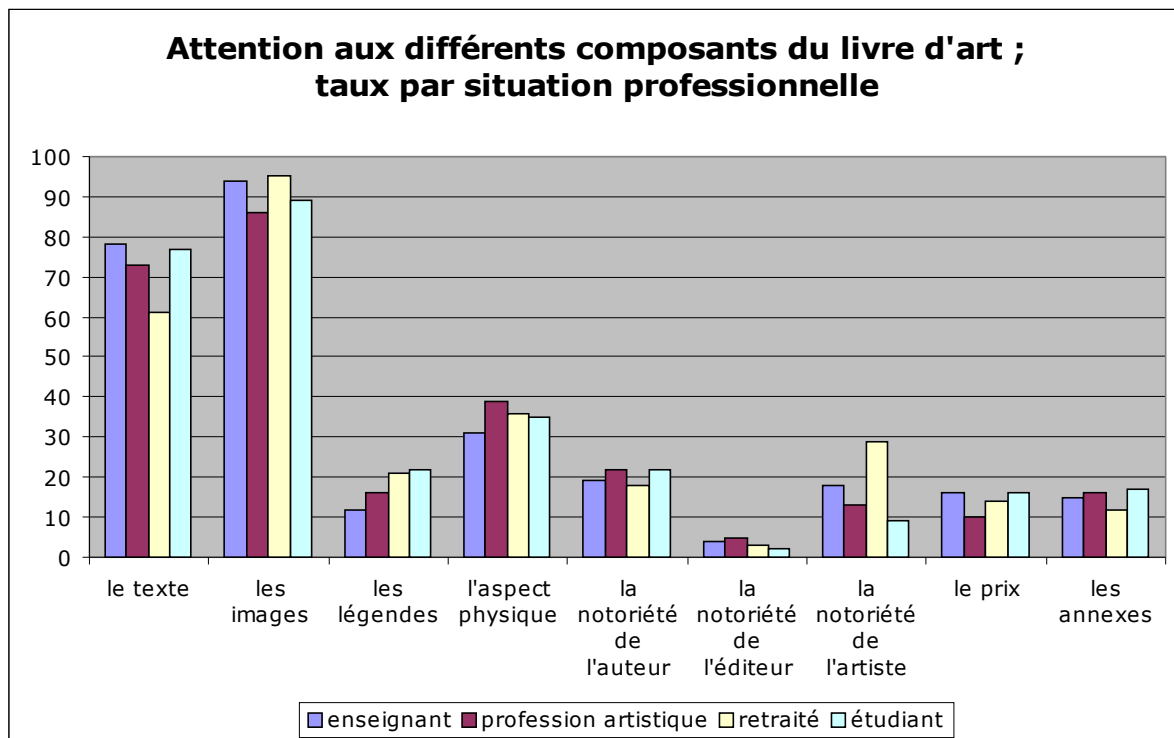
- L'intérêt pour les légendes semble nettement plus fort chez les 15-19 ans que chez les publics plus âgés, laissant entrevoir un mode de lecture centré sur la recherche d'informations concises.
- D'autre part, la notoriété de l'artiste est un critère opérant plus fortement au fur et à mesure que l'on monte dans les tranches d'âges, observation qui semble aller dans le sens de la recherche de « valeurs sûres » chez les lecteurs plus âgés. Nous reviendrons sur cet aspect ci-dessous (cf d).

Le niveau d'études du lectorat permet de préciser certains des éléments qui précèdent. Ainsi observe-t-on que si l'intérêt pour les images est constant quel que soit le niveau d'études, celui porté aux textes est en corrélation avec ce niveau de formation. Ce constat fait écho à celui établi ci-dessus au sujet de l'intérêt pour les légendes plus fort chez les jeunes ; il laisse ici penser, de manière complémentaire, que l'usage du livre d'art devient d'autant moins superficiel que son public a un niveau de formation élevé. L'intérêt pour la matérialité du livre d'art est en revanche inversement proportionnel au niveau d'études. Il en est de même pour l'attention

portée à la notoriété de l'artiste. Ce dernier point vient en rupture apparente avec ce que nous observions ci-dessus en analysant la corrélation entre l'attention à la notoriété de l'artiste et l'âge du public : il apparaît ici que plus son niveau d'études est élevé, moins le public se détermine par rapport à un nom d'artiste.



La relation entre la situation professionnelle et l'attention portée aux différents composants du livre d'art tend à confirmer les observations précédentes. Les images et le texte restent les composants auxquels toutes les catégories professionnelles se montrent très attentives, mais le fait que l'intérêt porté aux légendes soit plus fort chez les retraités et chez les étudiants soutient l'hypothèse de pratiques de lecture orientées vers la recherche d'informations succinctes. Par ailleurs, l'importance de la notoriété de l'artiste est au plus fort chez les retraités, observation qui va aussi dans le sens de la recherche de valeurs sûres dans cette catégorie de public.



Ces différents éléments renvoient à un enjeu contextuel qui est celui de la culture artistique. Tout montre en effet que l'usage et la perception du livre d'art sont déterminés par le niveau de formation générale. On s'intéresse d'autant plus au contenu et d'autant moins au contenant que l'on a un niveau d'études élevé.

Ce sont en fait deux catégories d'usages qui se dessinent : l'un associant recherche de connaissance et satisfaction esthétique, l'autre plus exclusivement guidé par le second élément de ce binôme. L'espace entre ces deux usages est plus ou moins étendu selon la culture artistique du lectorat, et pose ainsi la question de la place laissée à l'enseignement artistique dans les cursus scolaire et universitaire.

d. Des livres d'art marquants

Invités à citer un livre d'art qu'ils ont particulièrement apprécié, les 995 lecteurs ont mentionné 570 titres (356 non réponses). Cette très grande diversité est d'autant plus réelle qu'un seul titre fait l'objet de plus de 10 mentions, *l'Histoire de l'art*, de Gombrich (sans toutefois que l'édition soit précisée).

Cette liste de 570 titres a été croisée avec la base Electre dans le but d'obtenir des références bibliographiques aussi complètes que possible, comprenant au moins l'auteur, l'intitulé exact du titre, et l'éditeur.

Cette démarche a conduit à écarter nombre de réponses qu'il était impossible de préciser. Il s'agit essentiellement de celles qui ne donnent qu'un nom d'artiste (ex Picasso) ouvrant sur une liste très importante de titres sans qu'aucun élément ne permette d'identifier celui auquel le lecteur fait allusion ; il en va de même pour des réponses indiquant une période ou un mouvement (ex : la Renaissance, l'impressionnisme). Ont également été écartées les réponses problématiques, associant par exemple un titre et un auteur qui ne se trouvent pas réunis dans la base Electre, et toutes les réponses incomplètes que la recherche n'a pas permis de préciser.

Toutes ces réponses éliminées sont cependant intéressantes à examiner dans la mesure où elles permettent de constituer deux listes d'artistes ou de périodes et mouvements qui occupent une place importante dans les choix des lecteurs.

Liste des artistes cités		
Annette Messenger	Fragonard	Picasso
Botticelli	Frida Kahlo	Pissaro
Cartier Bresson	Gauguin	Poussin
Cézanne	Géricault	Rembrandt
Chagall	Lalique	Rothko
De Staël	Le Caravage	Rubens
Delacroix	Matisse	Soulages
Doisneau	Miro	Vinci
	Munch	Watteau

On notera encore que certaines des réponses impossibles à préciser mentionnent de manière collective soit des éditeurs, soit des auteurs, soit une collection : « les livres

d'André Chastel », « les catalogues du musée Guimet », « L'Imprimerie nationale », « Univers de l'art ».

Au final, il a été possible d'établir une liste de 295 titres précis cités par les lecteurs comme étant ceux qu'ils apprécient particulièrement (voir tableaux en annexe). Plusieurs observations peuvent être formulées sur cette base :

- S'agissant des auteurs : bien qu'il n'ait pas été possible d'identifier l'auteur de certains des titres mentionnés, le constat de leur très grande diversité peut être fait. Très peu d'auteurs apparaissent plusieurs fois, comme par exemple Daniel Arasse (6 fois) et Panofsky (3 fois). De grands auteurs du domaine n'apparaissent dans cette liste que de manière très limitée (Didi-Huberman et Huyghe ne sont cités qu'une fois) ; cette diversité et la présence modeste des auteurs de référence laissent penser que les choix du public des livres d'art en bibliothèque sont d'abord déterminés par les sujets traités et par des intérêts personnels très précis. On verra, avec la place des catalogues dans cette liste, que ces sujets eux-mêmes et ces intérêts sont à rapprocher de l'événementiel, mais il semble bien que le statut de l'auteur de livre d'art, aussi établi soit-il, ne suffise pas à l'imposer dans les choix de lecture.

- Considérée maintenant sous l'angle des types de livres, cette liste fait apparaître plusieurs catégories de livres d'art. Le groupe le plus important est constitué par les livres très chers, la plupart de ceux cités étant publiés chez Citadelles et Mazenod. Le statut d'usager de bibliothèque sous le lequel est interrogé le public de cette étude ne détermine pas forcément la réponse à la question de savoir quels livres d'art ce public a particulièrement apprécié ; néanmoins, le prix très élevé de ces livres en fait par excellence un objet de consultation en bibliothèque.

Les catalogues (plus de 50 titres cités) tiennent une place significative dans cet ensemble. La place qu'ils occupent dans l'économie du livre d'art n'est plus à démontrer, mais en revanche, il est intéressant de noter que plusieurs de ceux qui sont cités sont relativement anciens, laissant penser que la vie des catalogues ne se réduit pas à la durée de l'événement qui les suscite, mais qu'ils trouvent une place durable dans les goûts des acheteurs. Les expositions récentes sont visibles dans

cette liste, mais on y trouve aussi des titres datant de plus de 10 ans (*Rêves d'alcôves ou la chambre à travers les siècles*, R.M.N., 1995, ou *René Lalique, bijoux, verre*, R.M.N., 1991).

Ces 295 titres recèlent aussi une part d'ouvrages relativement anciens ; c'est le cas de *L'art de la tache*, de J-CI Lebenstjen, éd du Limon (1990) ou de *L'art et l'âme*, de R. Huyghe, Flammarion (1987). Le titre le plus ancien de cette liste date de 1985 (*Sir Joshua Reynolds*, R.M.N.). Ces trois exemples rappellent que le public enquêté est exposé à une offre particulière, celle des bibliothèques dont il est admis qu'elles détiennent les ouvrages de fonds, mais ils soulignent aussi que ce fonds est bien présent dans les préférences des usagers des bibliothèques. Par ailleurs, s'il est visible, au travers de la présence des catalogues d'exposition, que l'actualité muséale marque ces réponses, il est tout autant manifeste que ce public garde une mémoire longue de la production échappant à l'événementiel, même s'il elle n'opère parfois qu'en fonction de centres d'intérêt très précis pour lesquels ces titres font durablement référence.

Les lecteurs mentionnent encore des essais sur l'art parmi leurs livres préférés. Peuvent par exemple être cités *Malaise dans les musées* de J. Clair (Flammarion), *Logiques de l'élémentaire : le dérisoire dans les pratiques contemporaines*, d'É. Laniol (L'Harmattan), *Saturne et la mélancolie : études historiques et philosophiques*, d'É. Panofsky (Gallimard) ou *Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier*, de V. Kandinsky (Gallimard). La présence de ces titres dans les choix du lectorat est un indicateur d'une des caractéristiques de celui-ci, à savoir sa dimension universitaire.

L'art contemporain ou l'idée de modernité sont présents dans 23 titres de cet ensemble, chiffre qui traduit à la fois la place de l'art contemporain dans la production éditoriale et le fait que la recherche d'ouvrages de référence sur des sujets classiques cohabite avec des attentes peu formatées (*Photographie plasticienne : l'extrême contemporain*, de D. Baqué, Éd du Regard, 2004).

- Le classement de cette liste selon les éditeurs (voir tableau en annexe) rompt partiellement avec cette diversité repérée dans le choix des titres. Elle met en effet en évidence deux éditeurs dominants parmi les livres d'art que les lecteurs disent avoir particulièrement appréciés : Flammarion et la Réunion des Musées Nationaux. A un second niveau, 5 autres éditeurs se distinguent : Taschen, Phaidon, Citadelles et Mazenod, Gallimard et Hazan. Cependant, cette rupture reste très relative dans la mesure où, au total, ce sont 97 éditeurs qui composent cette liste, chiffre qui rejoint l'idée de diversité déjà évoquée à plusieurs reprises.

Principaux éditeurs cités			
Éditeur	Nb de citations	Éditeur	Nb de citations
Flammarion	30	Centre Pompidou	6
R.M.N.	29	Du Regard	6
Gallimard	18	Somogy	6
Taschen	18	Actes sud	5
Citadelles et Mazenod	17	La Martinière	5
Phaïdon	17	Skira	5
Hazan	15	B.N.F.	4
Thames & Hudson	7	Chêne	4

Dans cet ensemble, outre la place occupée par l'édition muséale, il est à noter que des éditeurs comme Taschen et Phaïdon figurent l'un et l'autre parmi les 5 premiers.

e. Les caractéristiques idéales d'un livre d'art pour adultes

Cette question ouverte a suscité 275 réponses différentes pour 557 répondants. Cette dispersion conduit à traiter les réponses en procédant à des regroupements autour de onze points principaux⁴.

La qualité des images occupe le premier rang des éléments qui caractérisent le livre d'art idéal. Entrent sous cet item le souhait que le livre soit « bien illustré » (45 occurrences), qu'il présente « des images de qualité » (326 occurrences), de « grandes images » (20 occurrences), qu'il soit « très illustré » (86 occurrences).

La qualité du texte définit aussi très largement le livre d'art idéal. Mais l'intérêt qui lui est porté par le lectorat tient à différents aspects parfois contradictoires. Ainsi, la notion de concision du texte est-elle la plus souvent exprimée (216 occurrences), mais à un niveau quasi égal avec le souhait de disposer d'un texte complet (207 occurrences). De manière moins précise, se rencontre aussi la notion de fiabilité du texte (176 occurrences) ; distincte de la notion de concision, elle est associée à une attente de qualité pédagogique, de précision et de clarté. Une quatrième caractérisation des textes attendus porte sur leur valeur scientifique (130 occurrences), associée au niveau de spécialisation des auteurs, à la dimension critique du propos, au caractère « pointu » des sujets traités.

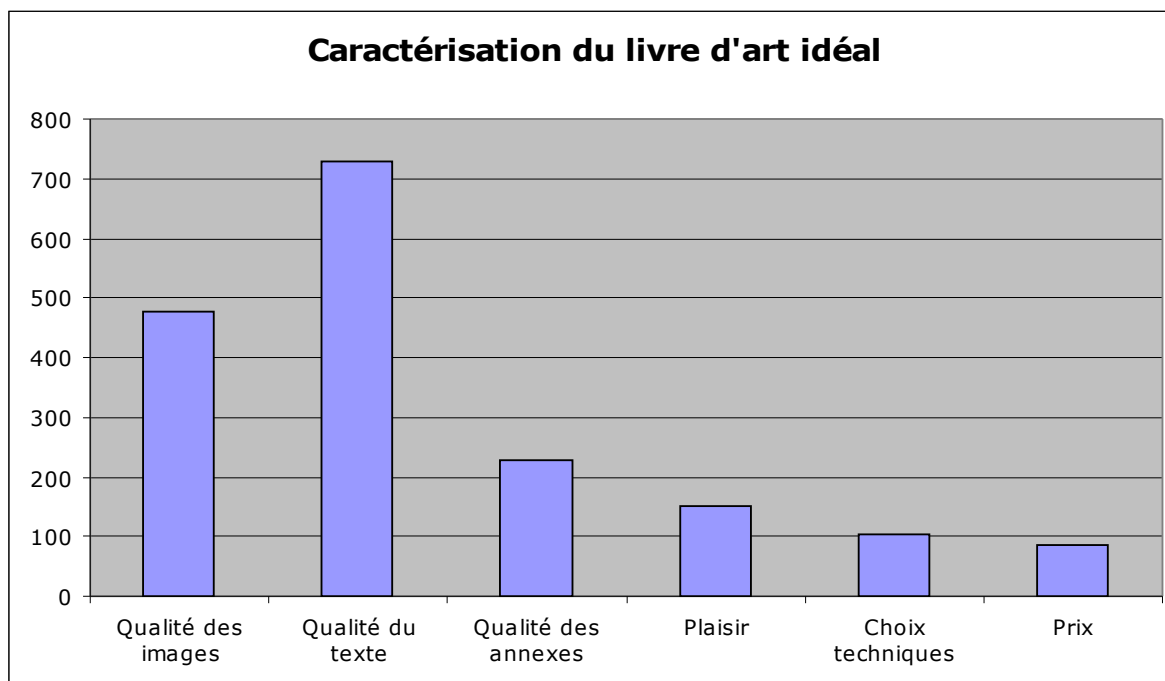
Le livre d'art idéal se définit aussi par ses **annexes**. Si l'on regroupe sous ce terme les bibliographies, sitographies, glossaires, index, légendes, schémas, informations contextuelles, chronologies, la demande relative à ces annexes s'exprime à 229 reprises.

Le **plaisir** est présent dans cette conception idéale (150 occurrences), associant les choix de mise en pages, de cadrage, la typographie, l'émotion suscitée.

Les **choix techniques** de conception du livre rassemblent 104 réponses qui se répartissent sur le format, la couverture (souple/cartonnée), le poids, la qualité du papier ... et l'odeur.

Le **prix** ne regroupe quant à lui que 85 occurrences.

⁴ La plupart de ces répondants ont fourni plusieurs éléments de réponses (2200 au total).



Cette question posée aux lecteurs sur les caractéristiques d'un livre d'art qui serait parfaitement adapté à leurs attentes est à rapprocher de la question 3 : « A quels éléments êtes-vous le plus attentif ? » Pour répondre à cette dernière, le lecteur se plaçait en situation de devoir choisir un livre parmi une offre diverse ; la question posée ici l'invite davantage à faire œuvre d'imagination pour se représenter le livre qu'il souhaite.

La lecture des réponses à cette question ouverte en fonction des critères d'âge, de niveau d'études et de situation professionnelle montre bien une constante dans l'intérêt porté aux images, au texte et aux annexes.

S'agissant des images, ce sont les 20-29 ans, bac +3 ou 4 et étudiants qui les placent en tête de leurs souhaits.

S'agissant des textes, le souhait de simplicité est au plus fort chez les 15-19 ans (et va décroissant avec l'âge), chez les bac +1 et 2 et chez les étudiants. Le souhait de texte de haut niveau est principalement exprimé par les 20-29 ans, les bac +3 et 4 et par les étudiants.

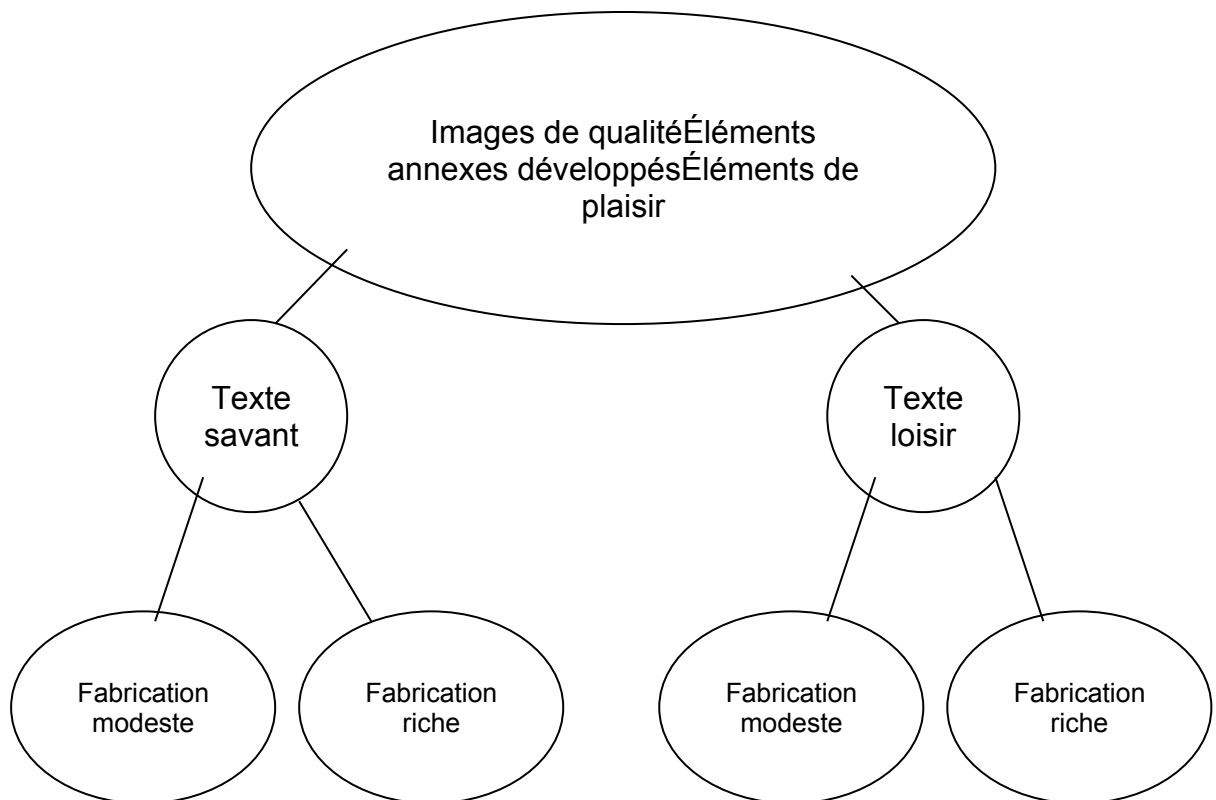
Les annexes intéressent principalement les 15-19 ans, bac +1 et 2 et les étudiants.

Pour la plupart, ces points font écho à certaines analyses précédentes. C'est le cas pour ce qui relève des images, mais avec des précisions qui permettent de distinguer une attente tournée vers la qualité des images plus que vers la quantité ou la taille. C'est aussi le cas s'agissant des textes, où l'on voit à la fois que les attentes exprimées en termes de valeur scientifique et de traitement approfondi renvoient à la notion de référence qui domine la perception générale du livre d'art (cf a), et que la place des attentes formulées en termes de simplicité, concision, clarté, caractère pédagogique dessine un usage moins approfondi du livre d'art.

L'importance des attentes relatives aux éléments annexes est très visible dans les réponses à cette partie de l'enquête, mais elle n'est pas dépourvue d'ambiguïté. La demande et l'usage de ces annexes peuvent en effet être compris aussi bien comme signes d'une utilisation approfondie du livre d'art (possibilités de recherches nombreuses) que, au contraire, comme marques d'une utilisation superficielle (possibilité de recherche d'une information isolée). Cette ambivalence du rôle des annexes fait elle-même écho à un relatif équilibre des attentes entre « texte simple » et « texte de haut niveau » chez les 20-29 ans, bac +3 ou 4, étudiants.

Le détail des attentes portant sur les choix techniques n'est pas moins nuancé.

En fait, il semblerait qu'il n'y ait pas un livre d'art dont les caractéristiques seraient parfaitement adaptées aux attentes du public, mais plutôt quatre, laissant par là même penser qu'il y aurait quatre types de publics. Si l'on admet que la qualité des images, le développement des annexes et la présence d'éléments capables de susciter du plaisir sont des attentes partagées par l'ensemble des publics, les variations sur cette base se font autour des textes (lecture savante/lecture de loisir) et des choix techniques (fabrication modeste/fabrication riche). Il devient alors possible de distinguer les quatre types suivants :

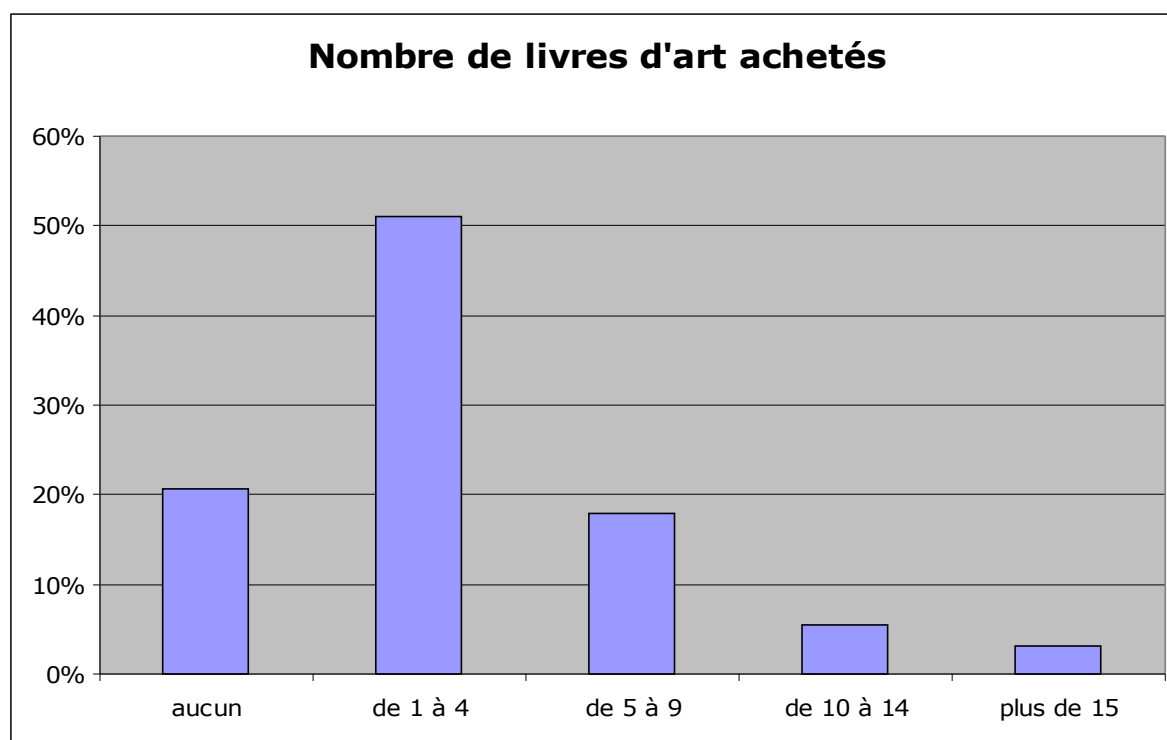


4. Bibliothèques et librairies

A. Les emprunteurs-acheteurs

a. Nombre d'achats

À la question « combien de livres d'art avez-vous achetés dans les 6 derniers mois ? », le graphique ci-dessous répond en montrant que les publics du livre d'art en bibliothèque sont aussi acheteurs de livres d'art. 77,5 % des lecteurs interrogés ont acheté un livre d'art ou plus dans les 6 derniers mois. 26,4 % du public ayant acheté 5 livres d'art ou plus.



Si on croise la question sur les sources d'information des lecteurs et leurs volumes d'achats, on constate que les plus gros acheteurs (ceux qui ont acheté 10 livres ou plus dans les 6 derniers mois) ont pour première source d'information les librairies spécialisées. Rappelons qu'à ce titre, ils se différencient nettement de l'ensemble

des répondants qui placent les bibliothèques et les expositions en tête de leurs sources d'information.

Si l'on croise le volume d'achat avec les catégories d'ouvrages, on constate que les plus gros acheteurs s'intéressent en priorité à la peinture, aux catalogues et à l'esthétique (qu'ils placent avant l'architecture à la différence des autres publics).

Lorsque l'on croise les volumes d'achat et les pratiques d'emprunt et de consultation en bibliothèque, on constate que les plus gros acheteurs (ceux qui ont acheté 10 livres ou plus dans les 6 derniers mois) ont, pour 88 % d'entre eux, emprunté/consulté plus de 10 livres dans les 12 derniers mois, alors que les personnes qui ont acheté moins de 10 livres dans les 6 derniers mois ne sont que 52 % à avoir emprunté/consulté plus de 10 livres dans les 12 derniers mois. Il est donc bien manifeste que les gros emprunteurs sont aussi de gros acheteurs et que ces deux pratiques sont corrélées.

Enfin, si l'on prend en compte la situation professionnelle, il apparaît que les plus gros acheteurs sont ceux qui exercent des professions artistiques. Leur volume d'achat devance celui des professeurs, et, dans l'ordre, des étudiants et des autres professions. On ne trouve aucun lycéen parmi ces gros acheteurs et très peu de sans emploi, et, plus étonnant, très peu également de retraités.

b. Motivation des achats

31,7 % des personnes qui ont acheté des livres d'art en librairie l'ont fait pour le plaisir, 20,4 % dans le cadre de leurs études, 15,2 % après une visite, 12,7 % pour faire un cadeau, 6,1% dans le cadre d'un enseignement.

La préparation d'un voyage (3,9 %), d'une visite (3 %), le retour de voyage (2,9 %) ou la lecture en famille (1,9 %) sont des motivations moins affirmées.

Les réponses spontanées font apparaître d'autres motivations : des raisons professionnelles, des sources d'inspiration, une démarche de collection.

Si nous comparons les motivations d'achat avec les motivations d'emprunt ou de consultation, nous sommes frappés par la similitude des réponses. La dimension plaisir devance dans les deux cas les achats fonctionnels des étudiants. L'achat pour un cadeau n'est cité que par 12,7% des personnes interrogées.

c. Les lieux d'achat

33 % des personnes interrogées achètent leurs livres d'art dans les librairies des musées, 32,6 % dans les librairies générales et spécialisées, 11,2 % dans les solderies. 7,8 % achètent les suppléments de la presse et 7,7 % ont recours aux librairies en ligne. Les autres lieux de vente sont beaucoup moins cités : 3,7 % pour les librairies de grande surface, 1,2 % pour les librairies jeunesse, 0,4 % pour les clubs.

D'autres lieux ou circuits de vente sont cités spontanément : les brocantes, les marchés, les puces, les braderies, les sociétés d'érudits, les maisons d'édition et les ateliers d'artistes.

Le tableau ci-dessous reprend la liste des librairies en ligne citées (elles sont classées de la plus souvent à la moins souvent citée) :

Liste des librairies en ligne citées pour les achats de livres d'art (par ordre décroissant)	
Amazon.fr	Amazon.com
Fnac.com	Decitre.fr
Abebooks.fr	Bookfinder.com
Alapage.com	Ombres-blanches.fr
Chapitre.com	Lemoniteur.fr
Priceminister.com	

Si l'on croise les lieux d'achat avec la situation professionnelle, on constate que ce sont les enseignants et les retraités qui ont le plus

souvent recours à Internet pour leurs achats (12 %), alors que les étudiants ne sont que 7 % à acheter des livres d'art en ligne.

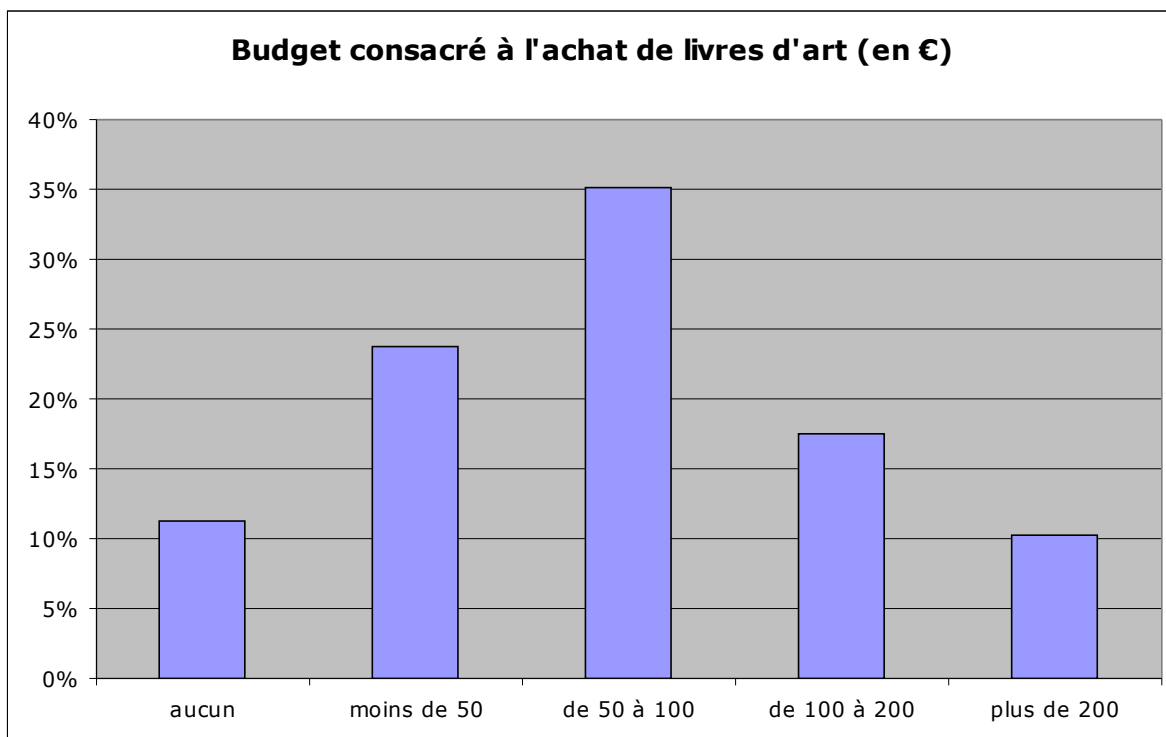
Quant aux librairies des musées, elles ne devancent les librairies générales et spécialisées que pour les professions artistiques et les retraités.

Le croisement entre les lieux d'achat avec le budget annuel des acheteurs permet de constater qu'au fur et à mesure que le budget augmente, la place des librairies de musée croît dans le choix des acheteurs. Mais parallèlement, plus on consacre un budget élevé aux livres d'art, plus on achète en ligne. 14% des personnes qui dépensent plus de 200 euros par an achètent en ligne contre 6% pour celles qui dépensent moins de 50 euros. Pour les personnes qui consacrent un budget important au livre d'art ce sont donc les librairies générales et spécialisées qui sont en retrait (26 % seulement, contre 32,6 % pour l'ensemble des publics).

d. Le budget annuel consacré aux livres d'art

Le graphique ci-dessous montre le budget annuel que les personnes interrogées consacrent au livre d'art.

10 % des personnes interrogées n'achètent pas de livres d'art. 23,8 % dépensent moins de 50 euros par an, alors que 27,8 % des personnes interrogées consacrent au livre d'art un budget supérieur à 100 euros.



Les personnes qui consacrent un budget important au livre d'art sont aussi celles qui en achètent le plus et celles qui empruntent/consultent le plus en bibliothèque (voir plus haut). Les librairies de musées viennent en tête de leurs lieux d'achats, suivies par les librairies générales et spécialisées. Mais les acheteurs qui consacrent un gros budget aux livres d'art sont plus présents dans les librairies en ligne que les autres acheteurs. On retrouve donc bien les caractéristiques que nous observions sur les gros acheteurs (10 livres ou plus sur les 6 derniers mois).

e. Le prix moyen acceptable pour un livre d'art

Nous posons la question ouverte suivante : « Quel prix moyen acceptez-vous de payer pour un livre d'art ? »

Spontanément, 21 % des personnes interrogées ont répondu 30 euros, 14,6 % ont cité la somme de 20 euros, 12,8 % ont dit 40 euros et 10,5 % ont répondu 50 euros.

Les regroupements qui apparaissent dans les deux colonnes de droite du tableau ci-dessous permettent d'avoir une vision cohérente des réponses.

Prix moyen	% des personnes interrogées	Prix moyen	% des personnes interrogées
10 euros et moins	1,6 %	10 € et moins	1,6%
de 11 à 20 €	18,9 %	de 11 à 30 €	50,3%
de 21 à 30 €	31,4 %		
de 31 à 40 €	19,1 %		
de 41 à 50 €	13,6 %	de 31 à 50 €	32,7%
de 51 à 60 €	2,3 %	de 51 à 80 €	4,7%
plus de 60 €	0,9 %		
de 71 à 80 €	1,5 %		
de 81 à 90 €	0,2 %	plus de 80 €	0,9%
de 91 à 100 €	0,7 %		

Ce tableau permet de comprendre que pour plus de la moitié du public le prix acceptable pour un livre d'art se situe entre 10 et 30 euros. Un peu plus d'un tiers des personnes interrogées situe le prix acceptable au dessus de 30 euros, mais au-delà de 50 euros on trouve peu de réponses. À l'autre extrême, une personne sur cinq ne trouve pas acceptable un prix supérieur à 20 euros.

On remarque aussi que les personnes qui situent le prix moyen acceptable à 10 euros ou moins représentent seulement 1,6 % de l'effectif.

Enfin, rappelons que 9 % des personnes interrogées n'ont pas répondu.

En croisant cette réponse avec les catégories de livres d'art, on remarque que la place des catalogues est en retrait (après la peinture, l'architecture et la photographie), chez les personnes qui citent un budget de 11 à 30 euros, par rapport à celles qui situent le prix moyen acceptable entre 31 et 50 euros (et pour lesquelles le trio de tête est : peinture, catalogues et architecture). Mais pour les acheteurs qui acceptent un prix moyen supérieur à 50 euros, les catalogues sont aussi en retrait et viennent après la peinture et les arts décoratifs.

Il semble donc bien que le prix acceptable varie en fonction des types de livres d'art auxquels on s'intéresse.

Si on croise le prix acceptable avec les motivations d'achat, on constate que

42 % des personnes qui achètent un livre d'art pour se faire plaisir ou pour faire un cadeau acceptent un prix supérieur à 30 euros, contre 35 % de celles qui les achètent pour leurs études. Mais 46 % des personnes qui achètent un livre d'art après une visite trouvent acceptable de dépenser plus de 30 euros, alors qu'ils sont seulement 36 % à trouver ce prix acceptable lorsqu'il s'agit de préparer un voyage. Ceci montre que le prix acceptable varie aussi en fonction des circonstances qui dictent l'achat.

Le prix acceptable n'est pas non plus le même selon les lieux d'achat. 43 % des personnes qui privilégient les librairies de musées trouvent acceptable un prix moyen supérieur à 30 euros, ainsi que 41 % de celles qui préfèrent les librairies générales et spécialisées et 44 % de celles qui utilisent les librairies en ligne. Mais seulement 39% des clients des grandes surfaces et 37 % des adeptes des suppléments de la presse trouvent acceptable un prix moyen supérieur à 30 euros.

On constate par ailleurs que plus le budget annuel est élevé plus le prix moyen acceptable est élevé. 21 % des personnes qui consacrent moins de 50 euros par an à des achats de livres d'art trouvent un prix supérieur à 30 euros acceptable, contre 57 % de celles qui dépensent 100 euros et plus.

Enfin, ce sont les retraités, les personnes exerçant une profession artistique et les enseignants qui indiquent les prix moyens acceptables les plus élevés.

B. Les emprunteurs non acheteurs

a. Des catégories de public bien spécifiques ?

20,7 % des personnes qui ont participé à l'enquête n'ont acheté aucun livre d'art dans les 6 mois précédant celle-ci.

En quoi ces personnes se différencient-elles du reste du public ?

Dans leurs centres d'intérêts, elles privilégient, dans l'ordre, la peinture, la photographie et l'architecture. Elles s'intéressent bien plus à l'image que le reste du public. Elles empruntent et consultent moins en bibliothèque.

Le prix moyen que 59 % de ces non acheteurs trouvent acceptable pour un livre d'art est inférieur à 30 euros alors que 51,9 % de l'ensemble du public propose cette somme.

Le prix moyen acceptable qui se dégage pour les non acheteurs est de 29 euros contre 34 euros pour l'ensemble du public.

Pour pousser plus loin la caractérisation de ces non acheteurs, on peut ajouter que 19,7 % des femmes n'ont acheté aucun livre, contre 23 % des hommes.

Plus significatif : 31% des moins de 19 ans sont des non acheteurs, contre 20 % des 20 à 29 ans et 19 % des plus de 30 ans.

Enfin, il y a 11 % de non acheteurs chez les enseignants, 12 % dans les professions artistiques, 17 % chez les retraités, 22 % chez les étudiants, 25 % chez les sans emploi, 27 % chez les lycéens, 36 % dans les autres professions.

En ce qui concerne ces autres professions, 1/3 des bibliothécaires déclarent n'avoir acheté aucun livre d'art dans les 6 derniers mois.

Il ressort donc de cette étude spécifique des non acheteurs, que certes leurs goûts, leurs pratiques d'emprunt, leur perception du prix acceptable les distinguent du reste du public, mais il semble bien que le facteur déterminant soit l'âge et la nature des activités.

b. Les raisons de l'absence de pratiques d'achat

37,5 % des non acheteurs disent que les livres d'art sont trop chers.

Or ils situent le prix moyen acceptable d'un livre d'art à 29 euros. Ce qui peut paraître paradoxal car, en effet, ils semblent trouver acceptable un prix moyen qui est élevé en regard de certaines collections à petits prix qui sont désormais bien présentes dans l'offre des libraires. On peut donc se demander au regard de ce prix jugé acceptable mais élevé, si les non acheteurs connaissent bien l'offre et ne surestiment pas le coût réel d'un livre d'art.

Par ailleurs, 30 % des non acheteurs disent ne pas acheter de livres d'art parce qu'ils empruntent en bibliothèque. Or, autre paradoxe, nous avons pu constater qu'ils étaient de faibles emprunteurs.

Enfin, 10 % d'entre eux disent qu'Internet répond à leurs besoins. 9 % disent manquer de temps pour acheter, 5 % se disent mal informés, 2,5 % répondent que l'offre des libraires ne leur convient pas.

Les autres explications qu'ils donnent sont : le manque de place, la capacité à emprunter à des amis, le fait de recevoir ces livres en cadeau, des raisons écologiques, la surproduction (« trop de choix », « trop de livres passionnants »), le manque d'intérêt.

Conclusion

Cette enquête menée sur les publics du livre d'art en bibliothèque met au jour des éléments qui s'inscrivent, pour une part, en rupture avec un contexte éditorial et, plus largement, socio-culturel traversé par des interrogations persistantes sur l'avenir du livre et des pratiques de lecture.

Au premier rang de ces éléments, il faut rappeler le niveau d'expertise de ce public. Connaissance des fonds d'éditeurs, des collections, diversité des maisons recensées et des genres, spectre des sujets recherchés, critères d'analyse de l'offre éditoriale, tous ces aspects s'inscrivent à l'actif d'un public où se mêlent étudiants, professionnels de l'art (à des titres divers), et amateurs. La centaine d'éditeurs de livres d'art recensés au travers des références données par ce public est en elle-même un reflet de ce niveau d'expertise.

Il s'ensuit, en termes d'attentes, une attention dominante à la notion de référence ; celle-ci semble prioritairement désigner, pour ce public, la fiabilité du texte autant que l'accessibilité des informations. La sensibilité aux choix techniques loin d'être absente des critères d'évaluation utilisés par le public, ne permet pas de désigner un modèle de livre d'art, mais plutôt quatre déclinaisons d'une base commune fournissant aux lecteurs des images de qualité, des outils de consultation développés et une mise en forme susceptible de lui procurer le plaisir qu'il recherche. En fait, si les livres d'art marquants, inscrits durablement dans la mémoire du public, sont souvent des réalisations échappant à la production courante, le livre d'art décrit comme idéal est beaucoup plus pensé en fonction des usages et des besoins qu'en conformité à un type canonique.

La complémentarité entre bibliothèques et librairies s'inscrit aussi parmi ces éléments. Face aux interrogations relatives à une éventuelle concurrence qui serait livrée par les bibliothèques au commerce du livre, l'étude montre sans ambiguïté que les plus grands emprunteurs en bibliothèque sont aussi les plus grands acheteurs en librairie. Elle met par ailleurs en évidence une autre forme de complémentarité selon laquelle, sauf dans le cas exceptionnel de librairies très spécialisées, c'est désormais

en bibliothèque que les fonds éditoriaux restent accessibles tandis que les librairies exercent leur rôle autour de la production récente. On notera à cet égard le fait que les bibliothèques sont, pour ce public, la première source d'information sur le livre d'art.

Si la continuité entre acteurs du livre semble à ce point très opérante, ces premiers éléments d'analyse s'accompagnent cependant d'observations plus problématiques. Ainsi, le niveau d'expertise du public semble le rendre particulièrement peu réceptif aux manifestations de promotion du livre d'art telles que les libraires peuvent occasionnellement en proposer. On vient acheter un livre d'art en librairie parce que l'on cherche un ouvrage précis (qui peut être un catalogue d'exposition), mais les achats provoqués par une animation restent exceptionnels. En raison de ces pratiques d'achat, le rôle de conseil du libraire n'est sollicité que par les acheteurs les moins avisés, le plus souvent à la recherche d'un cadeau, et l'organisation d'animations en librairie n'est que très occasionnelle, conditionnée par la capacité de l'auteur ou de l'artiste à mobiliser son propre public, et d'une portée très mesurée.

De même, la relation entre bibliothèques et librairies reste à un niveau souvent ressenti comme insatisfaisant. Le système des appels d'offres, contribuant à établir, sur un même territoire, une rupture entre ces acteurs du livre est pour une part dans cet état de fait, mais les liens entre acteurs du livre, parfois géographiquement très proches, sont souvent distendus, voire inexistantes. Ce constat vaut aussi pour les enseignants des disciplines artistiques et les responsables d'écoles d'art, nombreux parmi les usagers des bibliothèques, mais avec lesquels les libraires n'ont guère de relations partenariales. C'est donc la question de la médiation du livre d'art qui est ainsi soulevée comme un point de faiblesse. Elle porte avec elle des interrogations sur la place de l'art et sur le statut du livre dans les politiques éducatives, dans les politiques documentaires des bibliothèques, et dans les choix des médias, qu'ils soient nouveaux ou traditionnels.

Enfin, si les emprunteurs de livres d'art en bibliothèque sont aussi des acheteurs, leurs critères de prix définissent un espace tendant à se réduire entre un niveau inférieur (20 €) et un niveau supérieur (50 €) qui place la production dont le prix se situe au-delà de cette limite hors du champ des pratiques d'achat pour la réserver,

de fait, aux pratiques d'emprunt. Il est de ce point de vue significatif que voisinent au même niveau parmi les cinq premiers éditeurs cités deux maisons comme Taschen et Citadelles et Mazenod dont les politiques de prix sont, pour l'essentiel de leurs productions, radicalement opposées.

Annexes

Les publics du livre d'art

Enquête auprès des usagers des bibliothèques

Cette enquête est réalisée dans le cadre du Mai du livre d'art 2008 par l'Université Paris XIII/LabSIC, avec le soutien du Centre national du livre, de la Bibliothèque publique d'information (Centre Pompidou), de l'Association des bibliothécaires de France et du Syndicat national de l'édition.

Votre avis nous intéresse.

Merci de bien vouloir consacrer quelques instants à cette enquête.

1/ Pour vous, un livre d'art, c'est d'abord :

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Un livre à regarder | <input type="checkbox"/> Un livre consacré à un artiste |
| <input type="checkbox"/> Un livre de référence sur l'art écrit par un spécialiste | <input type="checkbox"/> Un livre consacré à un lieu patrimonial |
| <input type="checkbox"/> Un livre de sensibilisation à l'art | <input type="checkbox"/> Un livre consacré à un mouvement artistique |
| <input type="checkbox"/> Un livre souvenir lié à une visite de musée ou d'exposition | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) : |

2/ Quelles sont les catégories de livres d'art qui vous intéressent le plus ?

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Archéologie, préhistoire | <input type="checkbox"/> Photographie | <input type="checkbox"/> Livres d'art pour enfants (moins de 6 ans) |
| <input type="checkbox"/> Architecture, urbanisme, patrimoine | <input type="checkbox"/> Arts du spectacle | <input type="checkbox"/> Livres d'art pour jeunes (6 ans et +) |
| <input type="checkbox"/> Artisanat d'art, mobilier | <input type="checkbox"/> Cinéma | <input type="checkbox"/> Catalogues d'exposition et de musées |
| <input type="checkbox"/> Arts décoratifs, mode | <input type="checkbox"/> Peinture, arts graphiques | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) : |
| <input type="checkbox"/> Sculpture | <input type="checkbox"/> Esthétique, critique d'art | |

3/ Dans un livre d'art, à quels éléments êtes-vous le plus attentif ?

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Le texte | <input type="checkbox"/> La notoriété de l'auteur | <input type="checkbox"/> Le prix |
| <input type="checkbox"/> Les images, l'iconographie | <input type="checkbox"/> La notoriété de l'éditeur | <input type="checkbox"/> Les annexes (bibliographie, sommaire, index...) |
| <input type="checkbox"/> Les légendes | <input type="checkbox"/> La notoriété de l'artiste | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) : |
| <input type="checkbox"/> L'aspect physique et esthétique général | | |

4/ Indiquez le titre d'un livre d'art que vous avez apprécié tout particulièrement :

5/ Indiquez le titre d'un livre d'art Enfance/Jeunesse que vous avez apprécié tout particulièrement :

6/ Pour vous informer sur les livres d'art, vous utilisez :

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Une bibliothèque ou médiathèque | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Les librairies des grandes surfaces |
| <input type="checkbox"/> La presse écrite spécialisée | <input type="checkbox"/> Les expositions | <input type="checkbox"/> Les librairies Jeunesse |
| <input type="checkbox"/> La presse écrite généraliste | <input type="checkbox"/> Le bouche à oreille | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) |
| <input type="checkbox"/> La télévision | <input type="checkbox"/> Les librairies spécialisées | |
| <input type="checkbox"/> La radio | <input type="checkbox"/> Les librairies générales | |

7/ Combien d'ouvrages d'art avez-vous empruntés ou consultés en bibliothèque pendant les 12 derniers mois ? :

- ☐ Aucun (passer à la Q 9) ☐ moins de 5 ☐ entre 5 et 9 ☐ entre 10 et 14 ☐ plus de 15

8/ Si vous empruntez ou consultez en bibliothèque des livres d'art, c'est :

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Pour le plaisir, la culture personnelle | <input type="checkbox"/> Dans le cadre de vos études | <input type="checkbox"/> Après un voyage |
| <input type="checkbox"/> Pour préparer une visite d'exposition ou de musée | <input type="checkbox"/> Dans le cadre d'un enseignement | <input type="checkbox"/> Les livres sont trop chers |
| <input type="checkbox"/> Après une visite d'exposition ou de musée | <input type="checkbox"/> Pour préparer un voyage | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) |
| <input type="checkbox"/> Pour lire en famille | | |

9/ Combien de livres d'art avez-vous achetés dans les 6 derniers mois ? :

☐ Aucun (passer en Q 12) ☐ de 1 à 4 ☐ de 5 à 9 ☐ de 10 à 14 ☐ plus de 15

10/ Si vous achetez des livres d'art, c'est :

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Pour le plaisir, la culture personnelle | <input type="checkbox"/> Dans le cadre de vos études | <input type="checkbox"/> Pour faire un cadeau |
| <input type="checkbox"/> Pour préparer une visite d'exposition ou de musée | <input type="checkbox"/> Pour lire en famille | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) |
| <input type="checkbox"/> Après une visite d'exposition ou de musée | <input type="checkbox"/> Pour préparer un voyage | |
| <input type="checkbox"/> Dans le cadre d'un enseignement | <input type="checkbox"/> Après un voyage | |

11/ Si vous achetez des livres d'art, vous préférez :

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Une librairie générale | <input type="checkbox"/> Une librairie de musée ou lieu d'exposition | <input type="checkbox"/> Les suppléments ou hors série de la presse |
| <input type="checkbox"/> Une grande surface | <input type="checkbox"/> Une librairie en ligne (préciser) : | <input type="checkbox"/> Un club de vente par correspondance (préciser) : |
| <input type="checkbox"/> Une librairie Jeunesse | <input type="checkbox"/> Une sorderie | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) : |

12/ Si vous n'achetez pas de livres d'art, c'est parce que :

Choisissez 3 réponses maximum en les numérotant de 1 à 3 (1 correspondant à votre 1^{er} choix)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> C'est trop cher | <input type="checkbox"/> Vous empruntez en bibliothèque | <input type="checkbox"/> Autre (préciser) : |
| <input type="checkbox"/> Vous manquez d'information | <input type="checkbox"/> Vous manquez de temps | |
| <input type="checkbox"/> L'offre des librairies ne vous convient pas | <input type="checkbox"/> Internet répond à vos besoins | |

13/ Quel budget annuel consacrez-vous en moyenne à l'achat de livres d'art ? :

☐ Aucun ☐ moins de 50 € ☐ de 50 à 100 € ☐ de 100 à 200 € ☐ plus de 200 €

14/ Quel prix moyen acceptez-vous de payer pour un livre d'art ? _____ €

15/ Quelles seraient les caractéristiques d'un livre d'art pour adultes parfaitement adapté à vos attentes ?

16/ Quelles seraient les caractéristiques d'un livre d'art jeunesse parfaitement adapté à vos attentes ?

17/ Vous êtes : ☐ un homme ☐ une femme

18/ Votre âge : ☐ de 15 à 19 ☐ entre 20 et 29 ☐ entre 30 et 39 ☐ entre 40 et 49 ☐ entre 50 et 59 ☐ plus de 60 ans

19/ Votre situation professionnelle :

- | | | |
|---|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Enseignant (indiquer la discipline et le niveau) : | <input type="checkbox"/> Lycéen | <input type="checkbox"/> Sans emploi |
| <input type="checkbox"/> Profession artistique ou culturelle (préciser) : | <input type="checkbox"/> Retraité | <input type="checkbox"/> Autre profession (préciser) |

20/ Votre niveau d'études

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Etudes primaires | <input type="checkbox"/> Bac ou niveau bac |
| <input type="checkbox"/> Etudes secondaires (collège ou lycée) | <input type="checkbox"/> Bac + 1 ou 2 <input type="checkbox"/> Bac + 3 ou 4 <input type="checkbox"/> Bac + 5 et plus |

Les publics du livre d'art

Enquête auprès des libraires ; guide d'entretien

Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Quel est le PP moyen/exemplaire de votre stock ?

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ?
(Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ?
(stock, commandes à l'unité...)

Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?
(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

La part de l'événementiel ?
(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

La part de la saisonnalité ?
(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?
(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)...

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?
(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)
(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

Liste des titres cités classés par auteurs

TITRE	AUTEUR	ÉDITEUR	OBSERVATION
La Peinture en Provence	Alauzen	Jeanne Laffitte	
Extrême : esthétiques de la limite dépassée	Ardenne	Flammarion	
La Terre vue du ciel	Arthus Bertrand	La Martinière	
Chevaux	Arthus Bertrand	Chêne	
L'Art à Milan	Ballaré	Hazan	
L'Extrême contemporain : la photographie	Baqué	Éd du Regard	
Tapis berbères du Maroc : la symbolique, origines et signification	Barbatti	A.C.R.	
Comment regarder un tableau	Barbe-Gall	Chêne	
États imaginés	Baudelaire	Actes Sud	
L'Œil du quattrocento	Baxandall	Gallimard	
Art et archéologie : les civilisations du Proche-Orient, ancien	Benoît	R.M.N.	
L'Art du portrait	Beyer	Citadelles et M	
La Divine Comédie	Blake	Bibl. de l'image	
Une histoire de l'art du XX ^e siècle	Blistène	Beaux arts magazine	
Timelimes : l'art moderne	Bocola	Taschen	
Dehors est la ville : Edward Hopper	Bon	Flohic	
La Beauté comestible : à propos de Dali et d'aliments	Bonafoux	Plume	
Alberto Giacometti	Bonnefoy	Assouline	
Giacometti : biographie d'une œuvre	Bonnefoy	Flammarion	
Aux armes et aux arts : les arts et la Révolution, 1789-1799	Bordes	Adam Biro	
Terre océane,	Bouchet	Imprimerie nat	
Elles ont posé pour lui	Bourgeois	E.P.A.	
Formes de vie : l'art moderne et l'invention de soi	Bourriaud	Denoël	
Majorelle	Bouvier	Serpenoise	
Les Arts d'Afrique	Boyer	Hazan	
Hitchcock : biographie ...	Brion	La Martinière	
Renzo Piano Building Workshop	Buchanan	Phaïdon	3 vol
La Civilisation de la Renaissance en Italie	Burckhardt	L.G.F.	3 vol
Le Cinéma aujourd'hui,	Buscombe.	Phaïdon	
L'Art des paysages	Büttner	Citadelles et M	
Pays et paysages de France	Cabanel	Du Rouergue	
Les grands collectionneurs,	Cabanne	L'Amateur	
Chronologie de l'art du XIX ^e siècle	Cahn	Flammarion	
L'Art de l'autoportrait	Calabrese.	Citadelles et M	
Prenez soin de vous	Calle	Actes sud	
Art et photographie	Campany	Phaïdon	

Slightly out of focus	Capa	Delpire	
Alice au pays des merveilles	Caroll	Diane de Selliers	
Ravenne, les splendeurs d'un empire	Cesaretti	éd. F.M.R.	
Malaise dans les musées	Clair	Flammarion	
De immundo, apophatisme et apocatastasie dans l'art d'aujourd'hui	Clair	Galilée	
Le monde reste à peindre...	Clément	La Martinière	
Van Gogh, l'oeil des choses	Clet	Empêcheurs de penser en rond	
Vuillard, le temps détourné	Cogeval	Gallimard	
La Peinture comme crime	Collectif	R.M.N.	
L'image écrite ou la déraison graphique	Cristin	Flammarion	
Anselm Kiefer	D Arasse	Du Regard	
Le Détail : pour une histoire rapprochée de la peinture	D Arasse	Flammarion	
Anachroniques	D Arasse	Gallimard	
Histoires de peintures	D Arasse	Gallimard	
On n'y voit rien	D Arasse	Gallimard ou Denoël	
Léonard de Vinci : le rythme du monde	D Arasse	Hazan	
Décrire et peindre : essai sur le portrait iconique	Dagron	Gallimard	
Cuba graphique	Dawson	Thames	
Histoire matérielle et immatérielle de l'art moderne	de Mèredieu	Larousse.	
Raphaël	De Vecchi	Citadelles et M	
Barcelo	del Moral	Actes Sud	
Le Paradis	Delumeau	La Martinière	
L'Italie au Moyen-Âge	Delumeau	Hachette litt	
Salvador Dali	Descharne	Taschen	2 réf
Gustav Klimt, l'or de la séduction	Di Stefano	Gründ	
L'homme qui marchait dans la couleur	Didi-Huberman	Minuit	
Robert Doisneau à l'Hôtel de Ville	Dister	Connaiss. des arts	
Doisneau's Paris	Doisneau	Flammarion	
Pierre Soulages, la planche noire de lumière	Duborgel	JP Huguet	
La Bible et les Saints	Duchet-Suchaux,	Flammarion	
Giacometti Genet	Dufrêne	Insolite	
L'Art roman	Durliat	Citadelles et M	
Histoire de la beauté,	Eco	Flammarion	
Histoire de la laideur	Eco	Flammarion	
La Peinture du XIX ^e siècle en Europe	Eitner	Hazan	
La Peinture du XIX ^e siècle	Eitner	Hazan	
Invention de l'habitation moderne : Paris, 1880-1914	Eleb	Hazan	
Art nouveau	Fahr-Becker	Könemann	
L'Aventure de l'art au XIX ^e siècle	Ferrier	Chêne	
La Guerre d'Espagne : un déluge de feu et d'images	Fontaine	Berg international	
Piero di Cosimo	Forlani	P Lebaud	

Georges Seurat, dessins	Franz	Hermann	
Danse contemporaine : danse et non danse	Frétard	Cercle d'art	
Nouvelle histoire de la photographie	Frizot	Bordas/Biro	
Ivoires du Moyen-Âge	Gaborit Chopin	OLF	
Bonnard inédit, l'œuvre sur papier	Genty	Cercle d'art	
Anges et démons : repères iconographiques	Giorgi	Hazan	
La Muséologie : histoire développements enjeux actuels	Gob	Armand Colin	
L'Égypte engloutie : Alexandrie	Goddio	Éd Tana	
Ingres, collages : dessins d'Ingres au musée de Mautauban	Goetz	Le Passage	
Un retable pour l'au-delà : le Jugement dernier	Gondinet-Wallstein	Mame	
La Formation de l'art islamique	Grabar	Flammarion	
L'Architecture romaine	Gros	Picard	2 vol
Women artists	Grosenick	Taschen	
Les Maya : art et civilisation	Grube	Könemann	
L'Art décoratif en Europe	Gruber	Citadelles et M	
Histoire du design de 1940 à nos jours	Guidot	Hazan	
L'Art de la photographie de 1839 à nos jours	Gundhert	Citadelles et M	
La Céramique chinoise	He	Thames	
Art, création, fiction	Heinich	J Chambon	
Andy Warhol : 1928-1987, de l'art comme commerce	Honnef	Taschen	
L'Art et l'âme	Huyghe	Flammarion	
L'Empire khmer : cités et sanctuaires	Jacques	Fayard	
Synagogues, une architecture de l'identité juive	Jarassé	Adam Biro	
La Querelle de l'art contemporain	Jimenez	Folio essais	
Delacroix, le trait romantique	Jobert	B.N.F.	catal.
Du Spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier	Kandinsky	Gallimard	
L'Esprit de solitude	Kelen	Albin Michel	
Les Bronzes du XIX ^e siècle : dictionnaire des sculpteurs	Kjellberg	L'Amateur	
Joseph Beuys : is it about a bicycle ?	Lamarche-Vadel	Marval	
Femmes du monde	Lamazou	Gallimard	2 réf (39 et 200 €)
Rubens	Laneyie-Dagen	Hazan	
Lire la peinture	Laneyrie-Dagen	Larousse	
Maisons de bambou	Langlais	Hazan	
Logiques de l'élémentaire : le dérisoire dans les pratiques contemporaines	Laniol	L'Harmattan	
UkiYo-e, images du monde flottant	Laroche	Éd Courtes et longues	
Anselm Kiefer et la poésie de Paul Celan	Lauterwein	du Regard	
Courbet	Le Men	Citadelles et M	
Maisons du Sahara	Le Quélléc	Hazan	

L'Art de la tache	Lebenstein	Éd du Limon	
Metz, ville en vie	Legay	Mettis éd (Moselle)	
L'Art moderne et contemporain	Lemoine	Larousse	
La Sainte-Chapelle	Léniaud	Monum	
Piranèse	Levêque	Siloé	
Histoire des arts : de la Renaissance à nos jours	Loilier	Ellipses	
Allemagne, les années noires	Lorquin	Gallimard	
L'art byzantin et paléochrétien	Lowden	Phaïdon	
Comprendre la typographie	Lupton	Pyramid	
Chefs-d'œuvre islamiques de l'Aga Khan Museum	Makariou	Éd 5 continents	
Franck Lloyd Wright	Mc Carter	Phaïdon	
La Peinture égyptienne	Mekhitarian	Skira	
L'Art nouveau en France	Midant	Parangon	
Mondrian	Milner	Phaïdon	
Du Louvre à Versailles lecture des grands décors monarchiques	Milovanovic	Belles Lettres	
L'Art sans art d'Henri Cartier Bresson	Montier	Flammarion	
Histoire des jardins	Mosser	Flammarion	
Kasimir Malewicz : le peintre absolu	Nakov	Thalia	
L'Atelier de Jackson Pollock	Namuth	Macula	
Monastères espagnols	Navascués	Citadelles et M	
Homo art	Néret	Taschen	
Femmes, art et pouvoir	Nochlin	J Chambon	
L'Enluminure au moyen âge	Nordenfalk	Skira	
Hercule à la croisée des chemins	Panofsky	Flammarion	
Saturne et la mélancolie : études historiques et philosophiques	Panofsky	Gallimard	
Les Primitifs flamands	Panofsky	Hazan	
Colères et passions	Parent	Moniteur	
L'Inde : le nord et le Rajasthan	Pasricha	Citadelles et M	
Surréalisme	Passeron	Terrail	
Orientalisme	Peltre	Terrail	
Les petits métiers d'Atget à Willy Ronis	Perret	Hoebeke	
Le Village éclaté	Pichot	P.U.R.	
Les plus beaux jardins du monde : deux mille ans de créations	Pigeat	Flammarion	
Architecture now	PJodidio	Taschen	
Le Cinéma fixe	Plossu	Filigranes	
Caravage	Puglisi	Phaidon	
Architecture tomorrow	Rambert	Terrail	
Chefs-d'oeuvre des marqueteurs,	Ramond	Éd Vial	3 vol
Le bestiaire d'Eugène Delacroix	Rautmann	Citadelles et M	
Le croire et le voir : l'art des cathédrales...	Recht	Gallimard	
Art et féminisme	Reckitt	Phaidon	
Le Primitivisme et l'art moderne	Rhodes	Thames	
Splendeurs persanes, manuscrits du XII ^e au XVII ^e siècle	Richard	B.N.F.	

La Grammaire des arts décoratifs	Riley	Flammarion	
La Sculpture grecque	Rollez	Picard	
Ceci n'est pas un Magritte : essai sur Magritte et la publicité	Roque	Flammarion	
Peindre à Venise au XVI ^e siècle...	Rosand	Flammarion	
Art game book	Rosenberg	Assouline	
Tout l'œuvre peint de Fragonard	Rosenberg	Flammarion	
Atlas de Paris au Moyen-Âge	Sandron	Parigramme	
La Sainte Madeleine de Quentin Metsys	Scallièrez	R.M.N.	
Curieux du grand siècle	Schnapper	Champs/ Flammarion	
Matisse	Schneider	Flammarion	
Close up : portraits 1998-2005	Schoeller	Te neues	
Abbayes et monastères d'Europe	Schütz	Citadelles et M	
Kandinsky, philosophie de l'abstraction	Sers	Skira	
L'art chinois	Shimizu	Flammarion	Grammaire des styles
Vocabulaire d'esthétique	Souriau	P.U.F.	
1789, les emblèmes de la raison	Starobinski	Flammarion	
Les Heures d'Étienne Chevalier	Stirnemann	Somogy	
Louise Bourgeois	Storr	Phaïdon	
Le Langage classique de l'architecture	Summerson	Thames	
Ça vous gêne ?	Testino	Phaidon	
Paris contemporain,	Texier	Parigramme	
L'Art romain	Turcan	Flammarion	
L'Or des princes barbares	Vallet	R.M.N.	
L'Art romantique	Vaughan	Thames and Hudson	
Entre ciel et terre	Verdier	Albin Michel	
L'Art roman en France : architecture, sculpture, peinture	Vergnolle	Flammarion	
Dessins d'Ingres	Vigne	Gallimard	
Ingres	Vigne	Citadelles et M	
Le Pouvoir des images	Wall	Phaïdon	
Le Corps de l'artiste	Warr	Phaïdon	
L'Art de la Chine	Watson	Citadelles et M	
Advertising now print	Wiedemann	Taschen	
Écrire l'histoire de l'art : figures d'une discipline	Zerner	Gallimard	
Petite encyclopédie de la peinture	Zuffi	Solar	
Marcel Proust, l'écriture et les arts		B.N.F.	catal. B.N.F.
Picasso et le portrait : représentation et transformation		Flammarion	catal. Gd Palais
Keith Haring		Skira	catal. Lyon
Henri Matisse, Vence, espace d'un atelier		R.M.N.	catal. Nice
Marcher créer : déplacements, flâneries...		du Regard	Musée du pays de Sarrebourg
Sophie Calle. M'as-tu vue ?		Centre Pompidou	catal.
Hopper		Taschen	5 réf

Ernest Pignon Ernest		Actes sud	catal. Montauban
La part de l'autre		Actes sud	catal. Nîmes
Edward Steichen		Argol éd/musée d'Orsay	catal.
Annette Messenger : Mémo-Méli		Beaux arts de Paris éd	catal. ENSBA
Le Livre de chasse de Gaston Phébus		Bib de l'Image	
Steven Holl : buildings and projects,		Birkhäuser (Suisse) Arc en rêve Centre d'architecture (Bordeaux)	
Bestiaire médiéval : enluminures		B.N.F.	
Les Années pop, 1956-1968		Centre Pompidou	
Paris-Moscou		Centre Pompidou	
L'Aventure de l'art au XX ^e siècle		Chêne	
De Mahomet à Charlemagne : la Méditerranée et l'art		Citadelles et M	
Fra Angelico la chapelle Niccoline du Vatican		Citadelles et M	
L'Art flamand et hollandais		Citadelles et M	2 vol
La Sainte-Chapelle –		CNMHS/Nathan	
Vauban, bâtisseur du Roi-Soleil		Connaissance des arts	
Le dit du Gengi		Diane de Selliers	
La petite encyclopédie de l'art		du Regard	
Purs décors ? arts de l'Islam...		Ed Arts décoratifs/Musée du Louvre	catal. Arts déco
Miro		Ed du Centre Pompidou	catal. Beaubourg
Sons et lumières : une histoire du son dans l'art ...		Éd du Centre Pompidou	catal. Centre Pompidou
Yves Klein, corps, couleur, Immatériel		Éd du Centre Pompidou	catal. Centre Pompidou
Jephan de Villiers, le peuple sous l'écorce		Éd du Rouergue	catal.
Raoul Ubac : photographe		Ed Léo Scheer	
Homme animal, histoire d'un face à face		Éd Musées de Strasbourg	catal. Strasbourg
Les peintres à Trouville, Deauville et Villerville		Éd Terre en vue	
Rétrospective Sol lewitt		éd. San Francisco museum of art	
La Galerie des Glaces : de sa création à sa restauration		Faton	
Paris 1400		Fayard	catal.
Histoire de l'art		Flammarion	Multi vol
Picasso, Dora Maar		Flammarion	catal. Musée Picasso
Photographies modernes et contemporaines : la collect° Neufilze Vie		Flammarion	

Cindy Sherman		Flammarion	catal. Jeu de Paume
Les Carnets de Léonard de Vinci		Gallimard	2 vol
Gaston Lachaise, 1882-1935		Gallimard	catal. Roubaix
La Peinture de la renaissance		Gallimard	
Les Pharaons : l'empire des conquérants		Gallimard	
De Cézanne à Matisse : chefs-d'oeuvre de la Fondation Barnes		Gallimard/Electa	
Art en théorie 1900 1990 , une anthologie		Hazan	
Géricault, la folie d'un monde		Hazan	catal. Lyon
L'Art en Éthiopie		Hazan	
Huang Shan : montagnes célestes		Imprimerie nat	
Guy Bourdin		Jeu de Paume. Gallimard	catal.
Le Cinéma expressionniste allemand		La Martinière	catal.
Vito Hannibal Acconci studio		Musée des Beaux arts de Nantes	catal.
Images du cirque : Clowns, écuyères et funambules		Musée du pays de Sarrebourg	catal.
Les Années folles (1919-1929)		Paris Musées	
Alfred Kubin, souvenirs d'un pays à moitié oublié		Paris Musées	catal.
Design now		Phaidon	
Vitamine d : nouvelles perspectives en dessin		Phaidon	
Exposer Mary Ellen Mark : les photos emblématiques		Phaidon	
Ice cream contemporary art		Phaidon	
10x10		Phaidon	2 vol
Araki :Nobuyoshi Araki : self, life death		Phaidon	
Trois mille ans de peinture chinoise		Picquier	
Chefs-d'œuvre du delta du Gange ; collections des musées du Bangladesh		R.M.N.	catal.Guimet
L'âme au corps : arts et sciences, 1793-1993		R.M.N.	catal.Gd Palais
Picasso 2008		R.M.N.	musée Picasso
Jean-Michel Basquiat		R.M.N.	1997 expo Fond° Dina Vierny- Musée Maillol
Gauguin, Tahiti, l'atelier des tropiques		R.M.N.	2003 catal. expo Gd Palais
Manet-Vélasquez		R.M.N.	2002 catal. expo Gd Palais
René Lalique, bijoux, verre		R.M.N.	1991 catal. musée arts déco
Un Défi au goût : 50 ans de création à la manufacture royale de Sèvres		R.M.N.	1997 catal.
Gustave Courbet		R.M.N.	2007 catal.expo Gd Palais
Le Nouveau réalisme		R.M.N.	2007 catal.
Le Siècle de Titien,		R.M.N.	1999 catal.

Vienne 1900 : Klimt, Schiele...		R.M.N.	2005 catal.
L'Art égyptien au temps des pyramides		R.M.N.	1999 catal.
Design contre design		R.M.N.	2007 catal. Gd Palais
Sir Joshua Reynolds		R.M.N.	1985 catal.
Rêves d'alcôves ou la chambre à travers les siècles		R.M.N.	1995 catal.
Un temps d'exubérance : les arts décoratifs sous Louis XIII et Anne d'Autriche		R.M.N.	2002 catal. Gd Palais
Rembrandt, gravures et dessins		R.M.N.	2000 catal Louvre
Chagall connu et inconnu		R.M.N.	2003 catal. Gd Palais
Primitifs français : découvertes et redécouvertes		R.M.N.	2004 catal. Louvre
Marc Chagall, Les fables de La Fontaine		R.M.N.	2003 catal. Musée d'art mod
L'Art russe dans la 2 ^e moitié du XIX ^e s.		R.M.N.	2005 catal. Orsay
L'Âge d'or de l'Inde classique : l'empire des Gupta		R.M.N.	2007 catal. Gd Palais
Les Laques du Japon, collections de Marie-Antoinette		R.M.N..	2001 catal. Versailles
Arcimboldo : 1527-1593		Skira	2007 catal Musée Luxembourg
Vénus dévoilée, la Vénus d'Urbino du Titien		Snoeck (Gand)	2003 catal. Bruxelles
Ruhlmann , un génie de l'art déco		Somogy	2004 catal.
Gabriel de Saint-Aubin, 1724-1780		Somogy	2008 catal.
Le portrait entre l'Italie et l'Europe		Somogy	2006 catal.
Grünewald et le retable d'Issenheim		Somogy	2006 catal.
Praxitèle		Somogy/Louvre	2006 catal.
100 maisons pour 100 architectes		Taschen	
Chinese propaganda posters : from the collection of Michael Wolf		Taschen	
Art now : 81 artists at the rise of the millenium		Taschen	
Van Gogh		Taschen	12 réf
Fashion now		Taschen	4 réf
Histoire de l'art		Taschen	3 réf
Estantes japonaises		Taschen	
L'Art au XX ^e siècle		Taschen	
L'Art du portrait		Taschen	
Les Maîtres de la peinture occidentale		Taschen	
Portraits par Henri Cartier-Bresson : le silence intérieur...		Thames	catal. fondation HCB
Imprimerie nationale			sans précision
Univers de l'art		Thames	
Catalogues d'expo. du musée Guimet			sans précision

Liste des titres cités classés par éditeurs

Aux armes et aux arts : les arts et la Révolution, 1789-1799	Ph. Bordes	Adam Biro	
Synagogues, une architecture de l'identité juive	D. Jarassé	Adam Biro	
Tapis berbères du Maroc : la symbolique, origines et signification	B. Barbatti	A.C.R.	
Prenez soin de vous	Sophie Calle	Actes sud	
Barcelo	J.-M. del Moral	Actes Sud	
Ernest Pignon Ernest		Actes sud	catal. Montauban
États imaginés	É. Baudelaire	Actes Sud	
La part de l'autre		Actes sud	catal. Nîmes
Entre ciel et terre	Fr. Verdier	Albin Michel	
L'Esprit de solitude	J. Kelen	Albin Michel	
Edward Steichen		Argol éd/musée d'Orsay	catal.
La Muséologie : histoire développements enjeux actuels	A. Gob	Armand Colin	
Art game book	D. Rosenberg	Assouline	
Alberto Giacometti	Y. Bonnefoy	Assouline	
Annette Messenger : Mémo-Méli		Beaux arts de Paris éd	catal. ENSBA
Une Histoire de l'art du XX ^e siècle	B. Blistène	Beaux arts magazine	
Du Louvre à Versailles lecture des grands décors monarchiques	N. Milovanovic	Belles Lettres	
La guerre d'Espagne : un déluge de feu et d'images	Fr. Fontaine	Berg international	
Le Livre de chasse de Gaston Phébus		Bibl. de l'Image	
La Divine Comédie	W. Blake	Bibl. de l'Image	
Steven Holl : buildings and projects,		Birkhäuser (Suisse) Arc en rêve Centre d'architecture (Bordeaux)	
Bestiaire médiéval : enluminures		B.N.F.	
Delacroix, le trait romantique	B. Jobert	B.N.F.	catal.
Splendeurs persanes, manuscrits du XII ^e au XVII ^e siècle	Fr. Richard	B.N.F.	
Marcel Proust, l'écriture et les arts	Catal B.N.F.	B.N.F.	
Nouvelle histoire de la photographie	M. Frizot	Bordas/Biro	
Sophie Calle. M'as-tu vue ?		Centre Pompidou	catal.
Les Années pop, 1956-1968		Centre Pompidou	
Paris-Moscou		Centre Pompidou	
Miro		Centre Pompidou	catal. Beaubourg

Sons et lumières : une histoire du son dans l'art		Centre Pompidou	catal. Centre Pompidou
Yves Klein, corps, couleur, Immatériel		Centre Pompidou	catal. Centre Pompidou
Danse contemporaine : danse et non danse	D. Frétard	Cercle d'art	
Bonnard inédit, l'œuvre sur papier	G. Genty	Cercle d'art	
Curieux du grand siècle	A. Schnapper	Champs/Flammarion	
L'Aventure de l'art au XIX ^e siècle	J.-L. Ferrier	Chêne	
l'aventure de l'art au XX ^e siècle		Chêne	
Chevaux	Yann Arthus Bertrand	Chêne	
Comment regarder un tableau	Fr. Barbe-Gall	Chêne	
Courbet	S. Le Men	Citadelles et M	
L'Art décoratif en Europe	A. Gruber	Citadelles et M	
Monastères espagnols	P. Navascués	Citadelles et M	
L'Art du portrait	A. Beyer	Citadelles et M	
L'Art de la photographie de 1839 à nos jours	A. Gundhert	Citadelles et M	
Le Bestiaire d'Eugène Delacroix	P. Rautmann	Citadelles et M	
L'Art de l'autoportrait	O. Calabrese.	Citadelles et M	
Abbayes et monastères d'Europe	B. Schütz	Citadelles et m	
L'Art de la chine	W. Watson	Citadelles et M	
Ingres	G. Vigne	Citadelles et M	
L'Art des paysages	N. Büttner	Citadelles et M	
Raphaël	P. de Vecchi	Citadelles et M	
L'Inde : le nord et le Rajasthan	A. Pasricha	Citadelles et M	
De Mahomet à Charlemagne : la Méditerranée et l'art		Citadelles et M	
Fra Angelico la chapelle Niccoline du Vatican		Citadelles et M	
L'Art flamand et hollandais		Citadelles et M	2 vol
L'Art roman	M. Durliat	Citadelles et M	
La Sainte-Chapelle		CNMHS/Nathan	
Vauban, bâtisseur du Roi-Soleil		Connaissance des arts	
Robert Doisneau à l'hôtel de Ville	A. Dister	Connaissance des arts	
Slightly out of focus	R. Capa	Delpire	
Formes de vie : l'art moderne et l'invention de soi	N. Bourriaud	Denoël	
Alice au pays des merveilles	L. Carroll	Diane de Selliers	
Anselm Kiefer	D. Arasse	du Regard	
Le dit du Gengi		Diane de Selliers	
Marcher créer : déplacements, flâneries...	Musée du pays de Sarrebourg	du Regard	
La petite encyclopédie de l'art		du Regard	
Anselm Kiefer et la poésie de Paul Celan	A. Lauterwein	du Regard	
L'extrême contemporain : la photographie	D. Baqué	du Regard	

Jephan de Villiers, le peuple sous l'écorce		du Rouergue	catal.
Pays et paysages de France	J. Cabanel	du Rouergue	
Chefs-d'œuvre islamiques de l'Aga Khan Museum	S. Makariou	Éd 5 continents	
Purs décors ? arts de l'Islam...		Éd. Arts décoratifs/ Musée du Louvre	catal. Arts déco
UkiYo-e, images du monde flottant	C. Laroche	Éd Courtes et longues	
Raoul Ubac : photographe		Ed Léo Scheer	
L'Art de la tache	J.-Cl. Lebenstejn	Éd Limon	
Homme animal, histoire d'un face à face		Éd Musées de Strasbourg	catal. Strasbourg
L'Égypte engloutie : Alexandrie	Fr. Goddio	Éd Tana	
Les Peintres à Trouville, Deauville et Villerville		Éd Terre en vue	
Ravenne, les splendeurs d'un empire	P. Cesaretti	éd. F.M.R.	
Rétrospective Sol Lewitt		San Francisco museum of art	
Histoire des arts : de la Renaissance à nos jours	H. Loilier	Ellipses	
Elles ont posé pour lui	J.-P. Bourgeois	E.P.A.	
La Galerie des Glaces : de sa création à sa restauration		Faton	
L'Empire khmer : cités et sanctuaires	Cl. Jacques	Fayard	
Paris 1400		Fayard	catal.
Le Cinéma fixe	B. Plossu	Filigranes	
La Bible et les Saints	G. Duchet-Suchaux,	Flammarion	
Tout l'œuvre peint de Fragonard	P. Rosenberg	Flammarion	
Histoire de la beauté,	U. Eco	Flammarion	
L'Art chinois	Ch. Shimizu	Flammarion	Grammaire des styles
L'Art roman en France : architecture, sculpture, peinture	E. Vergnolle	Flammarion	
Histoire de l'art		Flammarion	Multi vol
La Grammaire des arts décoratifs	N. Riley	Flammarion	
Matisse	P. Schneider	Flammarion	
Histoire de la laideur	U. Eco	Flammarion	
Chronologie de l'art du XIXe siècle	I. Cahn	Flammarion	
Hercule à la croisée des chemins	E. Panofsky	Flammarion	
Ceci n'est pas un Magritte : essai sur Magritte et la publicité	G. Roque	Flammarion	
Les plus beaux jardins du monde : deux mille ans de créations	J.-P. Pigeat	Flammarion	
Doisneau's Paris	R. Doisneau	Flammarion	
L'Image écrite ou la déraison graphique	A.-M. Cristin	Flammarion	
Picasso, Dora Maar		Flammarion	catal. Musée Picasso

L'Art et l'âme	R. Huyghe	Flammarion	
L'Art sans art d'Henri Cartier Bresson	J.-P. Montier	Flammarion	
Malaise dans les musées	J. Clair	Flammarion	
Le Détail : pour une histoire rapprochée de la peinture	D Arasse	Flammarion	
Extrême : esthétiques de la limite dépassée	P. Ardenne	Flammarion	
La Formation de l'art islamique	O. Grabar	Flammarion	
Picasso et le portrait : représentation et transformation	Catal Gd Palais	Flammarion	
Histoire des jardins	M. Mosser	Flammarion	
Photographies modernes et contemporaines : la collect° Neuflize Vie		Flammarion	
Giacometti : biographie d'une œuvre	Y. Bonnefoy	Flammarion	
1789, les emblèmes de la raison	J. Starobinski	Flammarion	
Peindre à Venise au XVI ^e siècle...	D. Rosand	Flammarion	
L'Art romain	R. Turcan	Flammarion	
Cindy Sherman		Flammarion	catal. Jeu de Paume
Dehors est la ville : Edward Hopper	Fr. Bon	Flohic	
La Querelle de l'art contemporain	M. Jimenez	Folio essais	
De immundo, apophatisme et apocatastasie dans l'art d'aujourd'hui	J. Clair	Galilée	
Allemagne, les années noires	B. Lorquin	Gallimard	
Femmes du monde	T. Lamazou	Gallimard	2 réf (39 € et 200 €)
Vuillard, le temps détourné	G. Cogeval	Gallimard	
Anachroniques	D. Arasse	Gallimard	
Écrire l'histoire de l'art : figures d'une discipline	H. Zerner	Gallimard	
L'Œil du quattrocento	M. Baxandall	Gallimard	
Les Carnets de Léonard de Vinci		Gallimard	2 vol
Gaston Lachaise, 1882-1935		Gallimard	catal. Roubaix
Décrire et peindre : essai sur le portrait iconique	G. Dagron	Gallimard	
La Peinture de la renaissance		Gallimard	
Le croire et le voir : l'art des cathédrales...	R. Recht	Gallimard	
Les Pharaons : l'empire des conquérants		Gallimard	
Du spirituel dans l'art et dans la peinture en particulier	V. Kandinsky	Gallimard	
Saturne et la mélancolie : études historiques et philosophiques	E. Panofsky	Gallimard	
Dessins d'Ingres	G. Vigne	Gallimard	
Histoires de peintures	D. Arasse	Gallimard	
On n'y voit rien,	D Arasse	Gallimard ou Denoël	
De Cézanne à Matisse : chefs-d'oeuvre de la Fondation Barnes		Gallimard/ Electa	
Gustav Klimt, l'or de la séduction	E. Di Stefano	Gründ	
L'Italie au Moyen Âge	J.-P. Delumeau	Hachette litt	

Histoire du design de 1940 à nos jours	R. Guidot	Hazan	
Les Primitifs flamands	E. Panofsky	Hazan	
Maisons de bambou	G. Langlais	Hazan	
La Peinture du XIX ^e siècle	L. Eitner	Hazan	
La Peinture du XIX ^e siècle en Europe	L. Eitner	Hazan	
Léonard de Vinci : le rythme du monde	D. Arasse	Hazan	
Rubens	N. Laneyie-Dagen	Hazan	
Art en théorie 1900-1990, une anthologie		Hazan	
Maisons du Sahara	J.-L. Le Quéllec	Hazan	
Anges et démons : repères iconographiques	R. Giorgi	Hazan	
Invention de l'habitation moderne : Paris, 1880-1914	M. Eleb	Hazan	
Les Arts d'Afrique	A.-M. Boyer	Hazan	
Géricault, la folie d'un monde		Hazan	catal. Lyon
L'Art à Milan	E. Ballaré	Hazan	
L'Art en Éthiopie		Hazan	
Georges Seurat, dessins	E. Franz	Hermann	
Les petits métiers d'Atget à Willy Ronis	P. Perret	Hoebeker	
Terre océane,	Ph. Bouchet	Imprimerie nat	
Huang Shan : montagnes célestes		Imprimerie nat	
Giacometti Genet	Th. Dufrêne	Insolite	
Art, création, fiction	N. Heinrich	J Chambon	
Femmes, art et pouvoir	L. Nochlin	J Chambon	
La Peinture en Provence	A. Alauzen	J Laffitte	
Guy Bourdin		Jeu de Paume/ Gallimard	catal.
Pierre Soulages, la planche noire de lumière	B. Duborgel	JP Huguet	
Art nouveau	G. Fahr-Becker	Konemann	
Les Maya : art et civilisation	N. Grube	Könemann	
Les grands collectionneurs,	P. Cabanne	L'Amateur	
Les Bronzes du XIX ^e siècle : dictionnaire des sculpteurs	P. Kjellberg	L'Amateur	
Logiques de l'élémentaire : le dérisoire dans les pratiques contemporaines	É. Laniol	L'Harmattan	
La Terre vue du ciel	Y. Arthus Bertrand	La Martinière	
Hitchcock : biographie ...	P. Brion	La Martinière	
Le Monde reste à peindre...	S. Clément	La Martinière	
Le Paradis	J. Delumeau	La Martinière	
Le Cinéma expressionniste allemand		La Martinière	catal.
Lire la peinture	Laneyrie-Dagen	Larousse	
L'Art moderne et contemporain	S. Lemoine	Larousse	
Histoire matérielle et immatérielle de l'art moderne	Fl. de Mèredieu	Larousse.	
Ingres, collages : dessins d'Ingres au musée de Mautauban	A. Goetz	Le Passage	
Van Gogh l'œil des choses	M.-J. Clet	Empêcheurs de penser en rond	

La Civilisation de la Renaissance en Italie	J. Burckhardt	LGF	3 vol
L'Atelier de Jackson Pollock	H. Namuth	Macula	
Un Retable pour l'au-delà : le Jugement dernier ...	E. Gondinet-Wallstein	Mame	
Joseph Beuys : is it about a bicycle ?	B. Lamarche-Vadel	Marval	
Metz, ville en vie	Ch. Legay	Mettis éd (Moselle)	
L'Homme qui marchait dans la couleur	G. Didi-Huberman	Minuit	
Colères et passions	Cl. Parent	Moniteur	
La Sainte-Chapelle	J.-M. Léniaud	Monum	
Vito Hannibal Acconci studio		Musée des Bx arts de Nantes	catal.
Images du cirque : Clowns, écuyères et funambules		Musée du pays de Sarrebourg	catal.
Ivoires du Moyen Âge	D. Gaborit Chopin	OLF	
Piero di cosimo	Forlani	P Lebaud	
L'Art nouveau en France	J.-P. Midant	Parangon	
Paris contemporain,	S. Texier	Parigramme	
Atlas de Paris au Moyen-Âge	D. Sandron	Parigramme	
Les Années folles (1919-1929)		Paris Musées	
Alfred Kubin, souvenirs d'un pays à moitié oublié		Paris Musées	catal.
Caravage	C. Puglisi	Phaidon	
Ça vous gêne ?	M. Testino	Phaidon	
Design now		Phaidon	
Vitamine d : nouvelles perspectives en dessin		Phaidon	
Exposer Mary Ellen Mark : les photos emblématiques		Phaidon	
Art et féminisme	H. Reckitt	Phaidon	
Ice cream contemporary art		Phaidon	
10x10		Phaidon	2 vol
Mondrian	J. Milner	Phaidon	
Le Cinéma aujourd'hui,	E. Buscombe.	Phaidon	
Louise Bourgeois	R. Storr	Phaidon	
Art et photographie	D. Campany	Phaidon	
Renzo Piano Building Workshop	P. Buchanan	Phaidon	3 vol
Araki : Nobuyoshi Araki : self, life death		Phaidon	
Le Corps de l'artiste	T. Warr	Phaidon	
Le Pouvoir des images	Jeff Wall	Phaidon	
Franck Lloyd Wright	R. McCarter	Phaidon	
L'Art byzantin et paléochrétien	J. Lowden	Phaidon	
La Sculpture grecque	Cl. Rollez	Picard	
L'Architecture romaine	P. Gros	Picard	2 vol
Trois mille ans de peinture chinoise		Picquier	
La Beauté comestible : à propos de Dali et d'aliments	P. Bonafoux	Plume	
Vocabulaire d'esthétique	E. Souriau	PUF	
Le Village éclaté	A. Pichot	PUR	

Comprendre la typographie	E. Lupton	Pyramid	
La Peinture comme crime	Collectif	R.M.N.	
La Sainte Madeleine de Quentin Metsys	C. Scallièrez	R.M.N.	
L'Or des princes barbares	Fr. Vallet	R.M.N.	
Chefs-d'œuvre du delta du Gange ; collections des musées du Bangladesh		R.M.N.	catal. Guimet
L'Âme au corps : arts et sciences, 1793-1993		R.M.N.	catal. Gd Palais
Picasso 2008		R.M.N.	musée Picasso
Jean-Michel Basquiat		R.M.N.	expo Fond° Dina Vierny-Musée Maillol
Gauguin, Tahiti, l'atelier des tropiques		R.M.N.	catal. expo Gd Palais
Manet-Vélasquez		R.M.N.	catal. exp Gd Palais
René Lalique, bijoux, verre		R.M.N.	catal. musée arts déco
Un Défi au goût : 5 ans de création à la manufacture royale de Sèvres		R.M.N.	catal.
Gustave Courbet		R.M.N.	catal. Grand Palais
Le Nouveau réalisme		R.M.N.	catal.
Le Siècle de Titien,		R.M.N.	catal.
Vienne 1900 : Klimt, Schiele...		R.M.N.	catal.
L'Art égyptien au temps des pyramides		R.M.N.	catal.
Design contre design		R.M.N.	catal. Gd Palais
Sir Joshua Reynolds		R.M.N.	catal.
Rêves d'alcôves ou la chambre à travers les siècles		R.M.N.	catal.
Un Temps d'exubérance : les arts décoratifs sous Louis XIII et Anne d'Autriche		R.M.N.	catal. Gd Palais
Rembrandt, gravures et dessins		R.M.N.	catal. Louvre
Chagall connu et inconnu		R.M.N.	catal. Gd Palais
Henri Matisse, Vence, espace d'un atelier	Catal Nice	R.M.N.	
Primitifs français : découvertes et redécouvertes		R.M.N.	catal. Louvre
Marc Chagall, Les fables de La Fontaine		R.M.N.	catal. Musée d'art mod
L'Art russe dans la 2 ^e moitié du XIX ^e siècle		R.M.N.	catal. Orsay
L'Âge d'or de l'Inde classique : l'empire des Gupta		R.M.N.	catal. Gd Palais
Art et archéologie les civilisations du Proche-Orient, ancien	A. Benoît	R.M.N.	
Les Laques du Japon, collections de Marie-Antoinette		R.M.N.	catal. Versailles
Majorelle	R. Bouvier	Serpenoise	
Piranèse	J.-J. Levêque	Siloé	

Kandinsky, philosophie de l'abstraction	Ph. Sers	Skira	
La Peinture égyptienne	A. Mekhitarian	Skira	
L'Enluminure au Moyen-Âge	C. Nordenfalk	Skira	
Keith Haring	Catal Lyon	Skira	
Arcimboldo : 1527-1593		Skira	catal. Musée Luxembourg
Vénus dévoilée, la Vénus d'Urbino du Titien		Snoeck (Gand)	catal. Bruxelles
Petite encyclopédie de la peinture	S. Zuffi	Solar	
Ruhlmann , un génie de l'art déco		Somogy	catal.
Gabriel de Saint-Aubin, 1724-1780		Somogy	catal.
Les Heures d'Étienne Chevalier	P. Stirnemann	Somogy	
Le Portrait entre l'Italie et l'Europe		Somogy	catal.
Grünwald et le retable d'Issenheim		Somogy	catal. Colmar
Praxitèle		Somogy/Louvre	catal.
Hopper		Taschen	5 réf
Architecture now	Ph. Jodidio	Taschen	
100 maisons pour 100 architectes		Taschen	
Chinese propaganda posters : from the collection of Michael Wolf		Taschen	
Art now : 81 artists at the rise of the millenium		Taschen	
Van Gogh		Taschen	12 réf
Fashion now		Taschen	4 réf
Histoire de l'art		Taschen	3 réf
Estampes japonaises		Taschen	
Women artists	U. Grosenick	Taschen	
Advertising now print	J. Wiedemann	Taschen	
Homo art	G. Néret	Taschen	
L'Art au XX ^e siècle		Taschen	
L'Art du portrait		Taschen	
Salvador Dali	R. Descharne	Taschen	2 réf
Les maîtres de la peinture occidentale		Taschen	
Timelimes : l'art moderne	S. Bocola	Taschen	
Andy Warhol : 1928-1987, de l'art comme commerce	K. Honnef	Taschen	
Close up : portraits 1998-2005	M. Schoeller	Te neues	
Orientalisme	Ch. Peltre	Terrail	
Architecture tomorrow	F. Rambert	Terrail	
Surréalisme	R. Passeron	Terrail	
Kasimir Malewicz : le peintre absolu	A. Nakov	Thalia	
Le Langage classique de l'architecture	J. Summerson	Thames	
La Céramique chinoise	L. He	Thames	
Cuba graphique	B. Dawson	Thames	
Le Primitivisme et l'art moderne	C. Rhodes	Thames	
Portraits par Henri Cartier-Bresson : le silence intérieur...		Thames	catal. Fondation HCB
Univers de l'art		Thames	
L'Art romantique	W. Vaughan	Thames and Hudson	

Chefs-d'oeuvre des marqueteurs,	P Ramond	Vial	3 vol
Imprimerie nationale			sans précision
Catalogues d'exposition du musée Guimet			sans précision

Synthèse des entretiens avec les libraires

L'offre des libraires

Seules les librairies spécialisées disposent d'un fonds important (pouvant représenter jusqu'à 90 % du stock en valeur). Pour les librairies générales, la part de la nouveauté est plus grande. Et un libraire comme Marc Thomas signale même une baisse du fonds au Divan, une librairie dont la clientèle se laisse volontiers séduire par des livres innovants, voire même spectaculaires, ce qui rend le rayon art très dépendant du renouveau de l'offre.

Dans les librairies de musée, on peut, comme à Nantes (au musée des beaux arts) s'orienter vers une logique de référence avec la volonté de structurer le fonds et un libraire qui fait ses propres référencements, ou, comme à Beaubourg, disposer d'un fonds conséquent sans pour autant se départir d'objectifs de gestion très stricts visant à ne pas laisser vieillir le stock.

Le prix public moyen par exemplaire dans un stock donné, est situé par les libraires entre 15 et 50 euros, avec une fourchette basse à la librairie du musée des Beaux arts de Nantes (15 à 20 euros) et une fourchette haute à la librairie Ombres blanches (autour de 50 euros).

Ce sont les livres de poche qui font baisser cette moyenne, or ils sont plus ou moins présents selon les librairies, quoique représentés partout. Mais à Nantes, par exemple, Luc Boussot privilégie le poche dans sa politique de constitution du fonds, préférant augmenter son nombre de références quitte à choisir des livres moins chers.

Tous les libraires interrogés accordent une place importante aux livres à petit prix qui leur permettent de toucher un public plus jeune et même (dans le cas de Taschen) d'aborder des thématiques nouvelles.

Le jugement des libraires sur ces collections bon marché est positif et pas seulement parce que ce sont des produits qui font entrer de nouveaux clients dans leur lieu de vente. Ils apprécient la qualité de certaines de ces collections et le travail des auteurs.

Les petits éditeurs sont plutôt bien représentés dans les rayons des libraires interrogés. Même si en volumes et en CA c'est une frange marginale de leur offre, les libraires soutiennent ces projets éditoriaux qui leur permettent de se distinguer des grandes enseignes et dont ils soulignent la qualité.

Ils rappellent toutefois la difficulté qu'il peut y avoir à travailler avec de petits éditeurs parfois insuffisamment formés sur le plan commercial. Et ces difficultés sont plus grande encore lorsqu'il s'agit de projets en auto-diffusion, très présents du fait de l'intérêt pour ces libraires d'offrir des livres d'artistes, originaux et attractifs. Ces ouvrages en dépôt peuvent s'avérer difficilement gérables d'un point de vue commercial et sont de toute façon peu rentables.

L'événementiel joue un rôle fondamental dans l'offre de livres d'art. Pour les librairies des musées, les expositions locales sont fondamentales et même contractuellement prioritaires. Pour les librairies spécialisées et générales, il en va de même, car l'achat de catalogues est un des aspects dominants de l'activité. Des clients les achètent parce qu'ils ont vu une exposition, ou, plus souvent, parce qu'ils n'auront pas la possibilité de la voir. Ces livres, pourtant chers, ne font pas l'objet de freins liés au prix, car ils sont appréciés du public. Les libraires les trouvent de qualité et ils en proposent sur les grandes expositions françaises, européennes et même dans certains cas mondiales.

La relation des libraires avec les acteurs de la médiation du livre d'art

En ce qui concerne les relations avec les bibliothèques, les situations sont très contrastées. La part des ventes aux bibliothèques peut s'avérer dérisoire

(moins de 5 %) ou importante (autour de 20 %). Les partenaires peuvent être nombreux (bibliothèques de musée, d'écoles d'art, municipales, CDI, etc.), ou au contraire très limités. Certains libraires sont très contents d'un travail qui peut s'avérer étroit avec les bibliothèques alors que d'autres sont déçus ou frustrés.

De façon générale, les libraires rencontrés se déplacent peu en bibliothèque, faute de temps. Ils sont parfois critiques, parfois élogieux sur la sélection art qu'offrent les bibliothèques voisines de leur librairie.

Les libraires ne voient pas à proprement parler de concurrence entre librairie et bibliothèque. Ils mentionnent même souvent une dimension incitative à l'achat de la consultation en bibliothèque, notamment lorsque la librairie voisine, comme à Nantes, avec une bibliothèque qui ne fait pas de prêt.

Néanmoins, les deux publics ne se recoupent pas toujours et à Beaubourg par exemple, les usagers de la B.P.I., jeunes et sans moyens financiers, ne sont pas les clients de la librairie.

Les libraires sont en tout cas conscients du rôle de gardiens de la mémoire qu'assument les bibliothèques. Donc dans un fonctionnement idéal (qui n'est d'ailleurs pas toujours celui qui est décrit) le libraire orienterait vers la bibliothèque pour l'accès aux ouvrages épuisés, cependant que les bibliothécaires enverraient en librairie leurs usagers pour y trouver la nouveauté et y acheter les livres qu'ils ne proposent qu'à la consultation.

Parmi les écueils, citons néanmoins la confusion entre bibliothèque et librairie, dénoncée par Luc Boussot qui voit certains de ses clients consulter et recopier les livres dans ses rayons.

En ce qui concerne les enseignants le bilan est contrasté. Ils sont en effet très présents lorsqu'il s'agit de commandes d'établissement mais s'avèrent moins présents ou en tout cas moins repérables à titre individuel. Cette faible présence des enseignants est même décrite par Christian Debroize à Rennes comme une de ses grandes déceptions. À l'inverse, Thierry Debourg à Lyon, signale beaucoup de

relations régulières avec les enseignants. Dans son cas, ce public (qu'il s'agisse des commandes individuelles ou d'établissement) assure 50 % de son CA.

Les rencontres en librairie sur un livre ou une thématique sont une pratique jugée nécessaire par les libraires, même si peu rentable.

Certains libraires, parce que leur structure est trop petite, ne parviennent toutefois pas à les organiser.

Le public des librairies

Les libraires distinguent trois publics plus ou moins bien représentés selon les points de vente :

- d'une part les spécialistes (désormais surtout professeurs, étudiants mais aussi architectes)
- d'autre part les amateurs éclairés qui peuvent constituer dans certains cas le cœur de la clientèle,
- enfin les touristes, ou le grand public en général.

Les motivations d'achat et comportements d'achat varient selon les publics.

Les spécialistes parce qu'ils achètent à des fins professionnelles sont plus attentifs au prix et peu ouverts à des achats qu'ils n'avaient pas prévus, à l'exception des architectes, qui peuvent être des acheteurs passionnés d'art au-delà de leur propre domaine.

Les amateurs éclairés sont le public très prisé des libraires. Ils sont davantage prêts à dépenser pour des livres qui leur plaisent ou qu'ils jugent importants. Ils sont fidèles. Ils sont parfois dans une démarche de collection ou de constitution d'une bibliothèque qui les rend réceptifs à un dialogue avec le libraire.

Les touristes (dans les musées ou certaines librairies générales) et le grand public, sont présents de façon plus saisonnière et notamment pour faire des cadeaux.

Le public jeunesse est souvent présent dans l'offre et peut représenter une part important du CA. Mais certains libraires ne développent pas cette offre soit qu'ils

aient eux-mêmes ouvert un autre point de vente dédié au jeune public, soit que des librairies proches aient un rayon spécialisé. Il faut en effet disposer d'un espace important pour créer un rayon jeunesse dans de bonnes conditions.

Ce rayon art jeunesse est décrit par les libraires des musées comme très porteur et indispensable. Pour d'autres libraires, il est jugé difficile et réservé à un public averti.

Rares sont les libraires qui estiment que la part du conseil est importante dans les décisions d'achat. Le conseil semble inutile voire même proscrit à destination du public des spécialistes. Mettre des étiquettes, donner son avis semble injustifié (Jacques Danton à Ombres blanches estime que le livre d'art appelle une approche plus objective) voire même incongru (Vous me voyez mettre « le livre de l'été ! » sur un bouquin de Schefer !, s'indigne Luc Bousso).

Quant au grand public, il est guidé par la prescription médiatique.

Néanmoins, au Divan, le conseil est jugé essentiel et indispensable à la fidélisation.

On ne peut manquer de mettre en relation cette prudence quant au conseil et le scepticisme de la plupart des libraires face à des manifestations comme Le Mai du livre d'art. Cet événement, souvent jugé intéressant en soi et sur lequel certains libraires s'appuient pour dynamiser leur point de vente contribue à créer une actualité médiatique sur le livre d'art. Mais aux interrogations posées sur la nature des livres mis en avant par cette manifestation, visant à la fois public spécialisé, grand public et jeunesse, s'ajoute le fait que les libraires interrogés doutent de son impact commercial. Si le public du livre d'art est spécialisé, très informé, peu demandeur de conseil, il est aussi peu porté à des achats imprévus qui seraient motivés par une manifestation sans lien avec l'actualité artistique. Les seuls événements porteurs sont donc les expositions.

Ce qui ne signifie pas l'absence de saisonnalité. La fin d'année est pour tous une période de fortes ventes. La fête des mères a un impact important, mais pas la fête des pères ou la Saint Valentin.

Le panier moyen se situe entre 25 et 50 euros.

Retranscription des entretiens avec les libraires

Entretien avec Luc Bousso, Librairie du musée des Beaux arts, Nantes

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

Le fonds représente 2500 volumes sur 3000.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

C'était la R.M.N. qui gérât la librairie jusqu'à fin juin 2007. Puis la ville de Nantes a repris et nous a demandé de faire une librairie de référence. Nous sommes orientés vers une représentation des artistes de la collection, le suivi des expos du musée et l'achalandage autour des expos nationales.

Nous avons aussi créé un fonds monographique en art classique et contemporain.

Nous sommes vraiment une librairie de fonds. Je fais les offices moi-même, je travaille avec les rares représentants qui passent et les quelques éditeurs qui viennent me voir. Mais nous n'avons pas la SODIS, par exemple. Je fais mes propres référencements sur Livres Hebdo. Je ne me sens pas pénalisé par le manque de contact avec les représentants.

Quel est le prix public moyen par exemplaire de votre stock ?

Je le situerais entre 15 et 20 euros.

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Elle est grande. J'ai par exemple les mini Skira à 5 euros, les découvertes Gallimard, les livres de fonds en poche. Je privilégie les poche dès que les ouvrages de fonds sortent dans ce format. Ça correspond à la demande du public. Je préfère avoir beaucoup de titres plutôt que des livres chers. C'est ça une librairie de référence.

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

On suit l'actualité des expos en Europe. On fait des étiquettes. On a une table réservée aux expos du moment. Ça demande beaucoup de lien avec les éditeurs. Ça prend beaucoup de temps. C'est un investissement lourd parce qu'il faut ensuite garder en stock et ce sont des livres chers. Ce n'est pas rentable mais important en termes d'image. Notre public est sûr de trouver tous les catalogues importants. Et ça porte ses fruits.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

C'est une petite part, mais j'ai des liens privilégiés. Avec La rumeur des âges à La Rochelle, par exemple, qui a un très beau catalogue. Et beaucoup d'autres. Mais il faut que ça colle à nos périodes. Par exemple, je fais des impasses sur l'art contemporain puisqu'il y a le Lieu unique à Nantes dont c'est la spécialité.

Mais sur ces petits éditeurs, je travaille à l'unité, ce qui alourdit beaucoup la tâche.

2. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

On est partenaires privilégiés de la bibliothèque du musée. Il y a aussi des profs qui nous passent des commandes par le biais du CDI. Mais ça reste marginal. Nous, les bibliothèques ne représentent que 5 % de notre chiffre d'affaires. A titre personnel, je travaille beaucoup en bibliothèque pour mes recherches bibliographiques. C'est comme ça que je me prépare sur les expos du musée.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

La bibliothèque du musée est une bibliothèque de consultation, pas de prêt. Donc ça nous amène un peu de clientèle, mais c'est des clients qui achètent des Que sais-je ou des poche. La substitution, oui, parce que certaines personnes prennent la librairie pour une bibliothèque ! ils viennent consulter et parfois recopier. Et ça m'agace beaucoup. Je ne les laisse pas faire.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

Les ateliers pédagogiques amènent beaucoup de profs. Ils sont incités à venir à la librairie, car nous avons des profs détachés de l'éducation nationale qui travaillent au musée dans le service pédagogique qui nous les envoient.

Mais les profs des beaux-arts, ils vont au Lieu unique parce qu'ils s'intéressent plus à l'art contemporain.

On a en revanche pas mal d'écrivains, comme Pierre Michon.

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

On va le faire mais c'est très difficile car ça prend du temps et ça coûte cher : il faut acheter une dizaine ou une vingtaine de livres et on n'est pas sûrs de les vendre. Ça marche mieux s'il y a des conférences. Parce que c'est le musée qui est vecteur d'énergie, pas nous.

3. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

Notre public a entre 30 et 50 ans.

C'est ou bien des touristes ou bien un public de lecteurs. On n'a pas encore un public de spécialistes, on n'est pas assez anciens pour ça.

Les motivations d'achat, c'est suivre les expos nationales dont ils ont entendu parler, et acheter le catalogue de l'expo en cours au musée.

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

On a une grosse offre jeunesse qui représente 30% du CA de la librairie. On a peu d'enfants acheteurs. Ce sont des adultes qui achètent pour leurs enfants.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Le seul conseil, c'est répondre à la question, est-ce que vous avez ce livre là ?

Ou est-ce que vous avez des livres en esthétique ? Mais sinon les gens n'ont pas besoin de moi et tant mieux parce que je trouve que ce n'est pas mon rôle. Ce n'est pas parce que j'aime un livre que le client va l'aimer. Je ne supporte pas les libraires qui collent des étiquettes avec leur avis. Pour qui se prennent-ils ? Vous me voyez mettre « le livre de l'été ! » sur un bouquin de Schaeffer !

La part de l'événementiel ?

(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

Le mai du livre d'art, oui, on a bien utilisé les stickers. J'ai fait une table. Je pense que ça a un impact. Mais néanmoins, je ne vois pas la raison d'être de cet événement.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

L'été, c'est faible. C'est essentiellement en fin d'année qu'on vend plus. En décembre, les gens viennent exprès au musée pour acheter.

La fête des mères, la saint Valentin ça ne marche pas trop.

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

17 euros.

Entretien avec Nathalie Lacroix, Le Comptoir des mots, Paris

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

Ce doit être le rayon où la nouveauté est la plus importante ; même si on essaie d'avoir du fonds, la nouveauté prend le pas sur le fonds, beaucoup plus qu'en littérature générale. Et c'est bien sûr la même chose pour le chiffre d'affaires.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

On a ouvert la librairie il y a trois ans et demi, alors je n'ai pas un historique assez important pour répondre, et en plus le rayon Art a été implanté progressivement et on l'a déplacé dans la librairie.

Quel est le prix public moyen par exemplaire de votre stock ?

Je dirais environ 40 €

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Elle est importante. En fait, on voit assez bien deux catégories de livres : ceux entre 30 et 40 € qui intéressent le large public, et ceux à plus de 40 € pour un public spécialisé. On ne travaille avec Taschen que depuis un an, et il est clair qu'on a, avec Taschen, un public plus jeune et des thèmes nouveaux comme la mode, le design, la déco.

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

On ressent directement l'effet des expos, d'une part avec les catalogues, les gens qui viennent acheter le catalogue après avoir vu l'expo, peut être pour éviter d'avoir à le porter s'ils l'achètent sur place, d'autre part avec les ventes liées à l'expo, au-delà du catalogue, les titres périphériques qui sortent sur le thème ou l'artiste.

Pour ce qui est des autres événements comme Lire en Fête ou le Printemps des Poètes, on en voit aussi l'effet sur l'activité de la librairie. C'est beaucoup moins net pour le Mai du livre d'art ; ça me pose question, je pense que le public du livre d'art est plus spécialisé et donc moins sensible à des manifestations.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

On en a pas mal, même des non diffusés.

2. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

Non, on n'a pas de relations régulières avec les bibliothèques. On a des bibliothécaires qui viennent, mais à titre individuel. Et le système des appels d'offre ne facilite pas les choses ; on a bien essayé dans le cadre du réseau des libraires de l'est parisien, mais ça n'a pas marché. On n'a aucun rapport et c'est absurde.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

On voit des gens venir acheter un livre après l'avoir emprunté en bibliothèque, ou acheter des livres du même auteur. Cela vaut pour l'ensemble de la librairie et aussi un peu pour les livres d'art.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

C'est un peu pareil, des contacts individuels, mais pas de contacts avec les établissements. On a quand même pas mal d'instits et de profs qui viennent à la librairie, mais ça ne joue pas beaucoup sur le rayon Art, beaucoup moins que sur le rayon Jeunesse. Il peut arriver qu'ils achètent pour leur classe, mais c'est toujours avec des budgets en marge.

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

On en fait de temps en temps, des rencontres, conférences, mini expositions. On a fait une conférence sur les Peintres de l'agonie. C'était un lancement et on en a vendu beaucoup, environ 35. On a reçu plusieurs fois des photographes, soit en exposant les photos, soit en les projetant. Cela marche bien à condition que les artistes ou les auteurs mobilisent leurs réseaux.

3. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

La moyenne d'âge doit être plus élevée sur le livre d'art que sur le reste de la librairie ; ce sont aussi des gens plus connaisseurs et qui ont des domaines d'intérêt plus précis, donc des pratiques d'achat assez pointues. Et ce sont plutôt de gros acheteurs dans le sens où c'est un public qui achète régulièrement, pas forcément de grosses sommes à chaque fois, mais souvent.

Il y a pas mal d'achats cadeau.

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

On a un rayon art jeunesse au sein du rayon jeunesse ; ça tourne peu, uniquement avec un public hyper averti.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Il y a deux cas de figure. Soit c'est pour un cadeau, des gens qui ne connaissent pas, ne savent pas quoi acheter ; ceux là nous sollicitent beaucoup. Soit c'est quelqu'un qui achète pour lui-même, et alors la demande de conseil est beaucoup moins forte.

La part de l'événementiel ?

(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

Voir supra

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Elle est très forte ; tout se fait en fin d'année, pour Noël et 31 décembre. Les autres fêtes sont sans effet visible. C'est un achat cadeau et peut être aussi une période où les gens sont prêts à faire ce type d'achat.

Entretien avec Thierry Debourg, librairie Descours à Lyon

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

C'est difficile à évaluer, mais pour le stock, je dirais environ 80 % de fonds en volume et 90 % en valeur. Pour le chiffre d'affaires, je ne sais pas quelle est la part du fonds, mais ce n'est pas du tout les mêmes proportions.

C'est les expositions nationales et internationales qui tirent les ventes, donc les grands événements.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Je ne sais pas. Je n'ai pas le sentiment que ça ait évolué ; c'est un mode de fonctionnement plutôt stable. Il y a un secteur qui est en perte de vitesse, c'est les arts décoratifs.

Quel est le prix public moyen par exemplaire de votre stock ?

33 €

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Très faible. Les livres à petit prix sont les textes d'esthétique et les petits catalogues d'exposition et monographies d'Art contemporain. Ce qu'on vend un peu plus, c'est les poches comme Folio/Gallimard, les Champs/Flammarion, les écrits sur l'art, les essais qui touchent un public étudiant.

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

On essaie de le faire, mais il faudrait qu'on le fasse plus. Je le faisais autrefois ; ça marchait un peu, ça a du sens.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

Faible. Parfois, par l'intermédiaire de clients qui voient quelque chose dans la presse ; mais c'est des commandes à l'unité, au coup par coup.

2. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

Quelquefois des bibliothèques municipales nous sollicitent pour une signature ; on y va autant que possible, avec un choix dont ils dressent la liste.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

Moi-même, je suis emprunteur à la bibliothèque ; si vraiment on veut avoir un livre, on l'achète. Je vois des clients qui viennent acheter un livre après l'avoir vu en bibliothèque, mais je ne sais pas ce que ça représente sur l'ensemble. En tout cas, je ne vois pas de concurrence entre emprunt et achat.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

On a beaucoup de relations régulières avec des enseignants. Si on compte les commandes individuelles des enseignants des écoles d'art, des filières spécialisées dans les lycées et les commandes issues d'appels d'offres, cela fait la moitié du chiffre d'affaires. On travaille avec la bibliothèque municipale de la Part Dieu, l'Ecole des beaux arts, l'Université Lyon 2, l'Institut d'Art contemporain, l'université de la Mode, le musée des Beaux Arts... On fournit également des établissements à Strasbourg et Montpellier, surtout pour les ouvrages étrangers, l'import.

C'est fondamental pour nous ; c'est un élément de stabilité important.

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

On n'en fait pas pour l'instant, mais il faudrait. Avant j'étais seul, et ce n'était pas possible ; maintenant on est trois (dont un étudiant qui s'occupe du site Internet). On a commencé la vente en ligne en septembre 2007. Cela représente entre 3 et 4 000 € par mois ; le mois dernier, on a fait 6 500 €, surtout avec un public éloigné et un peu à l'étranger. Cela concerne aussi bien les ouvrages de fond que des nouveautés ; c'est très divers.

3. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

La première catégorie, qui a été très importante, il y a une vingtaine d'années, c'est les antiquaires, les galeristes, les marchands d'art. Tous les milieux liés à l'art, les conservateurs ... Mais ça a beaucoup baissé.

Il y a un public d'étudiants et de professeurs

Une troisième catégorie d'amateurs éclairés.

Et un peu le grand public qui vient occasionnellement pour faire un cadeau sans trop savoir ce qu'il cherche, mais c'est moins important.

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

On n'a pas de rayon jeunesse.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Pour une part de notre public, les amateurs confirmés, les professionnels, il n'y a pas vraiment besoin de conseil. C'est plus pour le public occasionnel qui cherche un cadeau, qui veut un livre sur un sujet, qui n'y connaît rien. Mais ce n'est pas la majorité des cas. Beaucoup de gens ont déjà une idée précise de ce qu'ils veulent, connaissent bien la production, les auteurs, les éditeurs.

La part de l'événementiel ?

(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

Cela va croissant. Les gens demandent les catalogues, parfois même avant l'événement, parce qu'ils voient la presse comme Connaissance des arts, Beaux Arts magazine... Cela vaut pour les expositions nationales et étrangères et, dans une moindre mesure, pour les grandes expositions régionales.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Pour moi, cela n'a pas vraiment d'effet, peut être parce que je ne m'en occupe pas, sans doute aussi à cause des caractéristiques de mon public. Je ne sais pas ce que ça donne dans les autres librairies, le Mai du livre d'art, par exemple, j'ai l'impression que c'est un peu passé...

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

50-53 Euros

Entretien avec Marc Thomas, Librairie du Divan, Paris

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

Je ne sais pas. Et je ne crois pas pouvoir trouver ces données. Mais ce qui est sûr c'est que nous vendons beaucoup plus à la nouveauté. En fait, travailler le rayon art est peu rentable en librairie, donc on travaille beaucoup à la commande et on compte sur les nouveautés, et même les produits innovants, des livres étonnants, sortant de l'ordinaire qui peuvent stimuler nos clients. Le gros Michel Ange de Taschen, par exemple, on l'a très bien vendu.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Il y a une baisse du fonds. Nous sommes vraiment dépendants des nouveautés. Il y en a de plus en plus, de plus en plus de livres et pourtant, ça n'empêche pas les ventes. C'est la nouveauté qui fait vendre. Peu importe les sujets qui se recoupent. Si c'est nouveau, nos clients sont preneurs. Il y a déjà de très nombreux livres sur Warhol, mais le Warhol géant a cartonné chez nous. Et le prix ne compte plus lorsque les livres sont vraiment étonnants. Les Mazenod en pâtissent un peu, même si on continue à les vendre.

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Les livres à petit prix occupent de plus en plus de place. Les éditeurs en proposent de plus en plus. Et ils se vendent de mieux en mieux. Évidemment ce ne sont pas les mêmes acheteurs. Mais c'est très important pour nous, ça permet à certains clients d'entrer dans la librairie.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

On prend ceux qui viennent, mais c'est minime. Et pourtant ça ne marche pas si mal. J'ai pris un Traité de peinture en pigments précieux et je le suis depuis 5 ans. Il en est à sa deuxième édition et j'en vends 5 ou 6 tous les mois.

Je prends aussi des livres en auto édition de personnes qui ont un peintre dans leur famille.

Je prends pas mal de dépôt en photographie.

Mais c'est en recul. Je crois que l'auto édition fonctionne mieux sur Internet.

Et de toute façon c'est lourd à gérer.

2. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

La librairie fournit beaucoup de bibliothèques mais pas en livres d'art. La demande est faussée car les très beaux livres sont démarchés directement par l'éditeur.

Mais nous accordons beaucoup d'importance aux bibliothèques que nous associons sur notre site Internet. Nous y présentons les signatures et les débats qu'elles organisent.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

Nous incitons certains acheteurs à aller en bibliothèque quand les livres sont épuisés. Mais dans notre quartier (sud du XV^e arrondissement), les habitants ont un pouvoir d'achat élevé si bien qu'ils vont peu en médiathèque.

Mais il arrive de temps en temps que des personnes viennent acheter chez nous des livres qu'elles ont vu en bibliothèque.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

Malgré la proximité d'Olivier de Serres et de Saint-Charles, nous n'avons pas de liens avec ce public. Pourtant, nous serions prêts à organiser des rencontres, des débats, des signatures avec les professeurs de cette école et de cette université qui sont prestigieuses, mais ils ne se présentent pas, nous ne les connaissons pas. Et c'est dommage..

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

Oui, nous avons beaucoup de manifestations avec des aquarellistes. Beaucoup d'expos, d'installations. Des signatures de dessinateurs. Et tous ces événements plaisent à notre public.

On travaille aussi beaucoup avec la Ruche que nous avons la chance d'avoir à proximité. Ce sont des artistes qui viennent souvent faire des signatures. C'est une animation importante pour nous.

3. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

Notre public est fidèle. C'est le public du quartier. Il est un peu plus féminin que masculin, mais c'est équilibré. L'âge moyen, c'est la quarantaine. Il y a beaucoup de

jeunes couples. C'est un quartier jeune, avec un pouvoir d'achat élevé. Il y a beaucoup de professions libérales. C'est un public cultivé.

Ils viennent acheter pour faire des cadeaux. Il y a aussi des collectionneurs. Nos clients ne sont pas du tout sensibles à la prescription télévisuelle. Ce sont des amateurs, souvent passionnés mais pas des spécialistes, sauf en architecture. En esthétique et en histoire de l'art, on a vraiment des connaisseurs pas spécialistes. Il y a aussi des dames âgées qui viennent chercher des livres de leur bibliographie des cours du Louvre.

On a très peu d'étudiants, sauf en photographie, mais ils n'ont pas les moyens d'acheter.

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

Nous avons ouvert une librairie jeunesse en face, donc nous n'avons plus de contact avec les enfants et les adolescents et je ne sais pas comment tourne le rayon art jeunesse mais l'activité jeunesse de façon globale est très prospère.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Elle est essentielle. Notre public est très en demande. Il aime qu'on fasse des propositions nouvelles, qu'on le surprenne. C'est fondamental pour la fidélisation. Le site joue aussi ce rôle de conseil. Internet étant une grosse concurrence sur le livre d'art, nous devons absolument montrer notre expertise.

La part de l'événementiel ?

(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

Oui, les grandes expositions ont un impact sur nos ventes. Et nos propres manifestations font vendre. Même celles qui ne portent pas sur l'art car nous élargissons toujours les sélections dans une optique transversale.

Le mai du livre d'art, on ne le travaille pas et les ventes ne fluctuent pas à ce moment là.

.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Elle est énorme pendant les fêtes de fin d'année. À partir d'octobre en réalité. Mais de toute façon il n'y a pas de temps faibles sur l'année, car les amateurs achètent tout le temps. Les temps forts ce sont les grandes expositions (avec la vente des catalogues et des monographies), parce que beaucoup de personnes achètent les catalogues et ne vont pas aux expos. Pour la fête des mères et des pères, ce qui marche en beaux-arts, ce sont les Taschen. La Saint-Valentin, non, ça ne donne rien.

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

Je ne le sais pas pour le rayon art.

Entretien avec Jacques Danton, librairie Ombres blanches à Toulouse

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

La proportion entre nouveautés et fonds doit être de l'ordre de 60/40. Mais cela dépend aussi de certaines périodes : l'été est une période où le fonds tourne beaucoup. La ville se vide en été et notre public est alors essentiellement composé de touristes, ce sont des gens qui ne connaissent pas la librairie et sont étonnés du fonds dont on dispose et qui achètent des livres auxquels ils ne pensaient pas ou qu'ils croyaient épuisés.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Cette proportion a toujours été assez stable ; sur une dizaine d'années, on se rend compte de cette stabilité

Quel est le prix public moyen par exemplaire de votre stock ?

Aux alentours de 50 €, mais ça peut aller jusqu'à 200 € pour les Citadelles. La fourchette est large puisqu'on a aussi les livres de poche en esthétique ou en philosophie de l'art (Folio, Livre de poche, Champs-Flammarion)

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

C'est très lié aux prescriptions universitaires, aux programmes, des cours dispensés aux Terminales option artistique ou dans les premières années des cycles universitaires, écoles des beaux arts. On essaie aussi de montrer au public que l'art, l'histoire de l'art, l'esthétique ... peuvent aussi se lire en poche.

Les ventes de Taschen sont régulières tout au long de l'année et en progression depuis 5 ou 6 ans. Elles concernent aussi bien des étudiants qui veulent avoir une première information sur un peintre, une période, un mouvement, que des clients non spécialisés en art qui passent et qui achètent sur impulsion. Les premiers sont à 6,99 € ; c'est un petit investissement pour un support iconographique qui est très correct. Taschen est allé là où les éditeurs français ont longtemps répugné à aller. Peu à peu l'édition française a laissé s'installer Taschen sans réagir. Ce sont même maintenant des ouvrages prescrits dans les listes universitaires qui sont données en début d'année.

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

C'est généralement le cas. On profite des grandes expositions. Cela vaut aussi pour des expositions étrangères parce que nous avons une activité import ; il y a pas mal de trous dans l'édition française, des peintres qui ne sont absolument pas visités et que font des universités américaines, Yale par exemple. On n'hésite pas à prendre des titres en langue étrangère et à les présenter à l'occasion d'une exposition ; il y a toujours un public qui découvre ces titres dans ces circonstances.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

Autant que possible, mais cela dépend des conditions commerciales qu'ils offrent, mais certains d'entre eux ne se signalent pas à nous et nous sommes donc quelquefois dans l'ignorance même de leur existence. Dans les cas où on les connaît, on a avec eux une relation commerciale suivie.

2. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

C'est essentiellement un public spécialisé, universitaires, étudiants, professionnels à divers titres. C'est un public bien informé, qui suit l'actualité que ce soit en peinture classique, moderne, ou en art contemporain, en civilisation. C'est un public qui sait que telle référence va paraître, ou a eu connaissance d'une petite exposition dans un musée de province et souhaite se procurer le catalogue qui n'est vendu que par le musée en question. Ce sont des gens très concernés, notamment s'agissant du public du rayon architecture composé uniquement de professionnels et de futurs professionnels. Ce sont aussi les marchands d'art, antiquaires, galeristes.

Ce sont plutôt des acheteurs réguliers, qui n'hésitent pas à acheter un livre s'il a un intérêt pour eux. Le budget ne compte pas.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Elle s'exerce dans un premier temps sur les choix de répartition sur les tables, les sujets ou les thématiques que nous retenons. D'autre part, à la différence du conseil en littérature, nous avons le moyen de plus d'objectivité dans l'analyse des livres, en examinant la qualité de la reproduction, les détails, le niveau des textes, la qualité des auteurs. On est à même, par rapport à une demande d'un client de répondre en fonction de ces éléments.

Mais dans la mesure où nous avons un public plutôt spécialisé, la demande de conseil n'est pas très forte dans l'ensemble. En relation avec son propre travail, cette partie du public sait très bien évaluer ce qu'il recherche. Pendant la période de fin d'année, nous n'avons aucun rôle de conseil ; le relais est pris par les revues, les magazines, les dossiers consacrés aux livres d'art par divers quotidiens, et les gens arrivent avec une liste en ayant coché deux ou trois livres et il est inutile de tenter de leur refiler quelque chose d'équivalent ou même de bien mieux parce que cela ne

passera pas. Cette période est davantage marquée par la quantité que par la qualité et le conseil.

En revanche, en dehors de cette période, pour le public qui vient rechercher un cadeau sans avoir d'idée précise, nous avons réellement un rôle pour guider ces clients, faire davantage appel au fond dans les différents domaines pour montrer 3 ou 4 possibilités.

La part de l'événementiel ?

(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

Les grandes expo ont un impact important, comme les expositions Courbet , Soutine ou Van Dongen.

Mais malheureusement des manifestations autour du livre d'art, comme le Mai, n'ont plus d'impact. C'est trop dilué, il y a du livre d'enfant, du livre grand public ; on ne distingue pas d'originalité particulière. Cela a perdu de sa puissance et de moyens pour capter l'attention des gens.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Voir

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

Dans le rayon art, c'est entre 40 et 50 €.

3. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

Nous avons des relations régulières, que ce soit dans le secteur universitaire ou avec les bibliothèques municipales ou départementales de prêt. On a un service qui travaille avec les bibliothèques ; je pense que pour ce qui concerne le rayon art, cela

représente 18 à 20 % du chiffre d'affaires. Il s'agit aussi bien de nouveautés que du fonds.

L'organisation de rencontres, signatures... fait partie du cahier des charges conçu dans le cadre des appels d'offres. Pour le rayon Beaux arts, cela ne nous touche pas tellement ; il n'y a pas eu d'occasion de le faire car il s'agit surtout de livres spécialisés et les bibliothèques sont moins demandeuses de manifestations de ce type.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

On se rend compte souvent, à l'occasion des expositions, que des acheteurs ont découvert un livre en bibliothèque et viennent ensuite acheter ce livre ou un autre sur le même sujet ou le même artiste. C'est lié au fait que, désormais, la mémoire de l'édition est dans les bibliothèques ; elles sont le dernier recours pour avoir accès aux livres épuisés. Un album Goya des années 90 ne se trouve plus qu'en bibliothèque, ou les albums Turner, ou encore les catalogues des grandes expositions comme Vienne fin de siècle.

Les bibliothèques sont les seuls garants de la mémoire de ces périodes.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

Nous avons certains marchés avec les bibliothèques universitaires, notamment des livres en langues étrangères ; ce sont des commandes très précises.

Avec les enseignants eux-mêmes, nous en connaissons, mais certains sont clients sans se faire connaître comme enseignants. Certains viennent en fin d'année pour préparer leurs cours de l'année suivante et s'assurer de la disponibilité des ouvrages qu'ils souhaitent donner en bibliographie. D'autres ne le font pas ; on le voit quand

des élèves ou étudiants nous transmettent leurs bibliographies avec certains livres des années 80.

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

Oui. Le rayon Beaux arts prend part à tout le programme de rencontres. Il faut savoir qu'il y a dans la librairie des rencontres quasiment tous les jours. Notre rayon y prend une participation modeste, une dizaine sur l'année. Nous avons récemment fait venir Clottes pour son livre sur L'art des cavernes préhistoriques, chez Phaïdon. Nous avons également fait venir un groupe d'architectes espagnols.

En termes de vente, plus le livre concerne un public spécialisé, plus les ventes se font au moment de la rencontre puisque c'est un public spécialisé qui se déplace. Inversement, plus le livre s'adresse à un public large, plus les ventes se font dans la durée, sur les deux mois qui suivent.

Dans tous les cas, cela signale le livre aux acheteurs potentiels et pour nous cela a quand même un impact.

Entretien avec François Lecce, Librairie du Centre Pompidou, Paris

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

Je ne sais pas. Nous avons 12 000 références et 60 à 70 000 volumes, avec une grosse part de nouveautés, mais aussi énormément de fonds. Notre objectif de gestion est de ne pas alourdir notre stock. Nous veillons à préserver la valeur du stock et à ne pas le laisser vieillir. Notre rotation se situe entre 5,5 et 6 parce qu'on ne vit pas en deçà. La rigueur commerciale est indispensable ici à cause du colossal loyer que nous payons au Centre.

Donc pour revenir à votre question, le fonds, oui, nous le défendons mais à condition que ce soient des livres qui tournent.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Il y a indiscutablement une baisse du fonds. À cause de la culture de l'éphémère qui caractérise notre temps. Pourtant, nous ne sommes pas trop touchés par la surproduction. Et de toute façon, nous nous limitons beaucoup. Par exemple, en photo, nous ne prenons que des livres sur des photographes. Et nous réorientons en permanence nos rayons.

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Elle est importante. Et c'est pour des raisons liées à notre implantation car nous sommes à côté de la FNAC et de plusieurs solderies. En plus, pour entrer au Centre, il faut faire la queue. Autant d'handicaps qui nous imposent un dynamisme sur les produits d'appel, en particulier, en ce qui nous concerne, des soldes achetés à l'étranger qu'on ne trouve que chez nous. Il y a une part de notre clientèle qui ne

vient que pour ça. On a aussi les Taschen, les Découvertes Gallimard, et ça marche bien. Ça ne me pose pas de problème d'avoir du Taschen, car même si les auteurs ne sont pas connus en France, ce sont des spécialistes et ils sont très bons. Mais je ne mets pas Taschen en avant. Il n'y a pas de mobilier éditeur ici, sauf exceptions (Actes Sud ou Phaïdon dans la librairie du 6^e étage).

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

Une très grande place. Nous avons beaucoup de petits éditeurs et nous acceptons le dépôt pour l'auto-édition. Nous avons une sélection à spectre large. Mais il faut que ça fonctionne et beaucoup de ces petits ne savent même pas faire une facture. Mais, encore une fois, face à la FNAC, c'est la diversité de nos produits qui nous permet de nous affirmer.

2. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

On travaille avec tous les types de bibliothèques : celle de l'école des Beaux Arts, la bibliothèque Kandinski, des collèges, des lycées, des écoles primaires et des écoles à l'étranger. Sur nos grosses bibliothèques, comme Kandinski, ils viennent souvent le mardi, quand le Centre est fermé et ils font directement leurs achats. Sur les bibliographies des expositions, on achète souvent des choses qu'ils n'ont pas, en particulier à l'import et on les leur propose et souvent ils achètent. De toute façon, ils sont très bien informés.

Quant à la B.P.I., elle ne passe pas par nous.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

Emprunter n'incite pas à acheter. La consultation n'est pas incitative. Nos clients ne sont pas les visiteurs de la B.P.I. Ce sont deux publics différents. Le public de la B.P.I. est jeune. Et même si la B.P.I. est nettement moins bien achalandée que par le passé ses visiteurs n'ont pas toujours idée de venir acheter chez nous un livre qu'ils ne trouvent pas chez eux. Ça arrive quand même de temps en temps, sur des livres récents surtout.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

Nous avons beaucoup de commandes d'établissement. Mais pour les achats individuels, les professeurs se heurtent à une barrière administrative et ne parviennent pas toujours à se faire rembourser. Cela dit, les enseignants représentent une part importante de notre clientèle.

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

Nous faisons des séances de dédicaces liées à des parutions, des nouveautés. Pour les expos, on fait des vitrines. On fait aussi des signatures au sous-sol lors de la revue parlée de la B.P.I. Mais nous ne faisons pas de rencontres hors de la librairie.

3. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

Nous avons trois points de vente dans le Centre, ceux du 4^e et du 6^e étage proposent les publications du Centre et des ouvrages liés aux expositions (ce qui d'ailleurs offre

souvent des possibilités très larges), et ici au rez-de-chaussée c'est une librairie spécialisée dans l'art moderne et contemporain. Ce qui parfois nous crée des problèmes pour peu que l'expo (comme celle consacrée à l'art du sacré l'an dernier) porte sur une période antérieure au XXe siècle.

La sociologie de notre public est très différente selon qu'on est dans les étages avec le public des expos (qui vient d'un peu partout, peut avoir tous les âges, avec tous les niveaux d'étude et toutes les situations professionnelles) ou ici, avec un public plus circonscrit. Mais même ici nous n'avons pas que des habitués et loin de là, car nous cherchons à capter les touristes et le public des expos. Ce qu'on peut dire sur les gros acheteurs fidélisés du rez-de-chaussée, c'est qu'ils ont entre 35 et 55 ans et un panier moyen élevé.

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

Nous avons un public jeunesse important car le Centre a une sélection jeunesse à laquelle nous sommes astreints par notre contrat de concession. Mais même sans la concession, ce serait incontournable. Nous avons une sélection jeunesse pour chaque expo et ça marche très bien.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Notre librairie a, et c'est dommage, une image d'anonymat. J'ai entendu dire qu'on n'osait pas poser de questions ! C'est dommage car le personnel est disponible et compétent. Quand les gens demandent des conseils, c'est une bonne expérience. Nous incitons le personnel à aller au devant des clients. Cela dit, je reconnais qu'il y a des freins, liés au manque de temps : nous naviguons sans cesse entre les étages, la réserve est très loin.

La part de l'événementiel ?

(expositions, Mai du livre d'art, manifestations...)

Tout repose sur les expositions chez nous. D'où, d'ailleurs, des difficultés quand, comme cette année, les expositions n'ont pas une grande aura.

Pour le Mai du livre d'art, ça nous obligerait à présenter des livres hors spécialité (c'est-à-dire antérieurs au XX^e siècle) et c'est une idée qui passe mal. Donc nous nous limitons à la partie de la sélection qui porte sur les XX^e et XXI^e siècles. Cette année, nous avons été les libraires du Salon. Et j'ai pu présenter les titres de toutes les époques. Le bilan est bon. Mais ça reste un événement difficile et artificiel.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Nous ne connaissons pas d'autre saisonnalité que l'inter exposition. Mais Noël est une bonne période et toutes les vacances scolaires.

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

25 à 30 euros.

Entretien avec Anne Etchegoyen, librairies R.M.N.

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

L'offre dans les librairies de musées est très différente de celles des librairies généralistes dans la mesure où on a une forte fréquentation touristique. En fait on a une offre pour le public de fonds et une offre pour le public touristique qui, lui, recherche plus les beaux livres sur Paris ou sur la France, ou sur les musées où ils viennent. Ce sont deux publics complètement différents, ce qui constitue d'ailleurs la difficulté des librairies de musées puisqu'il faut avoir ces deux offres complémentaires.

En termes de livres d'art, le nombre de références est énorme, et les vraies librairies de la R.M.N. qui traitent cette offre sont quand même peu nombreuses ; c'est surtout Le Louvre qui est une librairie d'histoire de l'art généraliste, par contre les autres librairies ne traitent qu'une infime partie des nouveautés. Orsay prend uniquement ce qui concerne la période 1840-1920, des librairies thématiques comme Cluny et Écouen, Branly, Guimet traitent uniquement les livres concernant les périodes où les zones géographiques qui sont celles des musées auxquelles elles se rattachent.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Hormis le Louvre, on traite essentiellement le fonds et peu la nouveauté. Si on prend l'exemple du musée Picasso, il n'y a pas de nouveauté sur Picasso tous les ans, donc on travaille le fonds. Sauf quand il y a un événement qui mobilise toute l'édition française et apporte beaucoup de nouveautés, ce sera le cas bientôt avec Picasso. Au Louvre, où nous sommes sur les deux registres, on a 16 000 titres, et les nouveautés sont très attendues parce qu'elles font venir un public de fidèles et font donc indirectement vivre le fonds. Le Louvre est un peu comme une librairie

généraliste de ce point de vue ; ce sont les nouveautés qui permettent de faire vivre le fonds, mais c'est une exception dans l'ensemble des librairies R.M.N.

Quel est le prix public moyen par exemplaire de votre stock ?

Pour le prix public moyen, c'est à peu près celui des catalogues, entre 29 et 35 €. Mais dans le livre d'art, c'est un peu comme dans le luxe : il y a un certain nombre de livres très chers, mais qui trouvent très bien leur public, des livres à 300 ou même 480 € comme Le dit du Gengi. Il n'y a pas de public pour les livres entre 45 et 100 € et on retrouve un public pour les livres à moins de 40 €.

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ?

Elle se développe. Tous les éditeurs ont leurs collections de poche ou refont leurs titres anciens en versions poche. On est en train de préparer l'assortiment de fonds en librairie Beaux arts, avec des assortiments-types, et on y met énormément de livres à petits prix, entre 40 et 50 % de livres à moins de 15 €. En fait, on pourrait distinguer un marché en dessous de 15 €, puis un autre en dessous de 40 €, et après, les livres très chers.

La préoccupation liée au pouvoir d'achat va sans doute renforcer cette tendance.

C'est vrai aussi qu'un éditeur comme Taschen a évolué dans son discours, dans sa production et dans ses méthodes commerciales. Aujourd'hui, on ne peut se passer d'avoir du Taschen en librairie, d'autant que les livres sont bien faits désormais, même si je suis gênée par le fait que, en général, il n'y a pas de nom d'auteur en couverture. Pour moi, un livre c'est un auteur. Le public achète sur un nom d'auteur.

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

L'édition française joue beaucoup trop maintenant le jeu des grandes expositions. A chaque fois qu'une grande exposition est présentée, et qu'on sait à l'avance qu'elle sera très fréquentée, toute l'édition se lance dans la production et il y a beaucoup trop de titres qui sortent. Sur 30 titres qui sortent sur un même sujet, il n'y en aura pas plus de 3 ou 4 qui vont rester en fonds. Et quand les expositions sont supposées

être moins visitées, il y a beaucoup moins de titres qui sortent. Pour Emil Nolde, à venir au Grand Palais, il n'y a pratiquement rien qui sort.

Le phénomène est vraiment lié aux grandes expositions.

Mais cela permet aussi de réactiver le fond, notamment au travers des bibliographies que nous faisons pour les expositions. Pour Picasso et les maîtres, sur 300 titres il y a environ 80 nouveautés. Pour Hokusai à Guimet, il y a eu beaucoup de nouveautés, mais j'en ai profité pour faire une bibliographie sur la littérature japonaise.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

On a tous, dans ce département du livre, un passé de libraires, et en tant que tels on a envie de défendre les petits éditeurs. Je me bats avec les grands éditeurs sur les conditions de vente, mais pas avec les petits. On essaie notamment de les représenter au maximum dans les bibliographies. Je pars aussi du principe que la R.M.N. faisant partie du ministère de la Culture, on se doit d'être attentif à la diversité éditoriale.

Quel regard portez-vous sur le livre d'art jeunesse ?

Le problème est le même dans les librairies généralistes que dans les librairies d'art : les gens n'y viennent pas forcément pour trouver un livre d'art pour enfant. Ce ne sont pas des ventes énormes. Il y a eu ces dernières années beaucoup de publications dans ce domaine, un peu dans tous les sens, avec aussi des éditeurs comme Palette qui fait un très très bon travail, et on sait que les ventes sont plutôt meilleures en librairie généraliste qu'en librairie de musée. Ce ne sont pas les librairies d'art qui vont pouvoir permettre aux éditeurs d'art-jeunesse de se développer. Les libraires mettent le livre d'art jeunesse en rayon jeunesse plutôt qu'en rayon art, et c'est une bonne chose, mais la demande est faible. Ce sont surtout des achats d'impulsion.

2. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

Il y a des endroits comme le Louvre, Orsay, L'Orangerie où il y a un très fort public international, avec des Japonais, des Américains, des Anglais, des Coréens ; Il y a des lieux comme Guimet, Branly ou comme le Grand palais pour les expositions, avec un public parisien qui s'intéresse beaucoup plus au fond. Le public étranger est acheteurs de guides et de nouveautés ; ce n'est pas un public de fond, ni de catalogues d'expositions. On a aussi, notamment au Louvre, tout un public professionnel, les professeurs d'histoire de l'art, les conservateurs, tout un public très pointu qui connaît le fond et s'intéresse de près aux nouveautés et aux livres étrangers.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

On est beaucoup sur de l'achat d'impulsion, sauf au Louvre où le conseil est beaucoup plus important qu'ailleurs.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

La saisonnalité est très marquée par le tourisme ; on a donc une activité beaucoup plus forte pendant les vacances scolaires, quelles qu'elles soient, et aussi bien en fonction des vacances scolaires françaises que des pays européens, du Japon ou des Etats-Unis. On n'est pas liés aux fêtes de fin d'année, beaucoup moins que les autres librairies. On a essayé de jouer cette carte de Noël ; pendant plusieurs années, on a fait un document, une sélection d'idées de livres cadeau, mais ça ne fonctionne pas bien. On n'a pas un public motivé par l'idée du cadeau. Notre public achète en lien avec une visite ou en raison d'un intérêt de fonds et non de circonstance.

Entretien avec Christian Debroize, Le chercheur d'art, Rennes

1. Autour de l'offre

Quelle est la part du fonds dans votre stock, en nombre de volumes et en valeur ? et dans votre CA ?

J'ai 4000 titres. Le fonds (livres présents depuis plus de 6 mois) représente 85% des volumes. Du coup, c'est le fonds qui fait vivre la librairie.

Cette part a-t-elle évolué de manière significative ces dernières années ? pour quelles raisons ?

Non, j'ai toujours fonctionné de la même manière. Je ne suis pas soumis à l'actualité. La vente des catalogues d'exposition ne représente pas une part importante de mon CA.

Quel est le prix public moyen par exemplaire de votre stock ?

Le prix public moyen est à 30 euros.

Quelle est la place des livres d'art (ou assimilés) à petit prix dans vos ventes ? (Taschen, Découvertes Gallimard...) ; quelles évolutions ?

Elle n'est pas négligeable, c'est une préoccupation des clients. Et pourtant le rapport qualité-prix des ouvrages plus chers est bien meilleur. J'ai les livres de la Bibliothèque de l'image, le Cercle d'art, Découvertes Gallimard, l'échoppe (4, 20 €), Taschen. Au-delà de 50 euros c'est un frein. On sent que 30 euros, c'est un premier palier et au-delà de 50, ça devient compliqué. Les catalogues se situent entre 30 et 40. Et c'est encore assez bien accepté.

Dans quelle mesure l'événementiel permet-il de proposer une offre diversifiée (catalogues/titres périphériques)

Les expos n'ont pas d'impact. Mais par exemple, celle sur Camille Claudel a très bien fonctionné, c'est assez exceptionnel. Ce sont des gens qui n'ont pas pu monter à Paris. Mais ça dépend des artistes. Camille Claudel a un public. Pour que les expos aient un impact, il faut que l'artiste ait un public.

Quelle place occupe la production des petits éditeurs de livres d'art dans votre activité ? (stock, commandes à l'unité...)

Je travaille avec beaucoup d'éditeurs, sur de petites quantités. Je cherche des livres qui me plaisent. Il m'arrive de faire des vitrines sur de petits éditeurs. Mais en rayon, c'est le livre qui m'intéresse, pas l'éditeur.

Quand j'ai ouvert la librairie j'ai fait du dépôt mais je ne le fais plus. En revanche, je suis les livres d'artistes en auto-édition et auto-production. Mais ça ne génère pas beaucoup de ventes. C'est une partie du rôle du libraire. Et ça permet aussi de rencontrer des gens. C'est minime en volume, mais ça peut prendre de la place.

2. Autour des acteurs de la médiation du livre d'art

Quelles relations avez-vous avec les bibliothèques ?

(relations fournisseurs/clients, échanges d'informations, signatures, rencontres...)

La bibliothèque départementale a conçu un appel d'offre de façon à ce que je puisse répondre. Je travaille aussi avec les beaux-arts et l'école d'architecture, des collèges, des lycées, l'IEP.

J'accueille parfois des élèves, mais je ne me rends pas dans les bibliothèques ou les établissements.

Comment percevez-vous l'articulation entre emprunt ou consultation en bibliothèque et achat en librairie ?

(substitution, incitation, pratiques spécifiques selon les publics...)

A Rennes, Champ libre (médiathèque) a ouvert il y a deux ans. L'impact a été positif. Des gens découvrent des livres à la médiathèque et viennent les acheter ici. Le fonds en art est important et ça dynamise le marché du livre. Ça manquait à Rennes. Il n'y a pas concurrence, mais complémentarité.

Quelles relations avez-vous avec les enseignants spécialisés en art (sections spécialisées de lycées, écoles d'art, université ...)

(commandes établissements, achats personnels, information, signatures, rencontres...)

On les voit peu, c'est une clientèle décevante, moins présente que ce que j'avais espéré au départ. Je crois qu'ils passent par Internet, ils ont déserté les librairies et les étudiants avec. C'est désolant. Ils ne viennent nous voir que s'ils ne trouvent pas sur Internet.

Organisez-vous des rencontres à la librairie ou ailleurs avec des artistes et/ou auteurs de livres d'art ?

Je suis seul à la librairie, donc je n'ai pas beaucoup de temps pour ça et je le regrette. Quand on fait venir un auteur, ça coûte cher et ça prend du temps et ça n'est pas rentable. Mais il m'arrive d'en faire s'il y a des opportunités.

3. Autour du public

Quelles sont les caractéristiques de votre public ?

(âge, H/F, situation professionnelle, niveau d'études, petits/moyens/gros acheteurs, motivations d'achat...)

J'ai surtout des amateurs d'art. Ce sont eux qui me font vivre, plus que les professionnels et les spécialistes et plus que les acheteurs occasionnels qui font un cadeau. Mes clients ont un certain niveau de revenu et cherchent des choses

pointues, ils ont 35 ans et plus. Parmi les professionnels, les plus présents sont les architectes et ce sont aussi des amateurs d'art qui n'achètent pas que de l'architecture.

J'ai aussi des collectionneurs, surtout en photographie.

Ce sont d'assez gros acheteurs, mais ils ne sont pas illimités dans leurs moyens. Si un livre est important, ils vont l'acheter.

Les motivations, c'est suivre un artiste ou un genre qui les intéresse et se constituer une bibliothèque. Ils cherchent le livre important, qui restera.

Je vois moins le grand public, sensible aux produits marketing ou aux livres spectaculaires.

Avez-vous aussi un public jeunesse (direct ou indirect) ?

J'ai un tout petit rayon jeunesse, mais ma librairie est trop petite et c'est un public qui nécessite de la place. A La courte échelle (librairie jeunesse) ils ont un beau rayon art.

Comment évaluez-vous la part de votre conseil dans les décisions d'achat ?

Beaucoup de mes clients savent ce qu'ils veulent. C'est plutôt pour les étudiants et pour les achats cadeau que je donne des conseils.

La part de la saisonnalité ?

(fêtes de fin d'année, fêtes de mères/pères, Saint-Valentin...)

Elle est forte. Le mois de décembre représente 22 % de mon CA annuel. On offre aussi des livres en juin, pour les départs en retraite. A Rennes, comme c'est une ville où il y a beaucoup de fonctionnaires, on offre des livres sur le patrimoine pour les départs en retraite.

En décembre, je fais un mailing pour cibler mes clients les plus fidèles.

Le Mai du livre d'art, c'est très bien, mais ça n'a aucun impact, ça ne fonctionne pas et pourtant les éditeurs se sont donné énormément de mal.

La fête des mères et celle des pères marchent très bien.

Quelle est la valeur moyenne des achats de livres d'art/client ?

C'est 35 euros en période normale. Avec bien sûr un budget beaucoup plus élevé en période de fin d'année.