

De l'espace livre au lieu de vie

Usages et représentations des librairies indépendantes dans la ville

Sonja Kellenberger
Fabrice Raffin
SEA

Président du Centre Pompidou

Alain Seban

Directeur de la Bpi

Patrick Bazin

Responsables scientifiques

Christophe Evans

Françoise Gaudet

Coordination éditoriale

Arielle Rousselle

Mise en page

Jean-Michel Wavrant

Étude réalisée à la demande et avec le concours de la Direction du livre
et de la lecture du Ministère de la culture et de la communication.

© Éditions de la Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 2011.
ISBN 978-2-84246-121-8

Sommaire

4 Introduction

- 5 Usages, usagers-clients et représentations des librairies indépendantes

Première partie

8 Du lieu projet aux usages du livre en librairie

- 8 De la spécificité des librairies indépendantes
- 9 La philosophie culturelle des librairies indépendantes
- 10 Compétences transversales et personnalisation de la « relation client »
- 10 Un patron, une personnalité, un territoire
- 11 De la rencontre des librairies avec un territoire
- 12 Le libraire acteur du développement local, défenseur du territoire
- 13 Le libraire acteur culturel affirmé
- 14 La librairie commerce culturel ordinaire : faible ancrage territorial et affirmation professionnelle
- 16 La librairie comme commerce à faible engagement culturel
- 18 Modalités d'usage des librairies indépendantes : essai de typologie
- 18 Fonction d'approvisionnement : des usages pragmatiques
- 19 Fonction d'expérience du livre : un lieu d'exposition du livre (le « feuilletoir »)
- 21 Fonction cabinet de lecture : un lieu où on lit
- 22 Fonction sociale : un lieu de sociabilité
- 24 Fonction protectrice : un lieu de pause ou de repli
- 25 Fonction de ressourcement culturel

Deuxième partie

28 Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

- 28 Centralité marchande, ordre économique et requalification urbaine
- 31 La librairie indépendante dans l'ordre des mobilités urbaines
- 31 Interface urbaine
- 33 Un lieu qui structure des parcours dans la ville
- 33 Parcours opportunistes ou programmés
- 33 Une halte dans la ville
- 34 La librairie dans l'ordre culturel des villes : un lieu d'affirmation du livre dans l'espace urbain
- 35 Un lieu d'exception culturelle par le livre
- 35 Un lieu d'exception culturelle par la rencontre : faire événement culturel, rencontrer des écrivains
- 36 Occurrence événementielle culturelle et urbanité élargie de la librairie
- 37 Un lieu identitaire : l'ordre politique
- 37 Ordre symbolique, identité urbaine et construction des centralités
- 39 La librairie comme lieu politique : engagement et éthique partagés
- 42 Réseaux d'acteurs et ancrage urbain des librairies
- 42 Des réseaux locaux aux réseaux extra-locaux

Conclusion

46 Librairies et clients indépendants ?

Introduction

La récente création d'un « Label Librairie Indépendante¹ » témoigne des nouveaux enjeux de reconnaissance des librairies contemporaines. Au cœur de ces enjeux, deux dimensions s'affrontent et l'objet « librairie » apparaît comme un lieu de gestion de paradoxes ailleurs insolubles. Comment concilier en effet la dimension commerciale et la dimension culturelle qui lui sont propres et qui sont au fondement des principales segmentations de la profession ? Tentative de solution au risque de fermeture des librairies², l'appellation en gestation de « commerce culturel de proximité et de qualité » témoigne de cette problématique. Un commerce « pas comme les autres » dit-on, « un maillon fragilisé dans la chaîne du livre » dit-on aussi, qui tente de se repositionner aujourd'hui à partir de ses particularités, réelles ou rêvées, perçues par les professionnels.

Mais les clients ? Que perçoivent-ils de ces enjeux ? Que signifie aujourd'hui fréquenter une librairie indépendante ? Que représente finalement ce type de commerce pour ceux que, faute de mieux pour le moment, nous appellerons ses « usagers » (qu'ils soient clients ou simples visiteurs) ? Des points de vente de livres fort variés en taille et en qualité se présentent à eux. Une Fnac diffère d'une librairie de quartier qui diffère d'une librairie-papeterie. Comment ? En quoi ? De quel point de vue ?

Comme souvent au commencement d'une recherche, le chercheur doit faire un pas de côté, changer de focale, redéfinir l'angle de vue. Parce que les représentations de la librairie indépendante et le discours spontané dominant des acteurs sont quelque peu similaires dans toutes les librairies, indépendantes ou non. Le discours culturel valorisant est, partout, un discours qui articule la culture à des questions éthiques ou politiques. Ce discours est devenu un argument commercial, porté par les propriétaires des petites librairies comme par les dirigeants des grandes enseignes de la vente de livres. On trouve également ce discours « culturéthique » dans la bouche de certains lecteurs, pour valoriser les usages qu'ils font de la librairie. À l'heure d'Internet, le simple fait de vendre des livres papier, d'y donner accès, apparaît presque comme un geste militant.

Prenant acte de ce contexte, notre approche a consisté, dans un premier temps, à supposer que la singularité des « librairies indépendantes » était appréhendable à travers les usages et les perceptions des clients, dans la tension entre registre commercial et registre culturel de l'activité. Très vite cependant, un modèle d'analyse plus complexe est apparu au fil de nos investigations. Nous avons pu poser :

- que les librairies dans leur fonctionnement et leurs usages spécifiques dépassent ce double registre (commerce et culture), bien qu'il soit structurant, pour relever d'un lieu/projet ;
- que leur activité renvoie à des individus, initiateurs de ce lieu/projet qui le créent, le gèrent, le font évoluer ;
- qu'en tant que lieu/projet personnel, elles ne sont pas déconnectées d'un contexte social et surtout spatial, en l'occurrence d'un espace urbain.

Au cœur de cette structuration, apparaissait la nécessité de prendre en compte la spécificité du bien culturel au cœur de ce commerce : le livre. Le livre dans sa matérialité et ses contenus, le livre en tant qu'objet porteur lui-même de sens, de symboles et d'usages différenciés, le livre dans

sa diversité : du livre référence de littérature à la bande dessinée, du livre de cuisine au livre d'art, du livre pour enfant au traité de philosophie, du best-seller au dictionnaire... En bref, il s'agissait de prendre en compte un objet protéiforme et plastique, capable d'accueillir des usages et des sens sociaux imprévisibles.

Un triptyque analytique a été ainsi défini, entre usagers, libraires et territoires. Trois éléments en interaction continue, renvoyant à une tension simultanée entre culture et commerce : autour d'un « objet livre », des usages et des usagers ; une équipe initiatrice et gérante de la librairie, porteuse d'un projet ; en un lieu inscrit dans un espace plus large, un quartier, une ville, un territoire.

De ce dernier point de vue, la dimension urbaine apparaît comme une caractéristique majeure des librairies indépendantes. Librairie en ville, librairie d'une ville, ce rapport au contexte urbain est un élément essentiel à prendre en compte pour une analyse des usages des librairies. Cette spécificité territoriale est à double sens. En effet, comme pour n'importe quel domaine d'activité, si le cadre sociospatial intervient dans la définition et les usages des librairies, la librairie est aussi à appréhender comme un élément de construction à part entière du monde urbain.

Comprendre la place qu'occupent les librairies indépendantes sur un territoire, « ce qu'elles sont », les usages qui en découlent et qui les façonnent, c'est aussi poser les caractéristiques de cette relation au territoire. Autrement dit, il s'agit d'analyser la territorialisation des librairies, territorialisation étant entendu ici comme le processus qui consiste pour une librairie à s'implanter dans un territoire et à s'y construire un statut à travers les usages qu'elle génère.

Usages, usagers-clients et représentations des librairies indépendantes

Vous m'excuserez si je vous corrige, mais vous parlez tout le temps des « usagers ». C'est plutôt un terme qu'on utilise en bibliothèque, en librairie, on parle de « client » (...) Usager ? Ça fait un peu RATP je trouve, non ? (Libraire Folies d'Encre)

« Clients », « publics de la culture », les termes sont chargés de représentations et d'a priori. Afin de clarifier notre approche, le terme plus neutre « d'usager » est utilisé dans ce texte, ce qui n'est pas le cas sur le terrain. La notion d'usager est fréquemment rattachée au domaine du service public³ où il convient de parler de plus en plus d'« usager-client », voire d'« usager-client-citoyen⁴ ». Cette extension de la notion témoigne d'une apparition progressive au sein du service public, non pas d'une coupure brutale, mais de découpages fins entre l'État et le marché, entre la prestation de service individuel et la poursuite de finalités attachées à l'intérêt général⁵. Implicitement, la figure de l'usager suggère l'idée de service public culturel, notion que certains libraires rencontrés dans le cadre de cette enquête ont parfois mis en avant pour pointer la spécificité de leur commerce. Qui plus est, toute visite dans une librairie ne débouche pas forcément sur une transaction financière : tous les visiteurs ne sont pas nécessairement clients. Enfin, l'accent

mis sur les usages autorise une approche plus neutre qui évite notamment de classer *a priori* les individus dans des catégories sociales figées⁶.

Pour cette étude, une enquête de terrain a été menée sur cinq librairies et quatre territoires. D'emblée, le choix de la démarche a été qualitatif et non quantitatif. L'objectif consistait notamment à interroger la diversité des rôles et des usages des librairies et leur impact sur des territoires variés. Le corpus comprend en conséquence des librairies généralistes, mais de taille et d'aspect différents. Les types de projet (orientés plutôt vers le commercial ou plutôt vers le culturel), les générations auxquelles appartiennent les gérants et l'emplacement territorial sont également variés. Nous avons retenu : L'Atelier 9 (A9) dans un quartier parisien, Folies d'Encre (FdE) en proche banlieue parisienne, La Galerne (LG) au centre-ville du Havre et deux librairie-papeteries, Le Creux (LX) et Le Parchemin (PCh), dans la petite ville de Castelsarrasin. Il faut noter que notre enquête a volontairement été centrée sur les librairies généralistes, les librairies spécialisées, pourtant intéressantes, relevant pour leur part de problématiques par définition spécifiques.

Selon une terminologie de professionnels, il s'agit de librairies de niveau 1, mais chacune représente un segment différent allant de la « librairie A » à la « librairie C »⁷. Les deux librairies de Castelsarrasin sont des librairies-papeteries représentatives du niveau 2 même si elles attachent elles aussi de l'importance à une « posture littéraire ».

Les outils habituels de l'enquête qualitative ont été mobilisés pour cette étude : observations *in situ*, photographies, réalisation d'entretiens semi-directifs (environ 25 par site) auprès des différents publics et des personnes-clés (libraire, usagers, acteurs de la ville), analyse de documents divers (documents internes, statistiques sur le quartier, etc.), mais aussi questionnaires pour la vérification de certaines hypothèses.

Notes

¹ Voir : « Un label pour les librairies indépendantes? », entretien avec Benoît Yvert, Directeur du livre et de la lecture, <http://www.centrenationaldulivre.fr/?Un-label-pour-les-librairies>, 2010. ↑

² La presse se fait l'écho de ce genre d'inquiétude : « Les librairies indépendantes vont-elles disparaître? », *Ouest France*, 4 octobre 2006. Plus récemment, la fermeture de la librairie Oscar Hibou à Bordeaux, en 2010, suscite l'émoi dans le milieu et les articles sur la disparition ou, du moins, les difficultés des librairies, notamment face aux grandes surfaces commerciales. ↑

³ La première signification du terme « usager » entend : « Personne qui utilise un service (fréquemment un service public), qui emprunte habituellement un domaine, un lieu public. » Voir le *Trésor de la Langue française*. ↑

⁴ Bertrand de QUATREBARBES, *Usager ou client? Marketing et qualité dans les services publics*, Les Éditions d'organisation, 1996. Bertrand de QUATREBARBES, *La participation des usagers/clients/citoyens au Service public*, France Qualité Publique, La Documentation française, 2004. ↑

⁵ Gilles JEANNOT, *Les usagers du service public*, PUF, 1998. ↑

⁶ Bernard LAHIRE, *L'Homme pluriel : les ressorts de l'action*, Nathan, Essais & Recherches, Paris, 1998. ↑

⁷ Voir pour cette segmentation l'étude *Situation économique de la librairie indépendante*.

Notons par ailleurs que le terme de « niveau » de librairies vient de la segmentation des clientèles opérée par les entreprises de diffusion. Cette segmentation distingue :

– le 1^{er} niveau, qui désigne, selon les maisons, les 700 à 1 300 clients les plus importants (librairies et grandes surfaces culturelles), soit en termes quantitatifs (chiffre d'affaires réalisé avec les éditeurs diffusés), soit en termes qualitatifs (capacité du libraire à « lancer » un titre, travail sur le fond des éditeurs diffusés, etc.) ;

– le 2^e niveau (4 000 à 12 000 points de vente selon les diffuseurs), qui regroupe les petits points de vente de proximité ;

– les hypermarchés (environ 1 000), qui bénéficient d'une équipe spécifique de représentants ou d'une structure dédiée.

Plus récemment, on a vu apparaître le terme de « 3^e niveau » pour désigner les très petits points de vente et les points de vente occasionnels qui n'ont pas de compte ouvert chez les distributeurs et s'approvisionnent, comme les magasins populaires et la majorité des 1 800 supermarchés vendant « du livre », auprès de grossistes ou des agences régionales des distributeurs.

Voir Hervé RENARD, « Situation économique de la librairie indépendante », Ipsos Culture et Observatoire de l'économie du livre, mars 2007.

http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Etude_economique_librairies_30mars2007.pdf ↑

Première partie

Du lieu projet aux usages du livre en librairie

De la spécificité des librairies indépendantes

À première vue, les librairies indépendantes présentent des caractéristiques physiques qui permettent de les distinguer des autres points de vente du livre. La taille tout d'abord : elles disposent en général d'une surface de vente moins importante que celle des grandes surfaces culturelles ou des hypermarchés, mais souvent plus étendue que celle d'un Relay-Hachette ; cette règle souffre néanmoins de nombreuses exceptions (que l'on pense par exemple aux vastes espaces de Mollat à Bordeaux, ou de Sauramps à Montpellier). Le cadre ensuite : l'aménagement n'est pas standardisé, à l'image des chaînes culturelles, mais on y retrouve des constantes, par exemple la place de la caisse, presque systématiquement située à l'entrée, les tables de présentation où les livres sont mis à plat. La marchandise enfin : c'est un commerce relativement spécialisé, on y trouve en effet essentiellement des livres, parfois de la papeterie, des disques, des DVD, ou d'autres objets encore, mais pas de matériel HI-FI, électronique ou informatique. Par ailleurs, alors que l'offre des grandes surfaces culturelles est généraliste et relativement uniforme, celle des librairies indépendantes est beaucoup moins standardisée ; la politique du libraire en la matière est au cœur de son projet et c'est bien le choix de livre proposé qui qualifie la librairie¹.

Toutefois, la spécificité des librairies indépendantes relèverait peut-être moins d'un dispositif commercial ou de la défense d'une marchandise particulière, le livre, que d'une relation anthropologique à la ville et à ses territoires. Cette relation n'est pas intrinsèque aux librairies, elle se fonde largement sur le projet d'un acteur ou d'une équipe et se déploie dans un espace (la librairie) ainsi que dans un contexte géographique, un quartier, une ville. Lié à ce projet, trois éléments apparaissent comme fondamentaux : la « philosophie culturelle » des librairies indépendantes, la personnalisation de la relation client, le lien au territoire d'un(e) libraire et son implication dans une centralité commerciale urbaine. La présence simultanée de ces trois caractéristiques permet de distinguer les librairies indépendantes de la plupart des autres lieux de vente de livres.

En effet, à l'inverse des librairies indépendantes, les hyper- et supermarchés qui vendent des livres, implantés en périphérie urbaine, ne partagent pas tout à fait ce lien au territoire. La personnalisation de la relation client est beaucoup moins présente dans les chaînes de librairies (Relay) et autres maisons de la presse, situées dans les gares, par exemple. Quant à la « philosophie culturelle », elle ne concerne aucune de ces deux catégories de points de vente. Cependant, de grandes chaînes culturelles sont porteuses simultanément des trois caractéristiques des librairies indépendantes : principalement la Fnac, dans une moindre mesure Virgin. Ces grandes enseignes affirment une « philosophie culturelle », veulent agiter des idées et défendre le livre. De même, elles affirment une qualité de service et, dans une certaine mesure, une personnalisation de l'offre. Enfin, elles occupent les centres-villes de manière encore plus forte que les librairies relativement « modestes » de notre échantillon. On remarquera, en revanche, que ce qui caractérise les librairies indépendantes dans leur relation au territoire, c'est bien l'affirmation de la présence du livre dans la ville à travers la vitrine et les mises en scène thématiques qu'elle permet. À ce titre, les librairies indépendantes sont sans doute les espaces qui assurent au livre la meilleure visibilité.

Reste que les caractéristiques distinctives des librairies indépendantes peuvent être partagées peu ou prou par d'autres acteurs de la vente de livres. Pour saisir leur spécificité, il convient de les étudier *in situ*, de manière qualitative.

La philosophie culturelle des librairies indépendantes

Lors de nos premiers entretiens avec les professionnels des librairies indépendantes, une double logique est apparue, de manière récurrente, comme un trait caractéristique : logique commerciale et logique culturelle étaient associées de manière incertaine.

Objet de critique ou d'omission, surtout lorsque le libraire est en début de carrière, la problématique commerciale finit en général par s'imposer comme une nécessité. La dimension culturelle, à l'inverse, est toujours valorisée de manière distinctive par rapport à des « marchands de livre », et parfois en tant que stratégie commerciale. Le fait de revendiquer une logique culturelle forte permet de différencier la librairie indépendante aussi bien des grandes surfaces spécialisées ou des hypermarchés que des maisons de presse. Cette logique distinctive n'est pas liée uniquement à la dimension culturelle de la librairie. Au-delà des discours, le positionnement des libraires s'appuie sur des compétences spécifiques et sur un savoir-faire. Cependant, les compétences commerciales vont s'alimenter parfois dans un savoir intellectuel, une « culture cultivée » distinctive, mobilisée par les libraires.

La logique distinctive se fonde aussi sur la stratégie mise en œuvre par le libraire indépendant pour faire face aux contraintes économiques qui s'exercent actuellement sur les « mondes du livre² ». Cette stratégie est constitutive d'un savoir-faire parce qu'elle implique des choix critiques motivés. Alors que « certains détaillants du livre se contentent de suivre les choix éditoriaux de quelques éditeurs parmi ceux dont la réussite économique est la plus importante », d'autres « pèsent de tout le poids qu'ils peuvent sur la diffusion de la création littéraire et du champ du savoir en sélectionnant scrupuleusement les ouvrages qu'ils proposent à leur clientèle ou en s'efforçant de promouvoir un maximum de livres à la fois³ ».

En résumé, un choix de fonctionnement, aux fortes implications économiques, s'articule à un rapport au livre fondé sur sa valorisation *a priori*. Il s'agit de valoriser le livre en général, mais très souvent, spécifiquement, la création. Le livre n'est pas considéré comme un objet de consommation ordinaire, mais comme une œuvre de l'esprit, porteuse d'un contenu créatif et intellectuel. Des enjeux de distinction sociale et identitaire, au sens de Pierre Bourdieu, se combinent ici. Les pratiques liées au livre, comme toutes les pratiques symboliques, mobilisent des *habitus* considérés comme inégalement légitimes, aussi bien par les lecteurs que par les libraires. Les actions de valorisation peuvent néanmoins ne pas se limiter aux genres classiquement reconnus, concerner par exemple les bandes dessinées ou les romans policiers : ce qui importe c'est le traitement personnel du genre effectué par le libraire, ses choix de livres « avant-gardistes » ou décalés, la défense de certains auteurs, un positionnement sur la « rareté » et la « qualité ».

Ces différentes dimensions, valorisation de la culture (légitime ou non), compétences culturelles de vente, attachement identitaire au livre, construisent une « philosophie culturelle », qui implique une adhésion à un système de

valeurs et de hiérarchisation entre des ouvrages que l'on estime dotés de valeur et d'autres non. Autrement dit, la valorisation du livre s'effectue dans un contexte de rapports de forces et de luttes de légitimité. Ainsi, les libraires indépendants ont toujours des livres à défendre. Ils s'engagent autant pour des auteurs peu connus que pour des genres littéraires émergents ou en instance de légitimation. Les bandes dessinées ou la littérature pour enfants comptent ainsi de fervents défenseurs parmi les libraires français.

La notion de « librairie culturelle », définie sur la base de la défense du livre, des auteurs et/ou de certains styles littéraires, peut donc être mobilisée pour situer les acteurs des librairies indépendantes. Tout libraire, quel qu'il soit, se positionne en distinction, en opposition ou en proximité par rapport à une activité de simple commerçant. Le libraire indépendant se distingue ainsi du simple vendeur de livres selon une échelle de valeurs, en affirmant plus ou moins la dimension culturelle de son activité. Ses compétences spécifiques se déclinent à partir d'un lien direct et sensible avec le livre, un attachement à l'objet, à la lecture, au champ littéraire ou au genre valorisé. Il s'agit bien là d'une compétence culturelle⁴.

Compétences transversales et personnalisation de la « relation client »

Le libraire indépendant assure non seulement l'accueil et les commandes des clients, mais aussi et surtout le conseil et la recherche bibliographique. Il ne se contente pas de présenter les dernières nouveautés, il organise les livres autour de thématiques, soigne le décor pour valoriser les ouvrages et s'efforce souvent de créer un lieu avec une atmosphère particulière. Il peut également déployer des efforts considérables pour organiser des animations sous forme de rencontres d'auteurs et de dédicaces, de débats et d'événements divers. La force de ces activités distinctives de conseil et de valorisation provient de son attachement personnel au livre et aux mondes du livre.

En somme, la posture du libraire implique qu'il joue un rôle d'intermédiaire entre un auteur et des lecteurs en s'investissant personnellement. En librairie indépendante, plus que dans d'autres commerces, le « coup de cœur » du libraire ne doit pas paraître accessoire. Le libraire doit être prêt à le défendre auprès des clients. Cette posture peut être apparentée à celle d'un médiateur culturel.

Les libraires indépendants ne se contentent pas du rôle passif d'intermédiaire commercial entre éditeurs et acheteurs mais revendiquent souvent un rôle actif dans le secteur culturel par la constitution d'un fonds d'ouvrages « de qualité », parfois difficile d'accès ou rares et en développant un réel service au client. Ils sont ainsi en recherche d'un équilibre paradoxal entre la position de commerçant et le caractère culturel de la marchandise vendue.

Un patron, une personnalité, un territoire

Les grandes surfaces culturelles peuvent revendiquer une posture similaire. La différence avec les librairies indépendantes, cependant, est d'ordre qualitatif. Pour comprendre ce qui les distingue, il faut considérer à la fois un effet d'échelle et un effet humain ou anthropologique : la particularité du commerce indépendant tient à sa taille humaine, dans tous les sens de cette expression. Les libraires dans ce domaine relèvent par conséquent du modèle traditionnel des travailleurs indépendants, des détaillants qui

s'installent à leur compte, et de cette double définition négative : ni grand ni salarié (du moins dans la majorité des cas). Un modèle que les aspirations et pratiques du passé continuent à imprégner, même s'il est contraint de s'adapter aux mouvements de modernisation.

Ainsi, la personnalisation de la relation à la librairie ne relève pas uniquement du service ou du conseil d'achat. Elle tient surtout à la personne du libraire en tant qu'individu à l'identité reconnaissable et affirmée et, simultanément, à celle du client, susceptible, lui aussi, d'être connu et reconnu dans la librairie : on sait qui l'on sert, par qui l'on est servi, et l'on peut parler, échanger bien d'autres choses que des livres.

Cette distinction qualitative semble difficilement reproductible par le commerce de masse, essentiellement pour des raisons d'échelle, de volume d'activité, et de « turnover » des personnels. C'est aussi une question d'implication personnelle des libraires. La personnalisation des librairies indépendantes est souvent liée à des « identités fortes » et à la relation entretenue dans le temps par les libraires au contexte local, à la ville et à son histoire. Le libraire est connu de plus ou moins longue date et bien souvent il habite le quartier ou la ville. Mais de nombreux usagers sont eux aussi dans ce cas. Ils viennent chez « leur libraire », dans leur librairie de quartier, selon un mode de proximité spatiale et surtout sociale. Les usages d'une librairie indépendante dans une ville apparaissent ainsi fortement liés à la durée de l'installation du libraire et à sa participation à la vie locale. Le fait qu'un libraire exerce son activité depuis longtemps dans la ville et qu'il participe fortement aux réseaux locaux et extra-locaux, augmenterait d'autant l'accessibilité de la librairie, autrement dit sa capacité à faire sens dans la ville et à s'intégrer dans les parcours et les pratiques des citoyens⁵.

La librairie comme cadre d'action pour les usagers est ainsi construite pour une large part par le libraire qui réalise un projet singulier, lui donne corps en l'implantant concrètement sur un territoire, dans le territoire faudrait-il dire. « Une personnalité, une équipe, pour un projet » est l'un des traits caractéristiques des librairies indépendantes. En accentuant la dimension culturelle de leur projet ou, au contraire, sa dimension commerciale, les libraires construisent une action chaque fois originale sur le territoire.

De la rencontre des librairies avec un territoire

Dans presque tous les cas étudiés ici, la posture culturelle et commerciale se combine toujours avec un « engagement local », c'est-à-dire avec un intérêt pour le quartier d'élection du libraire et pour la ville dans son ensemble. Cet intérêt se manifeste d'abord par un discours, mais se double d'actions dans la librairie et parfois en dehors, « hors les murs ».

Tous les libraires développent ainsi un discours sur leur quartier ou leur ville, par rapport auxquels ils définissent aussi leur activité. Le territoire d'installation n'est pas neutre. Il est intégré à la logique du projet de librairie dans sa globalité, autant qu'à la posture de vente, tout en étant articulé à la logique culturelle. En retour, la librairie vient influencer par sa présence et son activité le quartier où elle est installée, et elle participe de sa qualification et de son développement.

Les libraires de FdE (Folies d'Encre à Montreuil) et de LG (La Galerie au Havre) font partie de cette catégorie de professionnels fortement investis

dans un engagement local et culturel, ayant adopté une posture qui définit une place « forte » pour les librairies. Ces librairies existent depuis presque trois décennies. Cette temporalité longue, combinée avec une activité qui va en se diversifiant, favorise, nous l'avons vu, un ancrage sur un territoire.

Deux aspects de cette posture peuvent être dégagés :

- le libraire se positionne comme un *acteur de développement local*, au sens territorial, économique voire identitaire, ceci grâce à une implication forte dans le territoire d'implantation proche ;
- le libraire se revendique comme un *acteur culturel* engagé en faisant de sa librairie un lieu culturel à part entière dans la ville.

Le libraire acteur du développement local, défenseur du territoire

La posture spécifique du propriétaire de la librairie Folies d'Encre est ainsi liée dès le départ à une volonté explicite d'ancrage local, à un désir de s'impliquer dans la vie de la ville de Montreuil. Cette implication se fonde sur une relation identitaire personnelle à Montreuil.

J'ai cherché à être libraire et pour moi être libraire, c'était être libraire à Montreuil puisque je vivais à Montreuil, j'avais été au lycée à Montreuil, j'avais ma vie là.

Avec les moyens du bord, le libraire ouvre son premier magasin en reprenant le local d'une ancienne maroquinerie de 45 m², grâce à des ressources propres. L'ouverture de la librairie est le fruit d'une démarche de novice, de débrouille et de passion pour les livres, typique des conditions de création de librairies indépendantes à cette époque⁶. Dix ans plus tard, la librairie déménage dans une ancienne quincaillerie de 120 m² qui sera rapidement agrandie pour passer à 300 m², toujours dans la même rue piétonne et commerçante située près de la Croix-de-Chavaux, une des centralités urbaines de Montreuil. Suite à un deuxième déménagement, FdE occupe depuis 2003 un bâtiment neuf de même taille, que le propriétaire de Folies d'Encre a fait construire dans le complexe commercial situé à la sortie du métro Croix-de-Chavaux. La librairie dispose aujourd'hui d'environ 30 000 références et fonctionne avec une équipe de 11 personnes.

Les genres *a priori* peu légitimes, « marginaux » – polar, jeunesse, BD –, bénéficient d'un traitement privilégié depuis l'ouverture de la librairie selon la conviction du libraire que la création se trouverait tout autant dans ces genres considérés comme mineurs. Ils sont en résonance avec un sentiment d'appartenir à un « lieu mis au ban », appartenance que le libraire revendique, valorise, affiche comme un aspect de sa posture militante. Un militantisme territorial de banlieue pourrait-on dire, visant à défendre une ville « populaire⁷ », et ce, malgré l'arrivée récente de nouvelles populations appartenant aux professions intermédiaires et intellectuelles. Cette posture militante, identitaire et culturelle, se traduit pour partie dans les choix de livres mis en vente : les rayons de sciences humaines de FdE sont bien approvisionnés et spécialisés ; le client trouve des présentations de livres sur les luttes sociales, une étagère sur l'histoire anarchiste, etc. « À Montreuil, il y a une demande pour ce genre de livres, il y a un public », confirme le responsable du rayon. Ainsi, l'engagement personnel du libraire

qui s'enracine dans les remous idéologiques et gauchistes de l'après 68 à Montreuil correspond à une identité spécifique de la ville, et se trouve être en cohérence avec les impératifs commerciaux du métier.

Cette posture militante en faveur du développement du livre en banlieue est soutenue par une stratégie événementielle forte. Le propriétaire de FdE participe à des événements marquants : Fête de l'Humanité à la Courneuve, Festival de jazz de la Villette, à Paris. Il établit de nombreux partenariats et des collaborations avec les acteurs culturels de la ville et du département. Il participe également au développement de la profession et à l'implantation de librairies dans l'est parisien, à travers la constitution d'un « réseau de librairies indépendantes de création en Seine-Saint-Denis ». Certains de ses anciens collaborateurs ont ouvert d'autres librairies FdE : à Saint-Denis, aux Lilas, à Saint-Ouen, Aulnay-sous-Bois, Le Perreux-sur-Marne⁸.

Depuis l'ouverture de sa librairie, le libraire de FdE met ainsi en œuvre une véritable stratégie de conquête. À travers son récit, le devenir de FdE ressemble à une épopée, à la fois personnelle et territoriale. Un défi territorial qui consistait à ouvrir un espace dédié au livre dans une sorte de no man's land littéraire ou, tout au moins, une banlieue abandonnée par les mondes du livre. À ce propos, le libraire aime raconter cette anecdote : « À l'annonce du projet de l'ouverture d'une librairie à Montreuil », des éditeurs me disaient : « Mais est-ce qu'on lit à Montreuil ? », et je répondais : « Non, je vais faire une librairie de cons pour cons ».

Le libraire acteur culturel affirmé

L'inscription territoriale de La Galerne la distingue du cas de Montreuil. La place majeure acquise par cette librairie au Havre, dans un contexte urbain différent, est le fait du couple initiateur de la librairie, dont la posture n'est pas la même que celle du propriétaire de FdE. Dans des locaux imposants (1300 m²), la librairie affirme une ambition culturelle qui vise une population plutôt cultivée. Son histoire est celle de la maturation d'un projet centré sur le livre et la culture, une croissance vers un âge « adulte » qui revendique désormais « un certain goût pour le confort⁹ ».

Dès l'origine, le projet des propriétaires est d'ouvrir une librairie essentiellement dédiée aux arts et à la littérature :

En 82, on ne faisait quasiment que de la littérature et des beaux-arts, pas trop de sciences humaines, mais on avait tous les rayons quand même.

Une image de « culture cultivée » est recherchée et valorisée. Le choix du lieu d'installation – un petit local de 100 m² proche du « Volcan », la dernière Maison de la Culture ouverte en France dans le centre-ville du Havre – est en lui-même un acte culturel fort. Symboliquement et spatialement, le lieu se distingue de la ville tout en se positionnant en son centre. Dès son ouverture, la librairie fonctionne ainsi comme une attraction culturelle havraise.

Une autre différence avec le cas de Montreuil tient au parcours personnel du libraire et de sa femme. Ils sont étrangers au Havre, ont vécu successivement au Maroc, à Rouen et à Paris. Leur installation au Havre correspond

à un choix commercial, et non à un « militantisme territorial » à dimension identitaire. Cependant, le projet culturel de la librairie va s'ancrer dans la ville grâce à la collaboration avec différents acteurs locaux. En dehors du partenariat avec le Volcan, dans lequel LG organise des cafés littéraires, d'autres liens sont développés, notamment avec l'université. En 1990, LG s'associe avec un disquaire. Cette association préfigure le déménagement de la librairie dans un ancien cinéma à 200 mètres de l'emplacement initial. Sur les trois niveaux du nouveau local, le disquaire occupe le rez-de-chaussée et le premier. LG s'installe au sous-sol, et s'agrandit pour atteindre 400 m².

Puis, en s'inspirant notamment de modèles de librairies visitées à New York, les libraires s'installent dans un nouvel espace de 900 m², toujours au centre-ville. La surface s'agrandira encore grâce à l'adjonction d'un sous-sol et d'un espace dédié aux livres jeunesse. La librairie dispose aujourd'hui d'environ 75 000 références et d'une équipe de 33 employés. Elle occupe une place dominante sur le marché du livre local, en dépit de la présence d'une Fnac. Son « taux de notoriété », au sein d'une population havraise encore marquée par son passé ouvrier, s'élève à 95 %, selon les résultats d'une enquête réalisée par des étudiants de l'IUT métier du livre¹⁰.

La librairie fonctionne comme un véritable lieu culturel avec sa programmation hebdomadaire de débats et de rencontres, ses séances de dédicaces, et l'organisation annuelle de prix littéraires. À cette fin, elle dispose en particulier d'un café, situé au milieu de la librairie et transformé en espace de discussion à l'occasion de rencontres et de prix littéraires (prix des Embouquineurs, prix Océanes). LG est également très engagée dans des actions culturelles locales avec la ville, les écoles, les bibliothèques.

Distinction, valorisation culturelle et logique commerciale s'entremêlent ici pour définir une posture différente de celle de Montreuil, moins militante, moins politique. Le rapport à la ville est néanmoins très présent dans la démarche des libraires, dans la localisation centrale de la librairie, dans ses dimensions monumentales, ainsi que dans la logique d'ancrage dans les réseaux locaux.

La librairie commerce culturel ordinaire : faible ancrage territorial et affirmation professionnelle

Alors que l'affirmation territoriale est militante à Montreuil, que la posture culturelle est respectivement politique et distinctive à Folies d'Encre et à La Galerne, les autres cas étudiés relèvent de logiques de projet moins tranchées, plus relatives, bien que présentes. Il faut rappeler que l'ancrage territorial d'une librairie ne dépend pas uniquement de l'énergie dépensée par le libraire dans son projet, mais qu'il est également lié au contexte urbain dans lequel ce projet prend place. La force de l'ancrage local n'est donc pas proportionnelle à celle de l'engagement des libraires ; tous, du reste, se montrent très impliqués dans leur projet, du fait notamment des conditions économiques dans lesquelles ils exercent leur profession.

Ainsi, l'affirmation de la présence du livre, revendiquée à Montreuil, prend un sens plus relatif dans le centre de Paris, dans un contexte de surabondance de biens culturels. Elle aurait sa raison d'être dans la petite ville de Castelsarrasin, mais elle reste secondaire par rapport aux préoccupations économiques des deux libraires, récemment menacés par l'arrivée

d'un espace culturel Leclerc. De même, la logique culturelle distinctive mise en avant à La Galerne, bien que forte dans les cas de l'Atelier 9 prend moins d'importance dans le contexte parisien. La qualité de l'offre a plus à voir ici avec l'intérêt économique et commercial bien compris. Pour le dire autrement, alors qu'à Montreuil ou au Havre les registres culturels et urbains apparaissent majeurs dans la structuration du rapport à la ville, dans les autres cas, l'ensemble des registres, culturels, urbains, économiques et commerciaux, sont mobilisés de manière plus équilibrée et la préoccupation économique est plus importante pour des librairies dont le chiffre d'affaire est le plus bas.

L'Atelier 9 témoigne ainsi d'un engagement local plutôt faible. Les libraires, ainsi que la responsable, sont tous domiciliés hors du quartier et ne témoignent pas vraiment d'un attachement particulier au territoire. La propriétaire a repris la librairie où elle était précédemment employée. Il s'agissait donc d'une occasion professionnelle, non d'un acte politique ou identitaire par rapport au territoire. De même, l'implication culturelle, bien que forte, se fait davantage sur le mode professionnel et esthétique que dans une logique distinctive comme à La Galerne. Le souci du « professionnalisme » prime sur la posture de « l'amateur d'art et de culture » lisible à La Galerne.

L'Atelier 9 se situe dans le quartier animé et commerçant d'une rue du 9^e arrondissement à Paris, où l'offre culturelle est abondante. La librairie se veut modeste, en recherche d'une originalité discrète qui s'exprime notamment à travers le décor et la vitrine. L'Atelier 9 est une « jeune » librairie dont la création remonte à 12 ans. De taille moyenne – 90 m² de surface de vente avec 10 m² de réserve – elle dispose d'environ 13 500 références. Le changement de propriétaire s'est fait il y a 8 ans. L'enracinement territorial est donc moindre que celui de FdE ou de LG, deux librairies actives depuis plusieurs décennies, qui ont développé de longue date des collaborations, voire créé elles-mêmes des événements locaux.

Pour sa part, l'Atelier 9 n'accomplit pas de travail spécifique en direction des collectivités (écoles, bibliothèques, etc.). L'équipe revendique avant tout une posture « professionnelle », une compétence, et s'investit largement dans l'accueil et le conseil. Elle valorise également la créativité dans l'exposition des livres et l'organisation de l'espace de vente mais le rythme et la thématique des expositions sont fonction d'événements détachés de la vie du quartier. Malgré tout, cette librairie fonctionne essentiellement avec une clientèle d'habitueés ou de fidèles, dont les achats représentent, selon la propriétaire, 98 % du chiffre d'affaire. Or, la fidélité à Paris relève d'un véritable paradoxe.

On a une vraie clientèle fidèle... mais en fait, dans tous les quartiers de Paris, les gens ont l'habitude de faire trois pâtés de maisons et dans un sens, fidèle, ça veut tout dire et rien. Ils ne viennent pas seulement dans cette librairie, nos clients vont aussi aux librairies Place de Clichy, à la librairie des Abbesses. Voilà, ils font trois, quatre librairies, plus la Fnac éventuellement quand ils ont besoin de quelque chose tout de suite, mais partout dans Paris, il y a des vies de quartier et on a une clientèle de quartier, c'est-à-dire que

ce sont des habitués. On a peu de gens de passage. Après, on a les habitués qui travaillent dans le quartier et qui viennent à l'heure du déjeuner et les habitués qui y vivent. (Propriétaire de l'A 9)

L'absence de discours militant pour la culture ou le territoire ne signifie pas que ces préoccupations n'existent pas dans les projets des libraires de l'Atelier 9. Néanmoins, leur engagement dans les réseaux locaux ou dans les événements nationaux est plus faible. Le rapport à la population s'en trouve modifié ; en conséquence les usages mêmes de la librairie pourront être différents.

La librairie comme commerce à faible engagement culturel

La librairie Le Parchemin de Castelsarrasin est loin de revendiquer les fonctions culturelles ou la volonté de valorisation du livre que nous avons rencontrées à Montreuil ou au Havre. Le Parchemin se positionne principalement comme un espace commercial. Lorsque nous rencontrons le propriétaire, son discours se focalise sur les questions de rentabilité, ou plutôt de non-rentabilité, de l'activité commerciale que représente la vente de livre.

Le libraire n'est pas natif de Castelsarrasin. Il refuse catégoriquement de se laisser enregistrer pendant l'interview. La logique commerciale est au cœur de ce refus : il nous soupçonne d'être envoyés par les magasins Leclerc, qui doivent ouvrir prochainement un espace culturel à la sortie de la ville, concurrence redoutable selon lui. Néanmoins, il évoque rapidement sa logique commerciale : il nous explique que, d'une part, il ne pourrait pas rester ouvert s'il n'avait une autre librairie à Valence d'Agen, une commune située à une vingtaine de kilomètres ; d'autre part, son activité « papeterie et cadeau » prime pour lui sur la vente de livres. À regarder de plus près les rayons, il n'y a aucune stratégie culturelle distinctive dans la présentation des livres. L'accent est mis sur les best-sellers et sur des livres pour enfants à fort potentiel commercial. Une part importante de son chiffre d'affaire¹¹ provient de la vente de livres scolaires. La posture culturelle du propriétaire du Parchemin est ainsi très faible. De plus, il est peu présent physiquement dans la ville et dans sa librairie. Chez lui, nulle prise en compte de la ville comme ressort de son activité, si ce n'est un souci de la concurrence d'autant plus fort que la population est peu nombreuse. Comme si son projet ne se limitait qu'à la survie économique.

Le lien territorial n'est donc pas assuré par le libraire. C'est une autre personne, la vendeuse, qui assure une forme d'ancrage territorial, grâce à ses réseaux. À l'inverse du propriétaire, elle est présente en permanence dans la librairie et elle est originaire de Castelsarrasin. Son implication locale est d'ailleurs très forte.

Je connais tout le monde, les gens viennent pour me voir (...), je suis présidente de l'association de gymnastique et puis je connais aussi beaucoup de personnes de la municipalité, (...) le patron, c'est pour ça qu'il m'a embauchée.

La vendeuse a grandi à Castelsarrasin. Son discours, bien que moins militant, est parfois proche de celui du libraire de FdE. Elle affirme son

appartenance locale, mais sans faire de lien avec la culture. Elle connaît les temps sociaux importants d'une petite ville : le jour de marché, pour lequel elle refait la vitrine, le mercredi, jour des cadeaux d'anniversaire des enfants dont beaucoup sont amis des siens, la rentrée, avec les listes de livres scolaires qu'elle se procure dès le mois de juin, afin de préparer les ouvrages pour septembre. Les réseaux locaux qui gravitent autour du Parchemin et qui sont liés à la vendeuse ne sont pas non plus des réseaux culturels ou militants. Ce sont des réseaux sportifs (de gymnastes), des réseaux de mères de familles, des réseaux de la municipalité, ces rôles pouvant être cumulés dans une petite ville. C'est moins une fonction culturelle ou même commerciale qui attire au Parchemin, qu'une figure locale, une habitante, des modes d'interconnaissance localisés.

La librairie Lecreux, située à moins de 300 m du Parchemin procède d'un même mélange ordinaire des registres d'action. Ni militants ni profondément engagés pour le livre ou l'identité d'une ville, le couple qui gère la librairie est encore moins impliqué dans les réseaux locaux que le propriétaire du Parchemin. Ils sont arrivés au début des années 2000, forts de près de 30 ans d'expérience en librairie, et Castelsarrasin ne représente qu'une opportunité comme une autre dans leur parcours professionnel. Leur rapport à la ville et à la région relève d'un intérêt quasi touristique – sans qu'il faille donner à ce terme un sens péjoratif. Bien loin de revendiquer une appartenance identitaire locale, ils soulignent même durant les entretiens les difficultés d'insertion pour les nouveaux arrivants qu'ils sont. En revanche, et à l'inverse de la vendeuse du Parchemin qui s'est formée « sur le tas », le couple est sensibilisé à la littérature. À eux deux, ils lisent la plupart des ouvrages qu'ils reçoivent et ils dispensent des conseils en fonction de ces lectures. Celles-ci ne visent pas une quelconque distinction sociale. Les libraires savent au contraire valoriser des livres « grand public », du best-seller à l'ouvrage gastronomique, en passant par le guide touristique et le classique scolaire.

Les postures qui se dessinent chez les libraires rencontrés s'avèrent également très marquées par une appartenance générationnelle et par les événements historiques liés à ces classes d'âge¹². L'histoire générale de la librairie est partie prenante de ces événements. Les librairies indépendantes, quant à elles, en sont plus ou moins imprégnées, en fonction de l'engagement culturel et professionnel de leur gérant.

Il faut retenir de ces projets de librairie la diversité de registres mobilisés pour les construire. Ces registres sont présents dans tous les cas étudiés ici, mais en proportion et surtout en intensité variables : de la force de l'engagement pour la culture à Montreuil et au Havre, à l'enjeu de survie commerciale à Castelsarrasin ; de la défense militante du livre à sa simple vente ; du rapport identitaire au territoire à Montreuil au territoire comme simple support d'activité dans le 9^e arrondissement de Paris ; de l'implication du libraire à connotation politique dans les réseaux de Montreuil à une recherche de notabilité et de légitimité dans les réseaux culturels du Havre, en passant par la posture de l'étranger des Lecreux à Castelsarrasin, dont la librairie constitue une sorte d'îlot livresque dans la ville. Culture, commerce,

ville, les registres sont récurrents, mais toujours articulés et mobilisés de manière originale, chacun en intensité variable, pour définir autour du livre un projet à dimension territoriale.

Modalités d'usage des librairies indépendantes : essai de typologie

À la diversité facilement observable des projets de librairies indépendantes répondent la diversité des types de clients qui les fréquentent et celle des différents usages dont ils sont porteurs. Il ne faut toutefois pas oublier que d'autres paramètres entrent en ligne de compte sur ces questions, en particulier la taille de la librairie et l'environnement concurrentiel où elles se trouvent. Dans tout établissement commercial, le volume des surfaces de ventes induit en effet des comportements différents chez les consommateurs. Une petite librairie, qui ne peut pas garantir une certaine forme d'anonymat, sursélectionne de fait sa clientèle : il y a ceux qui osent entrer et s'afficher aux regards des autres, et ceux qui n'osent pas ou plus simplement ne le souhaitent pas. On observe en la matière des effets de seuil qui sont redoublés sans doute par les caractéristiques du territoire (à surface commerciale égale, l'anonymat est plus aisé dans le 9^e arrondissement de Paris qu'à Castelsarrasin). La présence ou l'absence d'autres points de vente de livres facilement accessibles a par ailleurs des incidences sur la fréquentation d'une librairie : on choisit ou on est plus ou moins contraint d'y faire ses achats.

Cependant, quel que soit le cas de figure, les usages des librairies sont avant tout essentiellement liés au rapport que les personnes qui les fréquentent entretiennent avec le livre et la lecture, ceci, comme on le verra, que l'on soit lecteur ou non¹³. Sachant que ce rapport à la lecture fait lui aussi l'objet de grandes variations en fonction des individus et que différentes formes de lecture coexistent chez un même lecteur, on peut rencontrer par conséquent diverses modalités d'usages de la librairie chez une même personne. Dans cette tentative de typologie produite sur la base de notre enquête qualitative de terrain, on évoquera ici une fonction d'approvisionnement, une fonction d'expérience, une fonction de cabinet de lecture, une fonction sociale, une fonction protectrice et une fonction de ressourcement culturel.

Fonction d'approvisionnement : des usages pragmatiques

La librairie est un lieu d'approvisionnement en livres et autres imprimés (revues, bandes dessinées, etc.), c'est sa première fonction, la plus évidente. Pour certains profils d'usagers que nous qualifierons de « pragmatiques », elle n'a d'ailleurs pas d'autre utilité. Il s'agit en général de lecteurs occasionnels qui ont surtout des besoins utilitaires, voire de personnes elles-mêmes non-lectrices qui viennent acheter pour autrui : par exemple, des livres scolaires ou des cadeaux. Ce type d'acheteurs non-lecteurs est bien connu des libraires, qui associent souvent leur venue à des périodes de vente spécifiques telle que la rentrée scolaire, les fêtes de fin d'année, ou encore « l'achat cadeau » du mercredi après-midi, très important par exemple à Castelsarrasin. Ne faisant pas partie de ce que l'on pourrait appeler le noyau dur de la clientèle – les clients les plus réguliers –, ils peuvent être considérés comme un signe de réussite de la librairie en termes d'enracinement et de rayonnement.

Je viens à la librairie quand je cherche quelque chose de précis, un cadeau pour des enfants. Je ne sais pas exactement quel livre, mais un livre pour un cadeau. (Homme, 30 ans, architecte, FdE_A_5a)

Parmi les usagers pragmatiques rencontrés, certains fréquentent la librairie pour des besoins professionnels ou personnels très ciblés. On rencontre ainsi – cas relativement rare – des pragmatiques qui manifestent une certaine connaissance du paysage des librairies et qui ont recours à des librairies spécialisées ou à des grandes surfaces culturelles en fonction de leur besoin précis (pas forcément livresque). En ce cas ils n'hésiteront pas à parcourir une distance importante. Le Parchemin possède ainsi l'exclusivité de vente dans un rayon de 30 km de livres et d'objets à l'effigie d'un personnage très à la mode chez les enfants. Ces articles attirent un grand nombre de ces jeunes, qui viennent parfois de fort loin, seuls ou avec leurs parents, et ne fréquentent la librairie que pour cette unique raison.

Pour ces clients, cependant, l'accessibilité joue un rôle important : ils ont besoin d'un livre et vont se le procurer au point de vente le plus proche et/ou le mieux fourni en fonction de leur besoin, qu'il s'agisse d'un commerce de presse-papeterie ou d'une véritable librairie. Peu importe à leurs yeux, tant que le point de vente dispose du livre précis qu'ils cherchent. Le lecteur pragmatique est en général peu sensible à des éléments d'ambiance, de décor, encore moins de conseils puisqu'il sait ce qu'il cherche. Relativement indifférent au dispositif et au projet culturel du libraire, il entretient avec la librairie un rapport purement commercial qui ne diffère guère de celui qu'il aurait avec un autre type de magasin.

Fonction d'expérience du livre : un lieu d'exposition du livre (le « feuillettoir »)

Si certains usagers savent précisément ce qu'ils veulent en entrant dans la librairie, tous ne sont évidemment pas dans ce cas. On y vient également sans idée précise en tête et parfois même pour le simple plaisir de voir des livres. La librairie est faite pour ça : c'est un lieu d'exposition des livres. Ce comportement n'a donc rien de marginal. Ainsi, d'après une enquête réalisée en sortie de librairie par Livres-Hebdo-Ipsos en 2006 : « 58 % des clients affirment avoir poussé la porte avec l'intention d'acheter un livre précis, mais 42 % souhaitaient simplement flâner ou regarder des livres, quitte à se laisser tenter¹⁴ ».

Je viens très souvent, je n'achète pas nécessairement, je viens voir les bouquins, je feuillette les livres, si je peux j'achète, sinon j'attends, je regarde un peu ce qui est paru, si j'en ai entendu parler à la radio donc je regarde ce que ça vaut. (Femme, 50 ans, illustratrice de livres pour enfants, FdE_A_14b)

Ce que j'aime vraiment ici, c'est que l'on peut ouvrir et regarder les bouquins (...) On peut toucher, je dirais presque reniffler les livres! C'est fait pour ça! (Homme, 48 ans, infirmier psychiatrique, LG_18)

Pour le plaisir des livres. Le plaisir de l'œil. Comme une gourmande à la boulangerie. J'adore. (Femme, 30 ans, employée RATP, FdE_A_4c)

Voir des livres, c'est aussi les toucher, les manipuler, les feuilleter, les « goûter ». La librairie est par excellence l'espace dans lequel ce plaisir physique de manipuler l'objet livre est possible et souvent encouragé. Au-delà du simple plaisir tactile, la prise en main de l'ouvrage offre une première approche de son contenu et signale dans certains cas le savoir-faire du lecteur et son expertise : parcourir la 4^e de couverture, regarder le sommaire, lire l'accroche, etc. (il y a, comme on le voit tout un rituel de la manipulation des livres et des imprimés qui s'apprend et s'expérimente). Le livre, pour parler comme les économistes, est un bien d'expérience, il faut l'avoir consommé pour en connaître la valeur. L'une des fonctions de la librairie est bien d'offrir à ses usagers le moyen de limiter le risque d'être déçu par son achat : aux éditeurs la librairie fournit un espace d'exposition, aux lecteurs un service de mise à disposition et surtout d'appariement qui réduit l'incertitude inhérente à l'achat d'un bien d'expérience¹⁵.

Lieu d'exposition du livre, et notamment des nouveautés qui se succèdent en France à un rythme soutenu, la librairie est de fait un lieu de déambulation et de tentation. C'est un lieu de découverte, on musarde, on explore, on y trouve ce qu'on ne cherche pas. Il arrive également qu'on ne trouve pas ce qu'on cherche, comme dans les bibliothèques, c'est donc un lieu propice à la sérendipité au sens où l'entend Philippe Quéau (« l'art de trouver ce qu'on ne cherche pas, en cherchant ce qu'on ne trouve pas »), ce qui est peut-être une caractéristique forte pour certains :

Paradoxalement, j'y vais pas quand je cherche un livre particulier, quand je cherche un livre en particulier, en ce moment, je me sers d'Internet. (Femme, 43 ans, en reconversion métier TS, FdE,_A_19)

20

Du lieu projet aux usages
du livre en librairie

Le défaut des librairies indépendantes, comme le sous-entend l'extrait d'entretien qui précède, est qu'elles n'offrent en général qu'un choix de livres limité, ce qui peut décourager certains types de lecteurs qui préféreront alors se tourner vers les grandes surfaces culturelles, les librairies très spécialisées, pour ceux qui les connaissent, ou Internet.

Ça m'arrive d'aller à la Fnac, quand on cherche un truc d'urgence et qu'on ne le trouve pas là, c'est que c'est nulle part, on a tendance à aller à la Fnac. C'est bête comme réflexe, mais on ne peut pas tout avoir ici. (Homme, 52 ans, directeur de production cinéma, A9_17)

À l'inverse, l'avantage des petites librairies généralistes est que leur offre est beaucoup plus facile à maîtriser. Ce sont des lieux où l'on peut échapper à « l'embarras du choix¹⁶ », au malaise que provoque, dans les grandes librairies ou les bibliothèques en libre accès, l'abondance des ouvrages proposés. Une des fonctions importantes de la librairie indépendante généraliste consiste en effet à opérer une sélection – très personnelle et/ou ajustée à leur clientèle – dans une production pléthorique. Pour l'usager, ce travail de réduction de l'offre représente en réalité un gain de temps et une garantie, s'il fait confiance au choix effectué par son libraire.

Je voulais dire aussi qu'être dans les grandes librairies, ça m'emmerde. On est souvent obligé de demander où sont les choses, c'est toujours un peu délicat, on perd du temps, etc. Et puis pour rien te cacher, ça file le tournis et des complexes « merde, ce que je devrais lire encore, etc. », donc voilà. (Homme, 58 ans, Enseignant chercheur en sociologie, FdE_A_18)

L'offre qui est personnalisée. Par exemple, il y a des produits qui sont mis en avant, par exemple curiosité, coup de cœur. Dans le rayon livre il y a par exemple une offre qui est de qualité, qui est moins généraliste que chez Virgin justement. (Femme, 34 ans, sociologue, A9_2)

Étant un lieu reconnu d'exposition du livre, et notamment du livre de jeunesse, la librairie peut servir d'espace de socialisation des enfants à la lecture et à ses supports. Cette fonction est en effet apparue à plusieurs reprises dans nos entretiens et elle mérite d'être signalée ici.

Fonction cabinet de lecture : un lieu où on lit

Comme on vient de l'entrevoir, la manipulation des livres suppose assez systématiquement des pratiques de lecture plus ou moins longues au sein même des librairies. Cette fonction est protéiforme puisqu'elle va de la simple lecture « d'amorce », de prélèvement, jusqu'à la lecture intégrale dans certains cas, notamment quand les ouvrages sont courts ou faciles à segmenter ; raison pour laquelle les BD et albums jeunesse se prêtent particulièrement bien à ce type d'usage à Folies d'Encre, comme nos observations nous l'ont montré. Au-delà de cette fonction de cabinet de lecture moderne, nos enquêtes de terrain auront permis de vérifier également que certains usagers utilisent la librairie comme une bibliothèque : ils consultent, par exemple, des guides de voyages pour y relever des adresses, ou encore des documentaires pour un exposé scolaire. Ces pratiques de consommation sur place supposent toutefois une forme d'assurance personnelle qui peut être plus ou moins confortée par le dispositif (sa taille notamment) et par le degré de tolérance des libraires (celle-ci étant semble-t-il de plus en plus grande dans les librairies contemporaines). La mise à disposition de canapés à La Galerne invite ainsi clairement à la pause lecture.

Je trouve que La Galerne a tout compris en laissant les gens lire parce que, moi, j'achète quasiment rien sans avoir au moins feuilleté avant, donc le fait qu'il y ait pas de flicage de gens qui lisent sur place, c'est vraiment agréable. Et puis ils sont rapidement à jour, le service est très bon. Et le fait de s'asseoir... (Femme, 27 ans, RH, LG_7)

J'aime bien qu'on puisse lire ici, c'est agréable, j'aime bien la disposition des livres, qu'ils sont à disposition, les gens sont gentils, ils nous laissent lire, quand on a besoin d'un livre ils vont le chercher. (Collégien, 12 ans, FdE_A_1c)

C'est beaucoup mieux maintenant. C'est plus attractif, mieux présenté, déco sympathique dans des lieux chaleureux, on vous laisse lire, on

a l'impression qu'on peut lire sans être dérangé ce qui était autrefois moyennement toléré. J'ai passé une demi-heure sur un bouquin tout à l'heure on m'a rien dit. C'est dix fois plus chaleureux qu'avant. Avant, ça ressemblait un peu à des bibliothèques, maintenant ça ressemble à des lieux d'accueil. (Femme, 55 ans, psychiatre A9_19)

L'image du cabinet de lecture – rappelant les dispositifs qui ont fait florès au XVIII^e et XIX^e siècles¹⁷ – permet par ailleurs d'insister sur le fait que les librairies sont à la fois des lieux de lecture et de déambulation silencieuse, mais aussi des lieux de parole. Cette dimension a en effet souvent été mise en avant au cours des entretiens : il était alors question des débats ou animations organisés parfois sur place (lectures à haute voix, etc.), ou encore des échanges spontanés pouvant avoir lieu avec les libraires ou les autres clients (sur les livres, la lecture, et les goûts en la matière). On retrouve ici des usages typiques de la sociabilité littéraire – le débat autour des choses lues, l'exposition des goûts et des valeurs livresques – telle qu'elle pouvait s'exprimer autrefois dans les salons littéraires et les cabinets de lecture qui étaient aussi des lieux de partage d'idées ; il faut signaler que c'est souvent à l'occasion de la mise en avant de ces manifestations orales dans un lieu dédié à l'écrit que certaines personnes interviewées ont comparé les librairies indépendantes (vivantes, sonores, animées) avec les bibliothèques publiques (espaces normés, lieux de silence et d'immobilité).

Alors pour vous, une librairie est un commerce ?

— Un commerce ? Surtout un endroit pour discuter de ses lectures. À Fécamp, ils ont organisé quelques rencontres, où l'on découvre des auteurs, on rencontre des gens.

Et avec vos amis ?

— Si, si, on se donne des conseils. Il y a quelques années, Didier Daeninckx est venu sur Fécamp, on était tous là parce qu'il faisait une lecture, après on a pu discuter avec lui. Donc ce n'est pas finalement qu'un commerce. (Homme, 37 ans, professeur de sérigraphie, LG_A_14)

Vous allez à la bibliothèque ?

— Oui, mais je trouve ça trop calme. J'aime bien qu'il y ait du mouvement, que ça vive un peu. La bibliothèque, j'y vais plus pour les études. Ici on vient pour notre plaisir. On nous impose pas... Que la bibliothèque, il y a tout de suite ce côté éducation, il faut travailler. (Femme, 22 ans, serveuse, LG_6)

22

Du lieu projet aux usages
du livre en librairie

Fonction sociale : un lieu de sociabilité

S'il est évident pour le plus grand nombre que la librairie est un lieu d'approvisionnement, d'exposition et d'expérience des livres et des imprimés (donc un lieu de socialisation aux mondes du livre), il est sans doute moins intuitif de dire qu'elle est aussi, en soi et à part entière, un lieu de socialisation (un espace de socialisation ou sociabilité qui permet le contact avec d'autres personnes). En tant qu'espace public culturel essentiellement tourné vers la lecture, voire certains types particuliers de lectures en fonction des

établissements, la librairie est fréquentée par des amateurs de livres, de littérature, de romans policiers ou d'ouvrages de philosophie, etc. La fréquenter, c'est se donner la possibilité d'être au contact (sans nécessairement d'entrer en contact avec...) de personnes qui sont porteuses de ces qualités. Pour certains, la clientèle d'une librairie tient lieu de communauté de référence : amateurs de poésie, de romans policiers américains, nordiques ou français, etc.

C'est un lieu de rencontres, un peu fortuites, c'est vrai mais on peut s'y donner rendez-vous. Cela m'arrive souvent. Et parfois sans se donner rendez-vous, on rencontre des gens aussi. C'est une petite ville, mais c'est surtout un lieu stratégique que tout le monde connaît ! Il y a très peu de librairies, et tout le monde vient ici. (Femme, 47 ans, infirmière de nuit, LG_17)

Cette fonction non utilitaire au sens premier, à la différence de l'usage pragmatique évoqué plus haut, est également observable dans les bibliothèques où elle a notamment été signalée pour des retraités, par exemple, exposés à une existence solitaire ou encore pour des étudiants ayant besoin de s'immerger dans la foule pour travailler efficacement. Elle contribue à faire de la librairie un espace social important pour les gros lecteurs dans lequel ils peuvent se trouver en territoire familier, se « montrer », et profiter de la présence des autres, mêmes s'ils sont dans un quartier, une ville ou pourquoi pas un pays qui leur est étranger. La librairie, en particulier la librairie indépendante qui tend à sursélectionner ses publics, est donc un lieu ressource – une institution du livre – permettant d'objectiver un certain type de rapport aux livres et aux amateurs de lecture que de nombreux lecteurs, que l'on pourrait qualifier ici de passionnés, entretiennent et valorisent.

23

Du lieu projet aux usages
du livre en librairie

L'idéal pour moi c'est le libraire passionné, qui est capable de s'enflammer sur un bouquin pour te dire « ça c'est génial », même dans l'excès à la limite. J'ai connu ça à Avignon, c'est un homme qui avait énormément d'écoute, de connaissance. La librairie est dans une toute petite rue piétonne avec des gros pavés. La librairie de la rue de la Roquette aussi, il faisait tout le temps venir les auteurs et faisait des trucs et il parlait des livres. (Femme, 43 ans, assistante sociale, FdE)

Dans l'ordre des fonctions sociales de la librairie, on doit signaler également d'autres fonctions symboliques importantes sur lesquelles on reviendra un peu plus longuement dans la seconde partie de cette synthèse. Il est question ici des usages militants qui consistent à fréquenter les librairies indépendantes pour « témoigner » de quelque chose. Il peut s'agir d'un militantisme idéologique ou politique, dans le cas des librairies engagées, ou plus simplement d'un militantisme « culturel », tout aussi idéologique, dans le cas par exemple où la fréquentation et surtout l'achat en librairie indépendante sont donnés à voir comme des signes de résistance à la vente du livre en grande surface (GSA ou GSS). La fréquentation plus ou moins assidue de la librairie est alors vécue comme une marque de soutien actif à un type de commerce que l'on ne veut pas voir disparaître du paysage local.

Fonction protectrice : un lieu de pause ou de repli

Au fil des entretiens, les librairies apparaissent également comme des espaces à la fois physiques et immatériels propices au repli. Elles constituent de fait des endroits semi-ouverts particulièrement stratégiques en ville – et somme toute assez rares – qui permettent de se « poser » temporairement dans un contexte agréable et serein, du moins pour ceux qui aiment ce type d’environnement. Dans ce cas, c’est plutôt l’aspect calme des lieux qui est cette fois mis en avant, mais aussi bien sûr l’environnement livresque, textuel, littéraire, qui facilite la méditation et la rêverie.

L’invitation à s’installer, à se poser, on a le temps. C’est convivial. Ce n’est pas le royaume du « tu paies, tu sors ». La BD. (...)

Qu’est ce que vous appelez convivial ?

— Il y a de la place pour deux sur les sofas. Pas pour un, mais pour deux. Le fait qu’on soit invités à se poser, on peut le faire à deux.

Et vous venez souvent à plusieurs ?

— Peu souvent, mais quand ça m’arrive oui, je m’installe avec quelqu’un. J’aime que ce soit possible.

Il n’y a pas trop de place justement, pour que cela soit convivial ?

— Non, justement, il n’y a jamais trop de place. Au contraire, c’est aéré, on peut respirer, personne ne se saute dessus. J’ai connu le lieu autrefois quand c’était tout petit, on était entassés. Pour moi, c’était moins convivial avant. Je me sentais étouffée, en sous-sol, sans ouverture vers l’extérieur. Maintenant, c’est généreux. (Femme, 33 ans, ingénieure territoriale, LG_A_11)

L’extrait qui précède montre à nouveau ici que la taille de la librairie entre évidemment en ligne de compte pour autoriser la pause plus ou moins longue sur place. Les témoignages recueillis évoquent en filigrane un espace protecteur, quasi matriciel, qui serait susceptible de préserver le visiteur du monde extérieur, du bruit ambiant et de l’agitation urbaine : tout, pour le coup, sauf un lieu marchand désincarné, froid et impersonnel. Repli ne sous-entend toutefois pas enfermement (même si la métaphore de l’île ou celle de la bulle ont souvent été utilisées par nos interlocuteurs), puisque beaucoup précisent en effet que la librairie est une porte qui ouvre sur d’autres horizons ou tout simplement un état de méditation intérieure.

C’est un peu un poumon, une porte sur le reste du monde. (Femme, 33 ans, ingénieure territoriale, LG_A_11)

Que signifient les librairies pour toi, dans ta ville ?

— Ça ouvre l’horizon, ça enrichit ta vie, ça t’amène hors de ta vie, c’est aussi un réservoir où tu peux un peu t’échapper de la réalité, et aussi rentrer en contact avec certains aspect de la réalité. (Femme, 32 ans, suédoise, en thèse de doctorat, A9_7)

Qu’est-ce que représente pour vous cette librairie ?

— Un endroit de culture, assez relaxant. L’ambiance est calme et avoir des livres partout, c’est relaxant. J’ai l’impression d’être coupée

du monde, car quand je viens ici, je reste pas mal de temps, je suis toujours lente quand je choisis quelque chose, j'aime bien prendre mon temps, comme dans une bulle. (Lycéenne, 16 ans, LG_3)

La preuve irréfutable que certaines librairies indépendantes sont de bons lieux de pause, c'est que ce sont des espaces où il est pensable d'y « déposer » ses enfants. Parmi les usages inattendus qui structurent les projets de visite à la librairie, nous avons effectivement observé à plusieurs reprises (à FdE en particulier) que des parents laissent leurs enfants à la librairie pendant qu'ils font leurs courses. On peut voir là une marque de confiance envers l'institution ; certains enfants âgés d'une dizaine d'années allant jusqu'à passer toute une partie du mercredi ou du samedi après-midi à l'étage jeunesse de FdE.

Fonction de ressourcement culturel

Dernière fonction identifiée à la faveur de l'analyse de contenu de nos entretiens, et non des moindres, la fonction de ressourcement culturel que permettent les librairies indépendantes. Cette idée de ressourcement sous-entend *a minima* que la simple déambulation dans les rayonnages ou autour des tables de présentation de livres est susceptible de produire des effets de connaissance et d'expériences culturelles, même assez limitées. La librairie est un lieu d'information, où ne circulent pas que des biens matériels. Même si l'on ressort les mains vides, la visite n'aura pas été inutile. Le simple fait de prendre connaissance de l'actualité éditoriale est à lui seul un motif de satisfaction et une forme d'enrichissement culturel :

Pour les nouvelles parutions c'est mieux de venir en librairie pour voir les nouvelles parutions, on les voit tout de suite. Je vais à Saint-Germain aussi, La Hune, la librairie de Sciences Po, parce que j'enseigne à Sciences Po. (Homme, 45 ans, enseignant à Sciences Po, A9_14)

Bizarrement, l'aspect ludique des librairies n'apparaît pas directement dans les entretiens (il a été observé pour les enfants, mais ceux-là n'ont pas été interrogés à vrai dire), mais leur aspect culturel a très souvent été rappelé, quels que soient d'ailleurs les profils des usagers des librairies rencontrés. La simple présence sur le territoire d'une bonne librairie rehausse le niveau culturel général :

Comme dans un désert, il y a un oasis, une source. (Homme, 38 ans, technicien, A9_12)

C'est une banque de mémoire pour l'évolution du monde. (Homme, 74 ans, commercial retraité, LG_B_28 + 29)

Que représente la librairie pour vous dans la ville ?

— C'est important, c'est une sorte d'îlot de culture. L'acculturation, la déculturation, la décébration générale... 4 h de TV, ils apprennent des choses mais bon, on apprend moins que dans un livre. C'est

survolé, même quand je regarde des émissions sur ARTE. (Homme, 52 ans, directeur de production cinéma, A9)

Que représente pour vous une librairie pour votre ville ou quartier?
— Une richesse culturelle. Ça me fait du bien de me dire qu'il y a des gens qui ne passent pas leur vie devant la télé. Avec une finalité un peu moins mercantile... vente de la bouffe et surtout des habits... et justement la culture me semble être une alternative aux habits. L'alternative à la consommation pure et dure, c'est ça. (Femme, 31 ans, documentaliste et homme, 35 ans, technicien de diffusion, entretien collectif, A9_6+11)

Cette dernière fonction confère à la librairie un statut particulier au sein de l'ensemble des commerces indépendants. Celui-ci est lié, comme on l'a vu, à la particularité des biens qui sont exposés et vendus mais également à la particularité des engagements culturels des libraires eux-mêmes. Les animations, rencontres littéraires et autres débats organisés sur place viennent encore renforcer cette dimension (sans qu'il soit nécessairement question de payer quoique ce soit pour profiter du ressourcement culturel). On ajoutera, pour terminer sur cette question – mais on y reviendra parce qu'elle est vraiment décisive –, que le culturel auquel se réfèrent nos interlocuteurs n'est pas difficile d'accès, inabordable ou particulièrement élitiste. Si la librairie est en effet identifiée en tant que lieu culturel, elle n'est pas placée sur la même marche que le théâtre, par exemple, ou le musée : elle offre une porte d'entrée relativement simple dans l'espace public vers les lettres et la culture ; on peut donc parler ici de « normalité culturelle » à ce propos, comme on parlera plus loin de normalité urbaine. C'est surtout vrai parce que la librairie indépendante fait souvent l'objet d'aménagements assez personnalisés qui relèvent parfois des codes liés à l'espace privé (du mobilier non standardisé, des affiches, des empilements de livres, et dans certains cas un désordre plus ou moins organisé) :

J'adore cet endroit, le fait qu'il y a plusieurs étages, le fait que c'est un peu le bordel et ça me va bien. Je me sens pas oppressé, il y a de la place, il y a plein de jour, de lumière. (Homme, 30 ans, coordinateur de cinéma documentaire, FdE_A_3c)

(Ici, les livres sont par terre, partout...) Oui, comme à la maison ! (Femme, 50 ans, illustratrice de livres pour enfants, FdE_A_14c)

C'est un peu le côté bazar, il y a des livres tout neuf et il y a quelque chose qui met à l'aise. Ils ont réussi à créer une ambiance qui fait qu'on se sent bien. (Femme, 53 ans, directrice artistique multimédia, FdE_A_15b)

Notes

¹Notons à cet égard une spécificité d'ordre légal qui façonne les pratiques des librairies indépendantes aujourd'hui : la loi Lang pour le *prix unique du livre* instaurée en 1981 qui permet aux librairies indépendantes de se positionner sur un marché de l'offre plutôt que de la demande. Elle s'inscrit ainsi dans une exception du code des marchands qui reconnaît qu'un marché du livre nécessite du temps pour rencontrer son public. ↑

²La notion de « mondes du livre » renvoie ici à celle de « mondes de l'art » selon Howard Becker. L'auteur analyse les « mondes de l'art » comme un ensemble d'intervenants qui forment un réseau ou une chaîne de coopération. Dans le cas des livres et de la lecture, ce monde comprend non seulement les écrivains, mais tous les professionnels du livre et dans une certaine mesure aussi les lecteurs. HOWARD BECKER, *Les mondes de l'art*, Flammarion, Paris, 1992. ↑

³Frédérique LEBLANC, *Libraire : un métier*, L'Harmattan, 1998, p.9. ↑

⁴*Ibid.* ↑

⁵Isaac JOSEPH, *La ville sans qualités*, L'Aube, 1998. ↑

⁶Après un apprentissage du métier « sur le tas » et grâce à une courte formation à l'ASFODEL (actuel INFEL), le commerce se développe. ↑

⁷Montreuil reste en effet une ville « populaire », en dépit d'un changement de sa structure démographique : les ouvriers représentaient 16,3 % de la population des personnes âgées de 15 ans et plus en 1999, ils sont 13,9 % en 2007 ; les cadres et professions intellectuelles supérieures, sur la même période, sont passés de 8,4 % à 12,2 % (données Insee). Le panier moyen de FdE demeure pour sa part légèrement en dessous de la moyenne nationale. ↑

⁸À noter que le propriétaire de FdE a lui-même une activité d'éditeur. ↑

⁹Voir « Notre histoire » sur le site Internet de La Galerne : <http://www.lagalerne.fr/apropos/> ↑

¹⁰Cette forte emprise territoriale de la librairie doit être mise en perspective avec les caractéristiques du territoire. Ville portuaire de 184 000 habitants et sous-préfecture de la Seine-Maritime, Le Havre a connu récemment des transformations qui semblent tardives : ouverture de l'université du Havre en 1984, arrivée de la Fnac en 1999. Elle disposait d'un faible tissu de librairies au moment de l'installation de La Galerne. ↑

¹¹Il est le seul parmi tous nos interlocuteurs à ne jamais employer le terme technique de « panier moyen », marque d'appartenance au milieu du livre. ↑

¹²Sur ces questions, on pourra notamment consulter *Histoire de la librairie française* sous la dir. de Patricia SOREL et Frédérique LEBLANC, Éditions du Cercle de la librairie, 2008. ↑

¹³Nous avons croisé ainsi au cours de notre enquête de terrain différentes figures de lecteurs : des lecteurs pragmatiques, des lecteurs passionnés, des « transfuges culturels » (gros lecteurs non diplômés), et des non-lecteurs. ↑

¹⁴Fabrice PIAULT, « Sondage : les comportements d'achat », *Livres Hebdo*, n° 665, 10 nov. 2006. Enquête Livres-Hebdo-Ipsos effectuée auprès d'un échantillon de 620 personnes interrogées à la sortie de librairies de 1^{er} et 2^e niveau du 11 au 14 octobre 2006 dans une quinzaine de villes. 35 % des interviews ont eu lieu à Paris et en Île-de-France. ↑

¹⁵Mathieu PERONA et Jérôme POUYET, *Le prix unique du livre à l'ère numérique*, Éditions Rue d'Ulm, 2010. ↑

¹⁶Jean-François BARBIER-BOUVET et Martine POULAIN, *Publics à l'œuvre : pratiques culturelles à la Bibliothèque publique d'information du Centre Pompidou*, Éditions de la Bibliothèque publique d'information/Centre Pompidou, 1986. ↑

¹⁷Françoise PARENT-LARDEUR dénombre pas moins de 463 cabinets de lecture – ou « boutiques à lire » – à Paris, au début du XIX^e siècle, pour une population totale de 700 000 habitants. FRANÇOISE PARENT-LARDEUR, *Les cabinets de lecture : la lecture publique à Paris sous la Restauration*, Payot, 1982. ↑

Deuxième partie

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Une librairie pour moi est un lieu indispensable dans une ville. Si une ville n'a pas de librairie, c'est une ville qui ne va pas beaucoup bouger déjà. C'est le lieu d'abord où les gens se rencontrent, on peut trouver les livres qu'on veut, donc c'est vraiment un lieu de passage et de culture important. (Femme, 50 ans, illustratrice de livres pour enfants, FdE_A_14b)

De nombreux témoignages recueillis dans le cadre de cette enquête décrivent la librairie indépendante comme un lieu constitutif d'une ville. Sa présence dans une ville est le signe « d'une ville qui bouge », « d'une ville qui fait attention à sa vie culturelle », « d'une ville bien équipée ». Une ville « qui bouge » est une ville qui se construit sur l'économie (le commerce), la culture, mais aussi le politique, et d'autres ordres signifiants. La librairie indépendante prend place à l'intersection de ces deux ordres de la ville que sont l'économie et la culture, mais, nous allons le voir, elle relève aussi d'autres ordres caractéristiques des villes contemporaines, l'ordre politique notamment ou l'ordre des mobilités.

Centralité marchande, ordre économique et requalification urbaine

Parmi les ordres urbains constitutifs de la ville, l'ordre marchand est primordial. Souvent installée dans le quartier commercial par excellence, celui du centre-ville, la librairie s'inscrit dans cet ordre marchand et participe aux dynamiques urbaines qui affectent les centralités commerciales. Celles-ci sont sans cesse en mouvement, en fonction de pratiques changeantes, d'effets de mode, d'évolutions démographiques ou de mouvements de population, d'aménagements urbains durables ou éphémères qui altèrent les flux. La ville n'est pas stable, les équilibres territoriaux et les centralités évoluent, se reconfigurent et se déplacent en fonction de dynamiques locales et extra-locales. Les petits commerces en dépendent tout particulièrement.

Toutes les librairies de notre corpus se situent dans un centre-ville traditionnel ou dans une centralité marchande. Du fait de cette localisation, elles subissent les restructurations spatiales qui façonnent à la fois les conditions d'exercice de l'activité commerciale, mais aussi les pratiques d'approvisionnement des usagers-clients. Plusieurs caractéristiques propres permettent aux librairies indépendantes de se maintenir au centre-ville et d'y jouer un rôle important. Elles ont la capacité de s'adresser à des populations diverses et à des besoins tout aussi divers, en jouant sur la variété de la marchandise vendue qui leur permet en fonction des cas de proposer à la fois des beaux livres, des ouvrages de divertissement, des guides touristiques, de l'équipement de nécessité (livres scolaires, par exemple), papeterie ou carterie, ainsi que des animations culturelles. Les librairies peuvent ainsi s'adapter aux transformations de la population de la ville ou du quartier en renouvelant l'offre en fonction des évolutions de la clientèle.

Susceptible de s'adresser à tous, la librairie indépendante attire cependant en particulier une population dont le pouvoir d'achat n'est pas négligeable et le capital culturel relativement élevé. Le cas de La Galerne est révélateur de la spécificité commerciale de la librairie indépendante et des effets de qualification qu'elle peut produire sur un quartier. En s'installant en 1999 dans le bâtiment qu'elle occupe aujourd'hui, La Galerne a contribué à l'évolution

28

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

commerciale de l'îlot urbain. Ce déménagement correspondait d'abord à un acte de stratégie commerciale, motivé par l'installation prochaine d'une Fnac ; c'était aussi le moyen d'affirmer la librairie comme un lieu culturel à part entière, grâce à l'agrandissement des locaux et à l'ouverture d'un espace café fonctionnant comme un café littéraire.

Le gérant avait cependant pris le risque de s'installer un peu en décalage des flux principaux :

Il y a un premier centre [commercial urbain] derrière le Volcan, il y a les Halles avec les commerces de bouche haut de gamme et prêt-à-porter masculin haut de gamme. Après, il y a la rue piétonne qui est à 200 mètres de là, puis vous avez le centre de la place de l'Hôtel-de-Ville qui est un espace assez vaste avec des jardins, et sur la droite de la place de l'Hôtel-de-Ville, à 200 mètres, il y a le centre commercial [l'espace Coty, où se trouve la Fnac] qui est un deuxième grand centre commercial de la ville et nous, on est entre les deux.

Dans des centres-villes en évolution, la librairie indépendante apparaît un commerce élémentaire et singulier, qui se distingue notamment des Fnac et autres grandes surfaces commerciales. Ces chaînes, bien qu'elles apparaissent comme les « nouveaux symboles d'une urbanité commerciale avancée¹ », contribuent à une certaine uniformisation des villes qui altère notre perception du territoire. À l'inverse, la librairie indépendante donne du relief au territoire, grâce à l'originalité du projet qui la soutient, et à la logique de distinction qui anime certains de ses usagers.

Cependant, en dépit du fait que les librairies indépendantes peuvent devenir un repère urbain et jouer un rôle majeur dans les rééquilibres territoriaux du quartier où elles s'installent, leur marge de manœuvre reste fortement contrainte par les dynamiques marchandes. L'interaction entre centre-ville et périphérie en termes commerciaux et en termes d'usage est au cœur de leur statut urbain ; elle entre aussi dans la problématique de leur survie économique. C'est ainsi que Folies d'Encre, qui avait ouvert ses portes au début des années 80 dans une rue piétonne animée a subi de plein fouet le déclin du quartier. Les commerces de proximité ont progressivement été remplacés par des bazars, des points Internet, des taxiphones, des points de vente de service (EDF), etc., et la fréquentation a changé. En lien avec ces évolutions contextuelles, FdE a connu une baisse significative de sa clientèle, ce qui a motivé, pour des raisons de rentabilité, son déménagement à une centaine de mètres du métro Croix-de-Chavaux, juste à côté d'un Monoprix – cas de figure un peu paradoxal au demeurant puisque ce Monoprix dispose lui-même d'un petit rayon livres. Ce grand magasin, l'un des symboles des centres-villes français, participe de l'attractivité de la zone, et garantit un flux régulier de personnes que FdE est susceptible de capter en partie. La proximité des deux commerces multiplie les parcours d'usages : on peut venir à Monoprix et s'arrêter de manière opportune à FdE, mais l'inverse est également vrai.

Le renforcement est donc mutuel. C'est en raison de la déqualification commerciale de la rue piétonne que la librairie a été déplacée, pour la rapprocher de flux urbains plus importants liés à la présence du Monoprix.

29

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Mais, avec le temps, FdE a acquis les qualités symboliques d'un lieu commercial d'importance pour Montreuil : sa nouvelle implantation renforce la qualification du quartier et génère un flux commercial dont Monoprix et les commerçants alentour peuvent bénéficier, tandis que son déménagement a sans doute précipité le déclin de la rue piétonne. De même, le départ de La Galerie de son emplacement d'origine a été fatal à l'animation de son ancien quartier :

Tout le temps que La Galerie y était, il y avait du monde. Moi pour ce que j'ai remarqué, c'est quand elle est partie, les autres commerces ont disparu et la vie a disparu. (Homme, 48 ans, infirmier psychiatrique, LG_18)

Il arrive aussi que l'installation d'une librairie accompagne et favorise un mouvement de requalification d'une rue commerçante. C'est le cas de l'Atelier 9, dans la rue des Martyrs. Ici, la fréquentation de la rue n'a pas faibli, bien au contraire, avec l'arrivée d'une nouvelle population au fort pouvoir d'achat et aux goûts culturels affirmés. L'Atelier 9, qui a remplacé une quincaillerie, participe à ce mouvement de transformation de la rue et de ses commerces, les commerces de bouche de proximité laissant place au tertiaire, aux restaurants et à des commerces plus raffinés.

Mais des mouvements inverses, liés à des évolutions urbaines larges, peuvent aussi se produire. C'est le cas à Castelsarrasin où un espace culturel Leclerc a ouvert en 2007 en périphérie de la ville, dans une zone commerciale située à côté de la bretelle d'autoroute. Comme tous les petits commerces, la librairie est fortement exposée aux fluctuations des ventes, qui dépendent en partie de son emplacement dans le tracé viaire d'un quartier et de l'activité commerciale environnante. Ainsi, elle se montre fortement dépendante des aménagements qui modifient les flux et la zone de chalandise immédiate. La librairie fonctionne d'abord comme un commerce pour lequel l'accessibilité en termes de commodité urbaine est primordiale. Pouvoir inscrire le passage à la librairie dans un circuit quotidien, pouvoir se garer, parfois, importe beaucoup pour les usagers. Si la librairie n'est pas facilement accessible, seuls les plus motivés d'entre eux ne ressentiront pas ce déplacement comme un effort.

Depuis l'ouverture du Centre Leclerc, les deux libraires de Castelsarrasin ont ainsi connu une forte baisse de leur fréquentation². La concurrence apparaît trop rude non seulement en termes de prix et de diversité de l'offre, mais aussi en termes d'accessibilité et d'usages. Dans le centre culturel Leclerc, il est possible de lire, comme à la Fnac – un espace est même dédié exclusivement à la lecture sur place. Passer à l'espace culturel ou y laisser les enfants tout en faisant ses courses peut se révéler très attractif. De plus, malgré la taille modeste de la ville de Castelsarrasin, il est plus facile de se garer sur les vastes parkings du Centre Leclerc que dans les petites rues étroites de la ville. Seul le jour du marché permet une logique d'approvisionnement complète et comparable, doublée d'une promenade agréable dans le centre-ville³.

La grande distribution, on le sait, déplace les zones commerciales en périphérie. Les parcours opportuns migrent vers ces zones où l'on peut

30

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

tout à la fois faire ses courses et, éventuellement, lorsque l'on passe devant l'espace culturel, acheter un livre. Les modes d'approvisionnement des citoyens se transforment ainsi avec la métropolisation des modes de vie, qui se traduit par une augmentation de la mobilité et un double processus de concentration et de dispersion⁴. L'approvisionnement tend à se regrouper dans ces centres fonctionnels. Les centres-villes eux-mêmes se fragmentent et l'on voit émerger des pôles de spécialisation. La librairie indépendante, par rapport à ces transformations, cherche sa place : c'est souvent un commerce qui n'est pas assez standardisé pour intégrer les nouveaux centres commerciaux, mais qui ne se positionne pas non plus uniquement comme un commerce « haut de gamme ».

La librairie indépendante dans l'ordre des mobilités urbaines

Dans ma lointaine adolescence, les librairies formaient, avec les halls de cinéma, les étapes à peu près invariables de mes parcours dans la ville de Rennes⁵.

L'ordre commercial des villes se constitue sur la base de la mobilité, autre ordre majeur de la ville depuis son origine⁶. Le statut et les usages de la ville se construisent aussi sur ce plan, entre un dispositif d'accueil des usagers-clients, modelé par des aménagements urbains, et les logiques de mobilité des individus eux-mêmes. Lorsque la fréquentation de la librairie s'inscrit dans des parcours individuels ou collectifs, il convient d'appréhender la façon dont cette pratique se construit dans l'interaction avec d'autres usages, qu'ils soient ou non commerciaux. Il s'agit alors de comprendre comment une librairie relève de formes d'accessibilité urbaine, au sens où l'entend Isaac Joseph⁷, c'est-à-dire, « la capacité d'un lieu à interagir avec d'autres lieux ». Dans ce sens, l'accessibilité d'une librairie relève d'une interaction avec l'ensemble urbain où elle prend place, de même qu'elle participe en retour de sa définition.

Interface urbaine

Les librairies étudiées se situent toutes dans une centralité marchande, à proximité d'autres commerces, mais aussi de lieux d'usage à fort potentiel symbolique tels que, par exemple, la mairie, les églises, les places publiques. Le lien qu'elles entretiennent avec l'espace public passe principalement par des éléments architecturaux liés au cadre bâti, mais aussi et surtout par la vitrine qui fonctionne comme une interface entre la rue et l'intérieur.

Le plus souvent, le bâtiment en tant que tel n'est pas un élément distinctif de la librairie. Celle-ci se caractérise architecturalement par sa « normalité urbaine » : c'est un commerce parmi d'autres, qui contribue par son insertion dans un quartier à former une centralité commerciale. « Normalité » veut dire ici qu'elle ne détonne pas, ni dans l'ensemble urbain ni dans l'alignement d'une rue traditionnelle de centre-ville, que ce soit à Paris, rue des Martyrs, à Castelsarrasin, ou même au Havre. Cette normalité architecturale la distingue des autres lieux de culture, tels que les musées ou les théâtres, qui tendent à marquer la ville, à travers une symbolique spécifique et une matérialité du lieu souvent monumentale.

31

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

C'est essentiellement la vitrine qui permet à la librairie de se démarquer et de signaler qu'elle n'est pas un « commerce comme les autres ». La vitrine est l'interface entre le projet librairie et la rue, le passant, l'utilisateur potentiel. Elle constitue, dirait J. Gibson, la première « prise ». Plus que l'architecture, ce sont des choix décoratifs, de mise en scène à l'intérieur de la vitrine qui distinguent la librairie et la signalent comme un commerce original.

C'est vraiment la vitrine, c'est vraiment alléchant, je me rappelle à Noël t'as envie de tout acheter. (Femme, 43 ans, en reconversion métier TS, FdE_A_19)

Moi régulièrement... comme là en ce moment il y a les photos qui sont à l'extérieur, des fois les vitrines sont régulièrement... ça donne envie de rentrer et franchement c'est chaleureux. (Homme, 32 ans, chauffeur à la propreté de Paris, FdE_A_7c)

Chaque fois, néanmoins, le contexte local définit des attendus normatifs spécifiques. Par exemple, la banalité normée de Castelsarrasin n'est pas celle de l'Atelier 9. Dans le premier cas, la vitrine fait la part belle aux guides de voyage et aux ouvrages gastronomiques, en lien avec la vocation touristique de ce département du Sud-Ouest. Un présentoir de cartes postales fait en quelque sorte déborder la vitrine sur le trottoir. La librairie tente ainsi de capter des touristes ou des passants non-clients, tout en s'efforçant d'améliorer son image et de renforcer la fréquentation de sa clientèle habituelle.

À l'Atelier 9, la mise en scène de la vitrine, régulièrement renouvelée, s'accompagne chaque fois d'une véritable création artistique, ce qui fait là aussi écho au contexte, en l'occurrence celui d'une ville telle que Paris dont le rayonnement culturel est intense. L'équipe de la librairie va même plus loin, en cherchant à rompre la continuité parisienne ordinaire de la rue des Martyrs, avec des scénographies parfois spectaculaires. Un des libraires est également artiste peintre. Il élabore quatre vitrines thématiques par an, choisies collectivement avec l'équipe, en fonction de l'actualité littéraire ou culturelle de la ville (par exemple, l'exposition sur le surréalisme au Centre Pompidou), mais aussi en faisant appel à des thématiques ludiques et humoristiques. Ainsi a-t-il réalisé une vitrine sur les nains de jardin, pour indiquer que la librairie n'est pas un « espace austère », pour « lutter contre l'austérité », parce que « beaucoup de gens n'osent pas rentrer dans une librairie. On y sent le poids culturel. Mais c'est en train de changer. » (Libraire de l'A9)

Au quotidien, les vitrines des librairies interpellent celui qui aime lire et s'intéresse au livre, mais aussi le non-lecteur au hasard de ses déplacements, en faisant appel à des éléments ludiques et décoratifs, pas forcément en rapport direct avec l'univers du livre. Ces éléments attirent, entre autres, l'attention des enfants, d'autant que la vitrine est à leur hauteur, voire s'adresse explicitement à eux. Par ailleurs, la vitrine joue un rôle particulier auprès des riverains du quartier qu'ils soient ou non usagers. Elle instaure un dialogue avec eux, pour communiquer sur sa vivacité, sa vie interne, comme n'importe quel commerce de proximité.

32

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Un lieu qui structure des parcours dans la ville

Parcours opportunistes ou programmés

Alors que la librairie conserve souvent une image de lieu culturel plus ou moins élitiste, dans les faits se développent des usages banals, en lien avec la vie quotidienne et les mobilités ordinaires. Les usages de la librairie s'inscrivent ainsi très fréquemment sur des parcours d'approvisionnement (nourriture, service, etc.) ou de déplacements quotidiens (travail-maison ; maison-école).

Folies d'Encre, c'est aussi parce que c'est dans le centre commercial et quand j'y fais un tour je m'y arrête. Je vais à Monoprix, soit faire les courses, soit chez le tout petit chinois, pour manger. Sinon les enfants ont le manège, il y a le cinéma aussi. En fait j'ai plein de raisons pour y aller.

(Femme, 43 ans, en reconversion métier TS, FdE_A_19)

Ces parcours peuvent être raisonnés et prémédités : la visite à la librairie est programmée à l'occasion de la fréquentation d'un autre commerce. Ils peuvent être aussi opportunistes : l'usager n'avait pas prévu au départ d'entrer dans la librairie. La proximité de la librairie avec d'autres équipements de loisirs favorise par exemple les visites opportunes. Deux lycéennes passent à FdE après avoir vu un film au cinéma Le Méliès de Montreuil, le mercredi après-midi. D'autres associent une halte à l'Atelier 9 à la fréquentation de la piscine. Ces passages correspondent bien ici à des opportunités territoriales, qu'on associe à des temps libres. Le passage à la librairie s'effectue dans un ordre de mobilités ordinaires et opportunes, par opposition aux usages événementiels, extraordinaires (une sortie au spectacle, par exemple). En ce sens, nous l'avons déjà évoqué *supra*, on peut parler ici d'une « normalité culturelle » qui vient redoubler la normalité urbaine et qui contribue à faire de la librairie un lieu culturel relativement accessible.

Dans d'autres cas, au contraire, la visite à la librairie est la raison même du déplacement. C'est un choix, motivé par l'offre marchande, par la perspective d'y mener telle ou telle activité, voire tout simplement par l'ambiance du lieu.

Quand je vais à la librairie, je vais à la librairie. C'est pas à l'occasion de « Tiens, je vais chercher une baguette de pain ». (Homme, 58 ans, Enseignant chercheur en sociologie, FdE_A_18)

Cette librairie, je viens parce que je la trouve chaleureuse, je la connais depuis 4, 5 ans, je viens exprès dans le quartier, je vais pas aller ailleurs, ça m'attire au point que je viens que pour ça. C'est aussi important qu'un très bon cinéma ou un très bon théâtre. C'est aussi important que ça. (Femme, 55 ans, psychiatre, A9_19)

Une halte dans la ville

Programmée ou inopinée, opportune ou motivée, la visite en librairie se caractérise en général par sa longueur : pas moins de 26 minutes en moyenne, selon l'enquête réalisée par Livres-Hebdo-Ipsos en 2006⁸. La librairie est un lieu

33

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

où l'on s'attarde. Il est possible en effet, nous l'avons vu, d'y mener différentes activités, toutes plus ou moins chronophages : flâner, feuilleter des ouvrages, lire, discuter... Lorsque sa taille le permet, elle est elle-même perçue comme un espace à parcourir, un lieu de promenade, un terrain d'exploration :

N'empêche, le lieu ça compte beaucoup aussi, pour que l'on puisse se promener, que ce soit un vrai espace de déambulation. (Femme, 29 ans, dans l'industrie agroalimentaire, A9_3)

J'aime beaucoup ce lieu ici. Il y a plusieurs niveaux, il y a partout des petits recoins. Quand on connaît un peu la librairie, on sait dans quel coin aller, il y a différents styles. (Homme, 31 ans, ingénieur, FDE_A_6a)

L'aménagement intérieur des librairies modernes favorise l'installation de l'usager, en mettant par exemple à leur disposition des sièges accueillants. À Montreuil, deux amies viennent d'une cité HLM voisine, avec leurs cinq enfants. C'est un samedi après-midi, elles sont d'abord passées par le centre commercial. Elles s'arrêtent à la librairie, halte sur leur parcours. Elles s'installent et bavardent pendant une heure trente sur un canapé du 2^e étage, pendant que leurs enfants cherchent des livres. Au-delà d'un simple espace commercial, la librairie se présente ainsi comme un lieu de vie et de convivialité, ce qui motive la visite et l'intègre dans un parcours urbain. Certaines librairies vont jusqu'à proposer un service de restauration ou un espace café; ceci encourage la construction de modes de sociabilité mixtes, relevant de la convivialité propre aux cafés, mais favorisés aussi par le cadre et l'ambiance livresque.

L'ensemble de ces usages construit la librairie comme espace public de sociabilités variées, qui évoluent en fonction des temporalités, des moments de la semaine. Le mercredi et le week-end, les vacances scolaires, sont des moments où les usages non livresques sont le plus facilement observables.

La librairie dans l'ordre culturel des villes : un lieu d'affirmation du livre dans l'espace urbain

Une fonction essentielle de la librairie, nous l'avons vu, est d'affirmer et de promouvoir la présence du livre dans la ville. Cette fonction de valorisation du livre et de la lecture, mise en œuvre quotidiennement à partir de compétences et de relation de conseils personnalisés, structure la part la plus visible des usages des librairies indépendantes. Elle suffit à elle seule, aux yeux de nombreux usagers, à qualifier la librairie comme un élément constitutif de l'ordre culturel urbain.

Cependant, au-delà de ces actions régulières (le conseil, la vitrine...) des projets plus ambitieux font apparaître certaines librairies comme de véritables acteurs culturels locaux. C'est le cas de deux librairies de notre corpus, Folies d'Encre et La Galerne. Les manifestations que ces deux librairies organisent dans leurs espaces commerciaux visent non seulement à promouvoir le livre et la littérature, mais aussi à mettre en valeur différentes disciplines artistiques : musique, théâtre, conte, arts plastiques,

34

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

etc. Ces programmations événementielles, exceptionnelles ou régulières, pourraient ne relever que d'une logique d'animation commerciale. Cette dimension existe, bien entendu. Cependant, le souci d'affirmer le statut culturel de la librairie et de participer à la qualification du quartier ou de la ville est sans doute tout aussi fort.

Un lieu d'exception culturelle par le livre

Tandis que certains usagers – qualifiés ici de « pragmatiques » – ne voient dans la librairie qu'un point de vente susceptible de répondre à des besoins pratiques, d'autres considèrent que ce commerce jouit du prestige traditionnellement attaché au livre. La banalité de l'acte d'achat est alors comme transcendée par des représentations quasi sacrées liées aux « œuvres de l'esprit ». C'est la raison pour laquelle il est souvent impossible pour cette catégorie d'usagers d'acheter des livres dans un supermarché. Aller en librairie, en revanche, dans un lieu dédié à ces œuvres de l'esprit, est un usage qu'ils ne considèrent pas comme trivial ou anodin. La présence des livres est un marqueur essentiel de ce lieu d'accès à la culture au sens le plus fort du terme. La librairie sous ce registre est alors assimilée à un lieu culturel, quasiment au même titre qu'un musée ou que tout autre patrimoine culturel local.

Pour ces usagers « non pragmatiques », la librairie ne peut donc avoir le même statut que d'autres commerces, tels que la boucherie ou la boulangerie. Parmi les personnes interrogées, certaines montrent en effet une aversion prononcée pour les surfaces de vente où le livre est associé à d'autres produits, comme si la proximité avec des aliments et autres objets de consommation courante venait corrompre son caractère. Ces personnes, qui se définissent souvent elles-mêmes comme des « lecteurs passionnés », défendent âprement la culture comme une sphère d'activité « à part » et la librairie en tant que lieu de cette activité particulière. On constate que cette opinion est assez généralement partagée, même chez des lecteurs moins assidus, mais que ces représentations associent la librairie à un espace où se joue malgré tout une certaine démocratisation de la culture. Grâce à leurs actions en faveur du livre et de la lecture (notamment les vitrines et les « coups de cœur ») et leur programmation culturelle, certains libraires accèdent même à un rôle d'acteur de la démocratie culturelle locale⁹. Nous allons y revenir.

Un lieu d'exception culturelle par la rencontre : faire événement culturel, rencontrer des écrivains

Le statut exceptionnel dont la librairie peut bénéficier dans une ville, au milieu d'autres commerces, tient aussi à la possibilité d'y rencontrer des personnalités appartenant au monde de la culture. Ces acteurs de la culture sont d'abord les libraires eux-mêmes, ou les vendeurs. Cependant, ce sont surtout les écrivains, identifiés comme personnages non ordinaires, dont la présence est recherchée – les écrivains, mais aussi, dans une mesure moindre, les illustrateurs, les photographes et autres acteurs des mondes du livre.

Toutes les librairies indépendantes ne proposent pas des animations littéraires avec la même intensité ni la même fréquence, mais cette activité est devenue un trait qui, pour les usagers, les caractérise. Les cinq librairies de notre corpus organisent toutes, plus ou moins régulièrement et avec

35

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

plus ou moins d'ampleur, des rencontres avec des auteurs, des dédicaces, des événements variés autour du livre. L'accès aux mondes culturels offert par la librairie passe donc aussi par le fait que l'on peut y rencontrer les écrivains ou des acteurs culturels « en chair et en os ». La rencontre est un moment particulier sur un territoire familier et partagé. Elle est susceptible d'engendrer une expérience culturelle marquante, une découverte de l'univers de l'auteur rendue possible grâce à ce moment privilégié. La librairie est alors le lieu d'actualisation de ce supplément d'âme aisément prêté à la culture.

Les rencontres avec les écrivains, c'est très intéressant quand ils parlent de leurs livres, de ce qu'ils ont fait, les conférences, c'est super intéressant, c'est vraiment sympa, on apprend des choses sur l'auteur et on peut se faire dédicacer le livre. Ça, c'est le petit plus, mais ce qui compte vraiment, c'est de les entendre parler de leurs livres, de comprendre le contexte du livre, comment ils l'ont créé. (Femme, 17 ans, lycéenne, LG_3)

De ce moment de face-à-face, à travers la dédicace, peut naître une quasi-intimité. Un auteur pour enfants insiste par exemple, lors d'un entretien informel, sur la différence qu'il perçoit entre les séances de signature organisées dans le cadre de salons et celles qui se déroulent en librairies, plus intimes, moins contraintes par le temps. Certains lecteurs peuvent dialoguer parfois longuement avec l'écrivain, qui fait l'objet d'une certaine fascination, en lien avec son statut culturel.

À la différence des séances de signatures, les débats publics n'offrent pas ce contact privilégié avec les auteurs, mais ces manifestations ont, pour leur part, la force du nombre. La présence simultanée de plusieurs auteurs ou acteurs des mondes du livre vient renforcer l'image de la librairie comme lieu de rencontre. L'accessibilité est là, grâce à la librairie, dans une relation directe avec les acteurs des milieux culturels, beaucoup plus aisément que dans d'autres espaces publics. Certaines librairies, comme La Galerie ou Folies d'Encre, vont jusqu'à impliquer les usagers en organisant des jurys littéraires, en décernant des prix. Les clients participent en amateurs, voire en experts ou juges d'un jour, à une activité de critique littéraire.

Avec Antoine Picon, nous dirons que la ville se caractérise aussi par la multiplication des occasions et des événements, mineurs ou majeurs, qui viennent rompre les routines de vie¹⁰. Ce qui relève de l'exceptionnel ou de l'événementiel est une dimension caractéristique de l'urbanité. La dimension événementielle de la librairie relève ainsi de sa capacité à se situer dans l'ordre non ordinaire de la ville, en opposition ou en décalage avec les usages routiniers, banalisés, quotidiens de la cité.

Occurrence événementielle culturelle et urbanité élargie de la librairie

À la capacité de faire événement d'une librairie, correspondrait ainsi un lien à la ville renforcé, une dimension urbaine d'autant plus importante. C'est sans doute ce qui pousse les libraires à diversifier leurs propositions, à offrir à leurs usagers des manifestations moins convenues que les dédicaces, les simples rencontres ou tables rondes. L'organisation d'expositions, par exemple, devient

36

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

courante. On voit aussi des spectacles de danse ou des concerts se dérouler dans certaines librairies ce qui affirme encore leur ancrage culturel.

À l'instar d'une structure de diffusion institutionnelle, certaines librairies soutiennent ainsi une véritable programmation. C'est le cas de La Galerne au Havre et de Folies d'Encre à Montreuil dont l'offre de diffusion est particulièrement étoffée et diversifiée. Concerts, expositions, lectures ou débats publics s'y succèdent continuellement, tout au long de l'année. À l'inverse, les librairies de Castelsarrasin limitent leurs animations à de rares signatures, ce qui correspond à un statut de moindre envergure, tant sur le plan urbain que culturel. Néanmoins, lorsque les gérants de la librairie Lecreux nous parlent de la signature qu'ils organisèrent voici plusieurs années avec les Frères Bogdanov, vedettes parisiennes de la tv, ils disent implicitement leur tentative d'affiliation à certains mondes culturels, mélangeant à la fois références événementielles télévisuelles, liens tissés avec la capitale intellectuelle et culture grand public, à mi-chemin entre la science-fiction et la science.

Les débats publics organisés sur les questions de société ancrent la librairie dans une forte contemporanéité, qui renforce sa proximité avec certains usagers et avec des réseaux intellectuels, comme les universités. À travers l'ensemble de ces manifestations, rencontres littéraires ou questions de société, convergent vers la librairie des acteurs de la culture et des personnes qui ne fréquentent pas nécessairement les lieux culturels institutionnels : des clients, par exemple, qui sont là pour un simple achat ; des personnes qui ne font qu'accompagner des connaissances. Cette mixité des acteurs et des publics participe du statut de la librairie dans la ville. Comme l'écrit Alain Tarrius :

Là (dans le centre-ville), on se vit pleinement en êtres urbains. (...). En fait, ce que suggèrent ces usages et ces perceptions du centre-ville, c'est une réaffectation du sens de l'espace public, non plus conçu à l'échelle des transactions commerciales qui s'y déroulent, mais selon la finalité des lieux ouverts à la rencontre des autres ; un vaste champ de la mixité, dont on attend la redécouverte de la totalité sociale, politique, urbaine¹¹.

Un lieu identitaire : l'ordre politique

Les librairies s'inscrivent aussi dans un espace de représentations sociales et génèrent des usages symboliques. Ces usages symboliques varient en fonction du projet du libraire, de l'inscription de la librairie dans la ville et dans le temps, de sa localisation et de sa matérialité architecturale, ainsi que de son interaction avec les autres lieux de la cité. À la croisée de ces différentes dimensions, la librairie peut fortement marquer la dynamique d'une ville, travailler ses espaces, mais aussi travailler son identité. La librairie indépendante peut alors devenir un repère urbain au même titre que la mairie, le théâtre, la maison de la Culture.

Ordre symbolique, identité urbaine et construction des centralités

Le dynamisme culturel de la librairie est un élément d'adhésion important, autorisant des usages symboliques qui participent de la construction d'une

37

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

d'identité locale. Toutes les librairies de nos terrains n'ont pas un potentiel identitaire aussi fort. Cet effet joue à plein lorsque la librairie est visible et repérée comme à Montreuil et au Havre. Chacun peut alors éprouver la réalité de ce dynamisme, à l'échelle d'une ville, voire de l'agglomération.

Les Havrais perçoivent La Galerne comme un lieu culturel, comme l'est la Maison de la Culture ou le Musée Malraux, comme le sont certains cinémas, on voit souvent des gens qui font visiter La Galerne à des gens qui ne la connaissent pas, qui viennent de l'extérieur. Moi-même, ça m'est arrivé. Je crois que ça a pris une place culturelle. (Femme, 47 ans, infirmière de nuit, LG_17)

La librairie fait partie du dynamisme culturel d'une ville, elle est incontestablement l'un des grands facteurs d'attractivité du Havre. (36-45 ans, urbaniste, LG)

Au Havre, cette adhésion à la librairie en tant qu'élément majeur de la vie culturelle de la ville – voire de la vie tout court – a été exprimée de nombreuses fois avec force par les usagers de La Galerne. Il est vrai que La Galerne, comme Folies d'Encre à Montreuil, fait partie de ces librairies de référence, connues dans la France entière, qui participent de la construction de l'image de la ville dans lesquelles elles sont implantées. Mais, même à Castelsarrasin, où les deux librairies n'ont pas la même visibilité et n'offrent pas les mêmes services, leur importance de ce point de vue identitaire et urbain est soulignée par les habitants : « Une librairie indépendante dans ma ville c'est vital ! » ou « Indispensable culturellement pour soi et pour la ville »¹².

Un centre-ville sans offre culturelle, et notamment sans librairie, ne saurait être tout à fait un centre. Cette dimension est particulièrement présente dans une petite ville comme Castelsarrasin. Le statut d'une agglomération de cette taille, avec à peine quelques milliers d'habitants, est incertain en termes urbains. Plus importante qu'un village, mais n'accédant pas tout à fait au statut urbain légitime, Castelsarrasin se situe dans un entre-deux. Avoir une librairie dans sa ville, c'est déjà affirmer son image urbaine. En avoir deux, en l'occurrence, c'est se prouver que l'on est dans une ville et non un village.

La librairie indépendante participe ainsi à la construction d'une identité urbaine particulière, qui se singularise dans un jeu de concurrence avec d'autres villes. La présence d'une ou plusieurs librairies est perçue comme symbolique d'une ville qui attache de l'importance à la culture, qui dispose d'équipements valorisants. Elle est un élément de comparaison par rapport à des villes dont les usagers pensent ou supposent qu'elles n'ont pas « la chance » de « posséder » une librairie telle que la leur.

Une ville qui a une très bonne librairie ou plusieurs, c'est important. Une ville qui sait faire attention à ses librairies, c'est une ville où les gens ont une façon de réfléchir, ne se contente pas certainement d'être dans la consommation de marché. Des villes de province qui ont des bonnes librairies comme Bordeaux, Montpellier, Lyon, c'est important, ça veut dire quelque chose. Il y a des villes qui en ont

38

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

et d'autres pas. À La Rochelle, où j'ai vécu un peu, il n'y a aucune librairie qui marque vraiment. C'est un très gros plus ou un moins. (Femme, 55 ans, psychiatre, A9_19)

Sans en faire un détail, je crois que c'est important d'avoir une librairie dans une ville comme Montreuil, qui se targue quand même d'être une banlieue pas trop pourrie, où il y a un truc culturel, où il y a une densité de troupes de théâtre par exemple qui est énorme. Ça nécessiterait un long discours et de l'argumenter... mais je crois que c'est important... je crois que ça constitue tout de même... (je vais dire une banalité affreuse) contribue peut-être un petit peu à faire une ville. (Homme, 58 ans, enseignant chercheur en sociologie, FdE_18)

La librairie comme lieu politique : engagement et éthique partagés

L'adhésion à une librairie pour des raisons symboliques et identitaires ne conduit pas forcément à devenir un assidu du lieu. En général, ce soutien de principe doit s'accompagner d'aspects pragmatiques, de satisfaction de besoins d'approvisionnement en livres, avant d'aboutir à une fréquentation régulière et surtout à des achats. Cependant, pour certains usagers, le choix d'un type de commerce s'effectue avant tout sur des critères éthiques et politiques plutôt que pratiques ou économiques. Le libraire s'engage pour le livre, pour la lecture et l'écriture, pour sa ville; ce type de client se montre particulièrement sensible à ce genre d'engagement.

Je me souviens, à une époque, celle où il y avait un espace informatique qui n'existe plus maintenant (...). Il y avait un ordinateur sur lequel les gens pouvaient tester des logiciels et bien souvent des jeunes passaient leur temps à s'amuser. Un jour, quelqu'un qui était là a fait une réflexion au gérant sur ces jeunes. Il a répondu que « tant qu'ils sont là et qu'ils s'amuse, ils ne feront pas les cons ailleurs ». Il y a ici un engagement pratiquement militant, même si, il faut l'avouer, ce système qu'il avait mis en place venait des États-Unis et qu'il y avait un objectif aussi financier. (Homme, 48 ans, infirmier, LG_18)

Certains usagers interviewés s'efforcent de faire leurs achats chez les « petits libraires » ou les « vrais libraires », par conscience citoyenne, ou en tant que consommateur responsable; par réflexe populaire de soutien des « petits » contre les « grands »; par prise de position explicite contre les monopoles de la grande distribution. Les raisons avancées, pour différentes qu'elles soient, convergent pour tenir une certaine « ligne morale » et une défense de la librairie indépendante.

Je ne fréquente pas Virgin, je n'aime pas trop les grandes surfaces, parce que je trouve qu'il y a de la place pour tout le monde et je ne supporte pas qu'ils soient en concurrence avec les petites librairies, enfin tout le monde est en concurrence..., mais moi je suis pour les petits espaces personnalisés. (Femme, 60 ans, retraitée, A9_21)

39

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Ça m'arrive d'acheter à la Fnac, mais je préfère venir ici. En plus, je me dis, il faut les encourager, parce que je sais bien que des vraies librairies, elles ont plutôt du plomb dans l'aile, c'est comme tous les commerces un peu raffinés. Il m'arrive d'aller à la Fnac parce que je suis à côté. Je peux me trouver au Quartier latin par exemple, si vraiment j'ai besoin d'un livre tout de suite et que je passe à côté, j'y vais, ou si je vais vers les grands magasins, là aussi il y a une Fnac, mais je n'aime pas la Fnac. (Femme, 64 ans, journaliste, FdE_A_17b)

« Plutôt que d'aller à la Fnac! » De nombreux usagers avancent cet argument pour expliquer leur fréquentation d'une librairie indépendante. L'argument est politico-éthique. Il relève pour beaucoup d'usagers d'une « résistance au marché », sans que le sens de ces termes soit précisé. Cependant, cet argument est rarement avancé seul. Souvent, il s'exprime comme une marque de soutien à un commerce local et indique une conscience citoyenne non contraignante, un engagement limité, une défense de la proximité d'accès au livre.

Je préfère venir ici plutôt que d'aller à la Fnac. (...). Oui, enfin ce n'est pas une grosse conviction non plus. Je sais que je peux le trouver [le livre recherché] à la Fnac, mais je me suis dit que je vais d'abord essayer ici. (Homme, 30 ans, coordinateur rencontres cinéma documentaire, FdE_A_3c)

Je vais également à la Fnac, parce que la Fnac a un côté pratique. Quand je rentre du boulot et que je passe aux Halles et que j'ai besoin d'un truc en vitesse, je passe à la Fnac. On ne devrait pas le faire, mais on le fait quand même. (...). C'est pour des raisons commerciales, je préfère faire travailler mon petit libraire du quartier, plutôt que d'aller à la Fnac, sinon ça voudrait dire qu'il n'y aura plus de libraire de quartier. (Femme, 31 ans, documentaliste, A9_6)

La notion de proximité apparaît d'autant plus fort dans une petite ville comme Castelsarrasin où les prochaines librairies indépendantes se trouvent à Montauban, à plus de 20 km. Mais la proximité est aussi avancée par les urbains comme argument éthique pour la fréquentation d'une librairie. C'est un argument qui défend une certaine conception de la ville, aux fonctions intégrées dans le centre (le commerce, la culture, le résidentiel...) et qui s'oppose à la segmentation urbaine fonctionnelle contemporaine.

Pour moi le livre est le pivot essentiel de l'éducation, de l'instruction et de la culture. Passer une journée sans ouvrir un livre est quelque chose d'exceptionnel pour moi. Je ne peux imaginer que les diktats des marchés fassent disparaître les librairies indépendantes qui sont les garantes d'un service personnalisé, de qualité et de proximité! J'espère que les volontés politiques de protéger les librairies traditionnelles face aux mastodontes de la grande distribution se confirmeront et se renforceront! (Castelsarrasin, questionnaire Q2)

40

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Si l'engagement pour la librairie indépendante reste modéré chez la majorité de nos interlocuteurs, certains usagers font preuve d'une implication parfois radicale. La forme et les registres de cette implication sont multiples. L'engagement culturel des libraires rencontre différentes strates d'expériences, individuelles et collectives. Pour ces lecteurs engagés, la librairie indépendante offre une alternative à la consommation de masse, perçue comme un rapport à la marchandise standardisé, nouant des relations abstraites et neutres entre les objets et les gens.

C'est un commerce avec une finalité un peu moins mercantile... vente de la bouffe et surtout des habits... et justement la culture me semble être une alternative aux habits, une alternative à la consommation pure et dure, c'est ça. (Homme, 35 ans, technicien de diffusion, A9_11)

De plus, les librairies indépendantes se distinguent aux yeux de ces usagers par leur ancrage local et par l'expression d'une personnalité qui pour beaucoup tient évidemment au libraire, à ses choix et son parcours. Une relation, qui va au-delà de l'usage d'approvisionnement, se noue alors entre les usagers et la librairie. Ces derniers fréquentent le lieu non seulement pour satisfaire leurs besoins de livres ou leurs envies de divertissement, mais ils y associent surtout des aspects politiques et éthiques. Fréquenter une librairie devient alors un moyen de se positionner dans un débat public : sur la consommation, sur la conception de la ville, sur la culture, etc.

Ce type de posture trouve parfois son origine dans la trajectoire sociale des individus. Certains usagers interviewés ont pu connaître telle ou telle librairie dans des conditions particulières et à des moments marquants de leur existence. Certaines concordances peuvent alors s'établir entre l'histoire personnelle, les positions politiques et éthiques individuelles et l'offre culturelle qui a la capacité de les renforcer. Cette concordance engendre des expériences spécifiques et est susceptible d'influencer les usages.

41

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

J'ai l'expérience de la librairie de libraire, pas de la grande surface ou de la grande librairie. Quand j'étais à la Sorbonne, on allait à Maspero et aux PUF et on n'allait pratiquement jamais chez Gibert. (...) Bon, moi qui étais plutôt engagé ou qui avais une certaine ligne politique, idéologique, théorique ou comme on voudra et puis, on avait le sentiment, enfin moi, mais je n'étais pas le seul, à faire quelque part une bonne action en allant acheter chez Maspero, on faisait vivre une boîte d'édition qui n'était pas très diffusée... Ce sont des librairies où je me sens mieux que dans d'autres. (Homme, 58 ans, enseignant-chercheur en sociologie, FdE_18)

Dans mon enfance, il n'y avait pas de librairie. Il y avait une maison de presse et une bibliothèque très conséquente, donc je n'avais pas besoin d'aller à la librairie. Mais en fait, j'ai commencé à aller en librairie quand... c'était à Saint-Michel, la librairie archiréputée, Maspero, là tout d'un coup j'ai découvert la librairie. C'était dans les années 70, maintenant c'est fini. [...] C'était une librairie très

politisée d'abord et qui avait une façon de montrer les livres autres, j'imagine, je ne me souviens pas, c'était une librairie où l'on ne rencontrait pas n'importe qui. On rencontrait des gens intéressés par les livres exposés, c'était une librairie qu'on appelait « engagée ». (Femme, 50 ans, illustratrice de livres pour enfants, FdE_14b)

Réseaux d'acteurs et ancrage urbain des librairies

Si certains acteurs locaux ne font que se croiser dans la librairie, d'autres y gravitent plus durablement. De ce point de vue, la librairie n'est pas seulement un lieu d'accueil éphémère, pour une rencontre, un débat, elle est aussi un lieu de structuration de réseaux locaux et extra-locaux, parfois à long terme, qui participent de son ancrage durable dans une ville. En tant que lieu de culture spécifique, la librairie est impliquée dans différentes temporalités, différentes histoires locales, régionales, nationales voire transnationales¹³. Dans les faits, cependant, ces réseaux sont activés avec plus ou moins d'intensité.

Entrant dans une librairie de la rue de la Roquette à Paris, nous sommes pris à part par la libraire qui nous attire vers un étalage un peu particulier. Désignant le choix de livres, elle déclare : « Vous êtes écrivain ? Ce sont tous des écrivains qui habitent le quartier. » On discerne dans sa voix une pointe de fierté, qui signifie aussi l'appartenance de ce lieu, de la librairie, au monde littéraire local. La libraire se montre soucieuse des écrivains qui habitent le quartier, intégrant leur œuvre et leur personne dans ses fonds, reliant de la sorte le littéraire au local. Sa librairie n'est pas coupée du monde, elle en est partie prenante. Le rayonnement d'une librairie tient aussi à son réseau, réseau de la création littéraire dans l'exemple rue de la Roquette. Les acteurs présentés, associés au projet culturel de la librairie, la valorisent non seulement par leurs livres, mais aussi parce qu'ils habitent le quartier¹⁴.

L'implication de la librairie dans la promotion des auteurs locaux a été constatée sur chacun de nos terrains. Certaines librairies vont jusqu'à éditer ces auteurs (FdE, LG). Les autres leur consacrent au minimum un traitement particulier, par exemple en exposant leurs livres en vitrine (Parchemin, Lecreux). Ce travail particulier de valorisation des auteurs locaux est l'une des spécificités des librairies indépendantes. Ces derniers ne trouvent nulle part ailleurs cette même écoute, sauf s'ils sont déjà dotés d'une envergure nationale. Les librairies renforcent ainsi leur singularité, en tant que lieu de culture de proximité, en valorisant une forme de démocratie culturelle.

Des réseaux locaux aux réseaux extra-locaux

La promotion des auteurs locaux n'est pas la seule manière d'inscrire une librairie dans la vie culturelle de la ville. Deux des librairies de nos terrains, La Galerne et Folies d'Encre ont créé des prix littéraires. Le prix des Embouquineurs, par exemple, organisé à La Galerne, permet de tisser un double lien local et extra-local et d'ouvrir la librairie à des publics plus larges. Ce prix, destiné aux élèves de la tranche CP-3^e, mobilise non seulement de jeunes lecteurs, mais aussi leurs professeurs – et donc les parents. La manifestation rassemble ainsi des acteurs locaux et, simultanément, fait le lien entre plusieurs librairies de diverses régions de France, qui organisent elles-mêmes ce prix dans leur ville. Elle constitue ainsi un lien professionnel

42

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

à l'échelle nationale, entre grandes librairies reconnues, comme la librairie Dialogues à Brest ou L'Armitière à Rouen. Faire participer les acteurs de la ville, se situer à l'échelle locale comme acteur du livre, de la culture, de l'éducation, tout en se faisant connaître à l'échelle nationale participe de la construction du statut de la librairie dans la ville.

Chaque librairie développe sa propre stratégie de travail de réseaux, qui est largement influencée par la spécificité territoriale et la posture de départ du libraire. La circulation entre des réseaux locaux et nationaux est particulièrement forte chez LG et FdE, dont la longévité constitue un atout important. La librairie La Galerie, rappelons-le s'est positionnée dès le départ comme un lieu culturel à part entière, engageant une forte circulation de symboles littéraires ; elle a organisé progressivement une véritable stratégie culturelle. Repérée au niveau national grâce à une programmation mensuelle nourrie et à une participation à diverses initiatives littéraires nationales, La Galerie s'est imposée très rapidement comme un réel partenaire des institutions et des associations culturelles de la ville.

Cette librairie se présente à la fois comme un espace de valorisation de la culture locale et comme un lieu de diffusion de la culture internationale. Pour maints auteurs locaux (poètes, historiens, élus, etc.), mais aussi des photographes ou plasticiens, La Galerie agit comme un promoteur, de par son espace d'exposition réservé à l'accrochage de tableaux et sa capacité d'organisation d'événements. Mais ces événements qui promeuvent une dynamique culturelle locale alternent avec des rencontres culturelles où les invités sont de renommée internationale : Pascal Bruckner, Tzvetan Todorov, Philippe Geluck, Enki Bilal, Michel Serres, etc. La politique culturelle de La Galerie peut se résumer de la façon suivante, selon les termes mêmes de son propriétaire : « Nous avons non seulement vocation à amener la culture internationale au Havre, mais aussi à faire connaître la culture locale à l'extérieur. » Les deux missions qu'il attribue à sa librairie sont un moyen de la positionner sur un territoire mais aussi de participer au repositionnement territorial de la ville.

De même, la librairie Folies d'Encre travaille aussi bien son lien avec sa ville, Montreuil, avec son département, la Seine-Saint-Denis, qu'avec Paris, la capitale culturelle, et les milieux littéraires les plus reconnus. Certains écrivains parisiens soutiennent de manière appuyée Folies d'Encre, fréquentent la librairie, y associent leur image sur des affiches, la citent dans les médias¹⁵. Ce type de relation avec la capitale est à même de contribuer aux repositionnements territoriaux des villes de banlieue¹⁶. La valorisation de territoires excentrés passe ainsi par la construction d'une nouvelle proximité avec des centralités à fort capital symbolique et donc économique. La librairie peut jouer ce rôle de (re)-qualification territoriale.

Le statut local et territorial de la librairie (comme de tout lieu culturel) dépend fortement des représentations qu'elle mobilise et de sa dimension médiatique : il s'agit de « faire parler de soi ». La multiplication des projets et des initiatives est essentielle, qu'ils soient ou non directement liés à l'activité commerciale. À Montreuil, le propriétaire de FdE a été plus loin encore, puisqu'il est partie prenante de la création du plus important salon de littérature jeunesse à l'échelle nationale. Il est donc lié, non seulement aux réseaux culturels, mais aussi aux réseaux économiques et politiques

43

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

locaux, puisque les partenaires du salon sont municipaux, départementaux et régionaux. Le libraire est devenu une figure locale. Le salon, parmi d'autres événements, ancre ainsi plus profondément l'activité de la librairie et ses réseaux dans la ville. C'est aussi un élément supplémentaire de requalification d'un territoire par la culture.

Ce repositionnement territorial d'une ville de banlieue est donc le fruit de dynamiques plus larges, auxquelles la librairie participe. L'inscription de FdE dans des circuits territoriaux liés aux réseaux des mondes du livre relève à la fois du parcours personnel du libraire, de l'élargissement progressif de ses réseaux relationnels et d'une évolution territoriale attestée notamment par la reconnaissance dont bénéficient désormais le libraire et la ville :

Avant, si je devais me considérer comme un animateur culturel, ça n'était que local. Maintenant je suis devenu comme mes clients, c'est-à-dire il n'y a plus de frontières. J'étais chez le Ministre hier en tant qu'animateur culturel non seulement local, ou en tout cas local à dimension universelle. Bien sûr que je suis un animateur culturel local, mais ça s'arrête pas là. Quand je suis éditeur et que j'ai un livre qui se vend à Marseille, je suis un animateur culturel marseillais. (...). Quand j'avais une émission comme le Bateau Livre de Frédéric Ferney ou des émissions comme ça, c'est Montreuil qui y va, c'est le libraire de Montreuil qui y va. Et donc, c'est resituer Montreuil dans un espace qui n'est pas simplement un espace local, mais qui peut rayonner bien au-delà. (...). Il y a quinze ans, penser qu'un libraire de Montreuil pouvait se trouver dans une telle situation, c'était impensable, parce que Montreuil, c'était pas assez... ce n'était pas moi qui était en cause, c'était le statut d'être libraire de Montreuil. Maintenant, on est passé à autre chose et je participe à ce mouvement, (...) de reconnaissance de ce genre d'endroit. Maintenant il y a des librairies qui ont le droit d'être peut-être intelligent et donc venir parler à tel ou tel endroit. Montreuil il y a 25 ans, tu te dis : quel chemin parcouru. Je participe à ce chemin de reconnaissance. Maintenant, je ne suis qu'un participant. À l'émission, je suis venu parler de livres, mais il y a 25 ans, il aurait été impensable de faire venir quelqu'un de Montreuil pour parler livre. (Propriétaire, FdE)

Cette reconnaissance est d'ailleurs vivement appréciée par les usagers, qui en bénéficient eux-mêmes par ricochet :

Elle est super cette librairie, le patron est super, il passe bien à la télé. Il est passé au Bateau Livre. (Homme, 58 ans, professeur de guitare, FdE_16b)

44

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Notes

¹ Alain METTON, « Espoirs et amertumes du commerce des centres-villes », *Échanges/ Surfaces*, ARU, n° 78, 1992. ↑

² Nous ne pouvons pas chiffrer cette baisse mais, nous rendant à un an d'intervalle dans les deux librairies, avant et après l'ouverture, nous constatons cette baisse. Certains après-midi, pas plus de deux à trois clients ne viennent chez Lecreux. ↑

³ À laquelle s'ajoute la dimension rituelle et symbolique des marchés. ↑

⁴ François ASCHER, *Métapolis ou l'avenir des villes*, Odile Jacob, 1995. ↑

⁵ André LE GALL, dans *Lettres à mon libraire*, Rouergue/Lechoixdeslibraires.com. ↑

⁶ Voir Max WEBER, *Histoire économique, Esquisse d'une histoire universelle de l'économie et de la société*, Gallimard, 1991 et Jean REMY, *La ville phénomène économique*, Éditions Economica, 2000. ↑

⁷ *Prendre place : espace public et culture dramatique*, sous la direction d'Isaac JOSEPH, Recherches-Plan urbain, 1995, <http://www.ccic-cerisy.asso.fr/prendreplacedeplaceTM95.html>. ↑

⁸ *Op. cit.* ↑

⁹ La notion de démocratisation culturelle était ainsi résumée en 1959 d'un point de vue politique : « rendre accessibles les œuvres de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent » ; Décret du 24 juillet 1959 suite à la nomination d'André Malraux. La démocratie culturelle pose, elle, la reconnaissance et le soutien à des formes d'actions culturelles contemporaines souvent non institutionnelles. Elle reconnaît des formes de culture « populaires » ou « indigènes » (*grassrooted*). La politique de démocratie culturelle soutient les formes esthétiques produites par des acteurs traditionnellement « peu » légitimes de l'art. Voir Fabrice RAFFIN, « Vers une démocratie culturelle en Île-de-France? », *Les cahiers de l'IAURIF*, septembre 2008. ↑

¹⁰ Antoine PICON, *La ville territoire des cyborgs*, Les Éditions de l'Imprimeur, 1998 ; Antoine PICON, *Les Saint-simoniens : raison, imaginaire et utopie*, Belin, 2002. ↑

¹¹ Alain TARRIUS, *Fin de siècle incertaine à Perpignan*, Éd. Trabucaire Perpinyà, 1998. ↑

¹² Réponses au questionnaire passé dans les librairies de Castelsarrasin. ↑

¹³ Sur les analyses de réseaux et les temporalités sociales voir les travaux d'Alain TARRIUS, *Les fourmis d'Europe*, L'Harmattan 1992, ainsi que ceux de Ariel COLOMONOS, *Sociologie des réseaux transnationaux*, L'Harmattan, 1995. ↑

¹⁴ Un phénomène similaire était observable à Castelsarrasin lors de la sortie du livre du chanteur Pierre Perret, « figure artistique » locale, dont le livre fut mis en valeur dans les deux librairies de la ville. ↑

¹⁵ Notons ici un phénomène simultané, celui d'un lent processus de gentrification de Montreuil, où s'implante une population artistique issue du milieu artistique parisien. ↑

¹⁶ Nous observons un phénomène similaire dans le cas de l'implantation du Musée d'art contemporain dans la ville de Vitry/Seine, le Mac/Val, qui fait accéder la ville à une notoriété positive alors qu'elle était connue jusque-là quasi uniquement négativement, par des troubles dans ses « cités ». Le musée participe ainsi d'une requalification du territoire. Voir F. RAFFIN, *op. cit.* ↑

45

Un lieu de vie dans la ville : ce que la ville fait à la librairie, ce que la librairie fait à la ville

Conclusion

Librairies et clients indépendants ?

La librairie tire son origine du projet fondateur du libraire, on l'a vu, mais les usagers, par leurs pratiques, contribuent à leur tour à la construction de ce projet et le font évoluer : il s'agit bien d'un processus de coconstruction. Ainsi, fréquenter de manière motivée – voire systématique – une même librairie indépendante pour des motifs d'ordre culturel et/ou intellectuel (manifester son intérêt pour une orientation littéraire affichée par la librairie), par affinité (parce qu'on apprécie la personnalité du libraire et/ou de son équipe), ou pour des motifs qui relèvent de l'engagement de proximité et d'une certaine forme de militantisme (participer en tant que client au maintien et à la défense de ce type de commerce dans son quartier et dans l'espace public en général), c'est contribuer personnellement et plus ou moins activement à l'inscription de ce lieu culturel dans la ville. Ces attitudes semblaient assez courantes sur nos terrains d'enquête.

Si la librairie indépendante n'est pas, comme on l'a souvent entendu, un « commerce comme les autres », c'est sans doute aussi parce qu'elle apparaît dans les entretiens comme un espace de liberté, voire, curieusement, comme un espace de gratuité. C'est l'un de ses nombreux paradoxes :

Que signifie pour vous la librairie dans votre ville ?

— Heureusement que ça existe, heureusement que c'est là. Sinon la plupart du temps, la ville, on a vite fait le tour, tu restes chez toi devant la télé en attendant que ça passe. L'ANPE le matin, la maison l'après-midi et voilà quoi. Et puis La Galerie.

Et la plage ?

— On a vite fait le tour. La plage c'est bien quand on a les sous. Pour s'asseoir, boire un pot, mais quand on a fait le tour il y a rien de neuf, on y va une fois, ça suffit. Ici, il y a toujours des nouveautés qui arrivent. C'est bien. (Femme, 29 ans, demandeur d'emploi, prépare un concours d'aide-soignante, LG_10)

Cet usage non commercial des points de vente du livre n'est évidemment pas l'apanage des seules librairies indépendantes : on le trouve aussi bien dans certaines grandes surfaces culturelles. L'anonymat est même plus facile dans ces enseignes, ce qui peut favoriser les pratiques non commerciales que certains usagers perçoivent malgré tout comme étant plus ou moins déviantes (regarder simplement les nouveautés, consommer sur place, etc.). En revanche, les librairies indépendantes présentent l'avantage inverse pour d'autres types de personnes en recherche de lieux de sociabilité livresque. Pour celles-ci, l'intérêt principal de la librairie réside dans le fait qu'elle concentre dans un même espace des livres et des amateurs de livres. Qui plus est, pour ces mêmes lecteurs, c'est aussi un endroit physique où, contrairement à la bibliothèque publique, on peut discuter livres et lectures à voix haute, et où il est possible, contrairement à Internet, de croiser ou de rencontrer des « vrais gens » dans la « vraie vie ».

À la différence aussi des grandes surfaces culturelles actuelles, les librairies indépendantes sont plus souvent conçues et perçues comme étant des lieux d'expertise partagée. Là encore, ce ne sont pas les seuls commerces indépendants en ville qui présentent ce genre de qualité : on peut en effet la trouver chez certains cavistes ou même chez certains fleuristes qui pro-

posent des sélections exigeantes de produits et qui sont à même d'attirer à eux experts et amateurs éclairés (ce qui sous-entend également échanges de points de vue et conseils, discussions argumentées, etc.). Une nuance importante tient peut-être au fait que les librairies indépendantes exposent et mettent en vente des « biens de consommation » (qui sont aussi des biens symboliques ou « biens de salut culturel », selon l'expression de Max Weber) dont on peut assez facilement entamer la lecture sur place. Il est donc possible d'y passer un peu plus de temps que dans d'autres types de commerces sans vraiment « déranger » ou « détonner » (c'est sans doute moins évident chez un fleuriste ou un caviste) : l'espace et l'atmosphère des librairies s'y prêtent et nous avons vu qu'ils étaient l'un et l'autre souvent intentionnellement construits et aménagés pour cet usage.

Enfin, en tant qu'espaces de visibilisation et d'expérience du livre au sens le plus large, les librairies indépendantes jouent évidemment un rôle très important : elles l'affichent publiquement à travers leurs vitrines et leurs sélections et contribuent de la sorte à inscrire la pratique de lecture dans le tissu urbain¹. C'est ici que les caractéristiques de « normalité urbaine » et de « normalité culturelle » se révèlent décisives et font des librairies indépendantes des commerces décidément singuliers en tant que lieux culturels publics, à la fois proches et accessibles par certains côtés : des espaces chaleureux et personnalisés avec « un côté un peu bazar », mais aussi des « îlots », des « bulles », des « réservoirs », des « sources », des « poumons », des « oasis », comme nous avons pu l'entendre dans nos entretiens.

Notes

¹ Sans doute beaucoup plus que d'autres institutions du livre telles que les bibliothèques publiques qui s'autorisent moins ce rôle d'interface *via* les vitrines et les tables de présentation. ↑