

Diplôme de Conservateur des Bibliothèques

Mémoire d'étude / Janvier 2009

**Transmettre le livre : pratiques
professionnelles en librairie et en
bibliothèque**

MARILL Héloïse

Sous la direction de François Rouet

Responsable des études économiques – Département des Etudes, de la
Prospective et des statistiques, Ministère de la Culture et de la
Communication

Remerciements

Je remercie chaleureusement toutes les personnes qui ont accepté de me rencontrer dans le cadre de cette étude et qui ont consacré un temps précieux à répondre à mes questions : libraires, bibliothécaires, architectes. Je remercie également mon directeur de mémoire, M. François Rouet dont les conseils réguliers et avisés m'ont permis d'avancer sur un chemin dégagé. Et comme toujours, je remercie ma sœur Stéphane, à l'œil et au stylo acérés.

Résumé :

L'attractivité des bibliothèques repose sur une certaine proximité avec ses publics qui se manifeste en partie dans la mise en scène choisie pour ses collections. Au-delà des caractéristiques propres à chacune des professions de bibliothécaire et de libraire, les stratégies de séduction adoptées dans la présentation de soi et des collections peuvent être comparées afin d'envisager la possibilité d'échanges de compétences. La nécessaire adaptation à un public changeant justifie une collaboration interprofessionnelle sur les solutions trouvées pour mieux le séduire, au premier rang desquelles se place sa participation à la vie de la structure, de manière directe et indirecte.

Descripteurs :

Bibliothèques--Utilisation de l'espace--France
Bibliothèques--Architecture--France
Librairies--Utilisation de l'espace--France
Librairies--orientation des lecteurs--France

Abstract :

The attractiveness of the libraries rests on a certain nearness with its public which appears partly in the setting in scene chosen for its collections. Beyond the characteristics suitable for each occupation of librarian and bookseller, the strategies of seduction adopted in the presentation of oneself and the collections can be compared in order to consider the possibility of exchanges of competences. The necessary adaptation to a changing public justifies an interprofessional collaboration on the solutions found for alluring best, the first of which its participation in the life of the structure is placed, in a direct and indirect way.

Keywords :

*Libraries--Use of space--France
Libraries--Structure--France
Bookshops--Use of space--France
Bookshops--orientation of the readers--France*

Droits d'auteurs

Droits d'auteur réservés.

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.
--

Table des matières

INTRODUCTION	7
I) TRANSMETTRE LE LIVRE SELON DES PRÉSUPPOSÉS DIFFÉRENTS MAIS DÉPASSABLES	13
1.1) UN PUBLIC COMMUN AUX ATTENTES DIVERSIFIÉES APPELANT À UNE MÉDIATION AU SEIN D'UNE ECONOMIE PEU RENTABLE	13
1.1.1) <i>Que sont le livre et la lecture devenus ? : désacralisation, dématérialisation et diversification des usages</i>	<i>13</i>
1.1.2) <i>Un même public pour les bibliothèques et les librairies</i>	<i>16</i>
1.1.3) <i>La librairie : un secteur économique fragile</i>	<i>18</i>
1.2) UN OBJECTIF IDENTIQUE MAIS DES ENJEUX ET DES CONTRAINTES DIFFÉRENTS	22
1.2.1) <i>Libraires : une identité professionnelle duale</i>	<i>22</i>
1.2.2) <i>Bibliothécaires : une identité professionnelle en question</i>	<i>28</i>
1.2.3) <i>Un écart lié à l'appartenance à la sphère publique ou privée</i>	<i>34</i>
1.3) DES RELATIONS INTERPROFESSIONNELLES D'UNE RARE COMPLEXITÉ....	39
1.3.1) <i>Une relation fonctionnelle forte autour de l'approvisionnement</i>	<i>39</i>
1.3.2) <i>La rencontre lors de la participation à des actions communes</i>	<i>42</i>
1.3.3) <i>Des représentations réciproques mêlant proximité et exclusion</i>	<i>43</i>
1.3.4) <i>Plus de complémentarité que de concurrence</i>	<i>45</i>
II) DES PRATIQUES PROFESSIONNELLES PEU SIMILAIRES MAIS TRANSPOSABLES	49
2.1) LA PRÉSENTATION DE SOI : COMMUNIQUER SUR CE QU'ON EST OU SUR CE QU'ON OFFRE	50
2.1.1) <i>L'architecture extérieure : prestige versus modestie</i>	<i>50</i>
2.1.2) <i>L'organisation spatiale intérieure : linéarité versus mouvement</i>	<i>57</i>
2.2) LA PRÉSENTATION DES COLLECTIONS : ÊTRE UN LIEU D'USAGE OU UN LIEU D'EXPOSITION	65
2.2.1) <i>Des stratégies d'attractivité transférables</i>	<i>66</i>
2.2.2) <i>Des choix d'équipements intérieurs à partager</i>	<i>71</i>
- <i>Eclairage</i>	<i>71</i>
- <i>Mobilier</i>	<i>72</i>
- <i>Signalétique</i>	<i>75</i>
- <i>Classements</i>	<i>76</i>
2.3) LA VIE DU LIEU : CONSTRUIRE POUR OU AVEC LES PUBLICS	79
2.3.1) <i>Une constitution des collections entre organisation des savoirs et circulation de la nouveauté</i>	<i>79</i>
2.3.2) <i>Un rapport au public entre autonomie et réactivité</i>	<i>83</i>
2.3.3) <i>Des animations entre recul critique et actualité</i>	<i>87</i>
CONCLUSION	91
BIBLIOGRAPHIE	93

INTRODUCTION

« *En matière de culture, la manière d'offrir est indissociable de l'objet offert* »¹.

Jean-Claude Passeron

En généralisant le modèle de la lecture publique, fondée sur des collections abondantes, diversifiées, multi supports et proposées en libre accès, les bibliothèques publiques françaises ont effectué une mue qui a conduit à un renouvellement des questionnements sur leur missions et sur leurs enjeux. Une de ces conséquences, et non des moindres, est d'avoir placé de façon durable la question du public au centre des débats sur les objectifs du travail des bibliothécaires qui étaient jusqu'à récemment clairement au service des collections. La situation est plus floue aujourd'hui, notamment dans la mesure où les bibliothèques doivent rendre compte de leur utilité sociale à leurs tutelles en avançant des statistiques d'emprunt et de fréquentation. L'image, la notoriété, l'attractivité des bibliothèques sont à présent des enjeux d'importance qui peuvent conditionner les ressources qui leur sont dévolues.

La question des publics a elle-même plusieurs facettes. La multiplication des enquêtes de publics, satisfaction et usages, se place dans le cadre d'une réflexion sur l'évolution de l'offre de la bibliothèque dans le sens d'une meilleure adaptation à des demandes exprimées et latentes des publics. Ceci nourrit un débat récurrent sur le rôle des bibliothèques : être au service du public implique-t-il de suivre la demande ou de la susciter ? Doit-on seulement répondre, si tant est que cela soit possible, aux attentes de ces publics ou également proposer des services et des documents qu'ils n'attendent pas, sachant qu'en matière de culture tout particulièrement, l'étendue de la demande est susceptible de se restreindre drastiquement si elle n'est pas constamment aiguillonnée par une offre médiatisée ?

Penser aux publics tant présents qu'absents implique donc de réévaluer le positionnement de la bibliothèque par rapport à eux, en terme d'offre documentaire et de

¹ **PASSERON**, Jean-Claude, « Intervention ». In : *Actes du colloque lecture et bibliothèques publiques, 1981, Hénin-Beaumont*. Lille : O.R.C, 1983. p. 285

services. Mais également, penser aux publics tant présents qu'absents conduit à s'interroger sur la manière dont la bibliothèque se présente à eux et sur la manière dont elle propose son offre documentaire et ses services.

L'articulation entre les collections et l'espace de la bibliothèque, à des fins non plus de conservation mais de communication, afin de favoriser la transmission du contenu des documents est la clef de voûte de l'étude proposée ici. Dans les bibliothèques publiques n'ayant pas pour mission la conservation, quelle que soit la position adoptée entre offre et demande, les choix documentaires effectués ne prennent leur sens que s'ils rencontrent un public, présent ou futur et apportent la satisfaction des besoins auxquels répondent habituellement les produits culturels. Or cette rencontre est d'autant plus probable que le document est visible, signalé, mis en scène. Par le biais des collections mises en espace, une relation s'établit entre la bibliothèque et les publics. La façon qu'à la bibliothèque de s'adresser à eux par le truchement des documents induit la perception qu'ils ont d'elle, le bien-être qu'ils retirent de sa fréquentation, elle motive la première entrée dans le lieu et justifie la pérennité de son usage. C'est pourquoi, il semble important de réfléchir aux moyens à mettre en œuvre pour favoriser la rencontre entre le public et les collections et en multiplier les opportunités.

Or « *la bibliothèque n'étant pas seule dans le monde du savoir et de la culture, sachons nous tourner vers nos partenaires, pour confronter nos expériences et prendre les bonnes idées là où elles sont. Qui mieux que le libraire sait mettre en scène les livres, pour donner au passant l'envie de lire ?* »². Par rapport à ces injonctions, il a semblé propice de faire une incursion dans le monde de la librairie et d'en étudier les pratiques professionnelles afin de mettre en perspective celles des bibliothécaires en matière de mise en espace des collections. En effet, librairie et bibliothèque sont situées au même niveau de la chaîne du livre, celui de la rencontre de la production éditoriale avec son public. Mais si elles ont une certaine similitude dans leurs objectifs, ceux liés à la transmission du livre, elles emploient des stratégies différentes pour séduire le lecteur. Quelles sont les pierres d'achoppement à partir desquelles les logiques de chacune divergent ?

² ALIX, Yves, « Le théâtre du savoir », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2008, n° 4, p. 1

La différence essentielle entre ces deux entités est l'appartenance de l'une à la sphère marchande et fonctionnant selon l'intérêt privé et l'inscription de l'autre dans la sphère publique, politique et fonctionnant selon l'intérêt général. Si cette distinction est bien un critère opératoire satisfaisant pour comprendre les écarts entre les pratiques professionnelles de l'une et l'autre des structures, elle n'en n'est pas pour autant la cause unique. Par ailleurs, cette frontière public/privé pourrait dans une certaine mesure être franchie afin d'envisager des apports réciproques en terme de compétence et d'expérience.

Comprendre comment se structure la transmission des produits culturels au sein de deux entités ayant entre elles des relations complexes nécessite de prendre en compte l'ensemble des documents proposés dans la diversité de leurs supports et de leurs contenus, ainsi que la variété des stratégies mise en œuvre au sein de chaque établissement en relation avec le public particulier auquel il s'adresse. Cependant, l'ampleur d'une telle étude tient de la gageure au regard du temps imparti et des moyens disponibles. Par contre, circonscrire le questionnement à un seul support, le livre, encore majoritaire dans les acquisitions et les prêts, et analyser quelques établissements en tenant compte de leur représentativité par rapport à l'ensemble des librairies et des bibliothèques et en s'appuyant sur leurs particularités propres peut permettre de dégager quelques lignes de force quant aux manières de faciliter la rencontre entre le livre et le lecteur au-delà des contraintes propres à chacune des deux professions.

Dans cette mesure, le choix s'est porté sur trois librairies et trois bibliothèques, en fonction de leur proximité par rapport aux modèles idéal-typiques à l'œuvre dans chacune des professions (librairie indépendante multi-spécialiste et bibliothèque publique s'adressant à tous les publics, ayant tous les supports, avec des collections présentées en libre-accès) et en fonction de leur ressemblance deux à deux. Ainsi, de nombreux types de librairies et de bibliothèques ont été écartés. Pour les dernières, seules des bibliothèques municipales ont été étudiées, en tenant compte de leur modernité, de leur particularité architecturale, et de leur taille, étant donné que la surface a des conséquences en termes d'étendue des collections et de type de relations développées avec les publics. Pour les librairies, dont la définition est ardue et dont les différents types se mélangent, le champ a été restreint à deux librairies indépendantes généralistes et à une librairie appartenant à une chaîne. Toutes trois sont en bonne santé

économique et figurent au classement de 2008 des 400 premières librairies françaises établi par Livres Hebdo³.

Là encore, le critère de ressemblance avec les bibliothèques choisies a été important notamment en ce qui concerne la taille des établissements. Les autres lieux de vente de livres, tels que les rayons librairies des hypermarchés et des grands magasins, les grandes surfaces spécialisées et les Maisons de la Presse, ont été exclus du corpus, en raison de l'existence d'un clivage idéologique entre ceux qui se considèrent comme des « vrais libraires » et ceux qui ne sont que des « vendeurs de livres ». Les causes et les implications de cette ligne de partage seront détaillées plus loin, mais il peut d'ores et déjà être avancé que c'est précisément ce qui fait la qualité de libraire et dans cette mesure ce qui détermine la présentation des collections qu'il choisit qui méritait d'être étudié ici. Néanmoins les stratégies de présentation adoptées par ces lieux de vente pourraient faire l'objet d'une étude ultérieure en raison notamment de leur proximité avec la grande distribution⁴ et de l'importance de leur parts de marché au regard de l'ensemble des ventes de livres⁵. Le corpus se compose donc de la Médiathèque José Cabanis et de la Librairie Ombres Blanches à Toulouse, de la Bibliothèque du 1^{er} arrondissement et de la Librairie Vivement Dimanche à Lyon, de la Librairie Chapitre Privat à Lyon et de la Médiathèque Lucie Aubrac à Vénissieux⁶.

Pour chacune des structures étudiées des entretiens en été menés avec les responsables afin de mettre en évidence leurs représentations des deux métiers et d'explicitier les positionnements et les stratégies globales mises en œuvre dans chacune des structures étudiées. Une phase d'observation est venue compléter ces rencontres au cours de laquelle certains points ont été plus particulièrement détaillés : la signalisation extérieure, l'organisation des vitrines, l'aménagement intérieur de l'espace, la signalétique, le classement et les titres mis en avant. L'analyse de la littérature professionnelle se rapportant à ces éléments a été nécessaire pour la préparation du travail de terrain et l'élaboration des premières hypothèses. A côté des articles et des monographies proposant une réflexion sur les thèmes abordés, des manuels destinés aux bibliothécaires d'une part et aux libraires d'autre part ont été consultés puisque ces

³ « Les 400 premières librairies », *Livres Hebdo*, 14 mars 2008, n°725, p. 7-20

⁴ Voir à ce sujet les travaux dont une synthèse est proposée dans FLOCH, Jean-Marie, « L'apport de la sémiotique structurale au design d'un hypermarché », *Recherche et applications en marketing*, 1989, n°4. p. 23-27.

⁵ ROBIN, Christian, *Le livre et l'édition*, p. 24

⁶ Librairie Ombres Blanches : 15^{ème} du classement publié dans *Livres Hebdo*, Librairie Chapitre Privat : 18^{ème}, Librairie Vivement Dimanche : 323^{ème}

recommandations de professionnels à l'usage de leurs pairs en formation mettent en évidence l'esprit de chacune des deux professions et la façon dont chacune se positionne par rapport au public et construit son rapport à lui. Un premier obstacle a été que si la réflexion sur les bibliothèques donne lieu à une production importante, les ouvrages concernant les librairies sont peu nombreux et surtout ne sont pas porteurs d'une réflexion sur le métier dans son ensemble. Hormis les travaux de Frédérique Leblanc auxquels il sera fait abondamment référence, les ouvrages sur la librairie sont majoritairement les manuels qui accompagnent la formation de l'Institut National de Formation de la Librairie (INFL) ou des rapports sur l'état de la librairie indépendante. Le travail de terrain a donc été essentiel pour saisir les caractéristiques des pratiques professionnelles des libraires.

Des entretiens ont également été réalisés avec un architecte ayant participé à la construction ou la rénovation de nombreuses librairies, M. Pierre-Yves Gimenez ainsi qu'avec la responsable du pôle Marketing de la Bibliothèque Municipale de Lyon, Mme Sandrine Chomel-Isaac afin de comprendre les principes de base à l'œuvre dans l'aménagement des librairies et dans le développement des publics en bibliothèque.

A partir de l'étude de ces six structures, nous avons d'abord cherché à cerner, compte tenu des transformations à l'œuvre dans la relation entretenue avec le livre et la lecture, les caractéristiques propres à chacun des deux métiers et les canaux d'échanges existant entre eux (I), pour comparer ensuite leurs pratiques professionnelles et apprécier ainsi la possibilité et le bénéfice d'apports réciproques en matière de valorisation des collections (II).

I) TRANSMETTRE LE LIVRE SELON DES PRÉSUPPOSÉS DIFFÉRENTS MAIS DÉPASSABLES

Si nombreux sont les Cassandres annonçant la disparition du livre que les structures en charge de sa diffusion seraient condamnées à une extinction rapide. Et cette étude n'aurait donc pas lieu d'être. Pourquoi se préoccuper en effet des pratiques de scénographie et d'attractivité quand celles-ci sont promises à rejoindre le cimetière des métiers oubliés ? Il convient donc dans un premier temps de reposer la question des conséquences de l'évolution actuelle du rapport au livre et à la lecture dans notre société (1.1) et d'en identifier quelques acteurs à savoir les lecteurs, les libraires et les bibliothécaires (1.2). Face aux mutations que vivent les uns et les autres de façon plus ou moins volontaire, il importe de sonder la qualité des relations entre ces deux professions avant de jeter les bases d'une éventuelle collaboration (1.3).

1.1) UN PUBLIC COMMUN AUX ATTENTES DIVERSIFIÉES APPELANT À UNE MÉDIATION AU SEIN D'UNE ECONOMIE PEU RENTABLE

Les évolutions technologiques et sociales ont conduit à un changement dans la perception du livre (1.1.1) par un public de lecteurs qui semble n'être plus qu'une peau de chagrin (1.1.2), cible d'un marché de prestige mais point de poids (1.1.3). Le rôle des bibliothèques et des librairies s'en trouve d'autant plus confirmé qu'elles sont les lieux d'une désormais indispensable médiation.

1.1.1) Que sont le livre et la lecture devenus ? : désacralisation, dématérialisation et diversification des usages

Représenté dans de nombreuses œuvres picturales, comme par exemple *L'Annonciation* de Léonard de Vinci ou encore le *Saint-Matthias* de Georges de la Tour, le livre a longtemps été un symbole de savoir et de sagesse et c'est à ce titre qu'il figurait dans ces œuvres. Selon Régis Debray⁷, l'objet livre aurait perdu son pouvoir symbolique qui faisait de lui un outil d'émancipation sociale. Le livre se serait désacralisé pour devenir aujourd'hui un bien de consommation courante. Néanmoins, il

⁷ DEBRAY, Régis, « Dématérialisation et désacralisation : le livre comme objet symbolique », *Le Débat*, sept-oct 1995, n°86, p. 22

persiste en France l'idée que le livre n'est pas un produit comme les autres, principe fondateur de la loi Lang de 1981 instaurant un prix unique du livre. Dans l'introduction de son rapport, Sophie Barluet affirme ce principe en appuyant sur l'importance du maintien de la qualité et de la diversité éditoriale, « *gage de liberté, d'innovation, de démocratie* »⁸. Désacralisé peut-être, par rapport à l'époque où il était rare et de ce fait réservé à une élite, le livre n'en reste pas moins attaché à un ensemble de valeurs (liberté, démocratie, réalisation individuelle et sociale) qui en font un bien particulier dans la sphère marchande. Par ailleurs, l'idée de la déperdition du pouvoir symbolique de l'objet livre est à nuancer par exemple en tenant compte d'une part de la persistance dans les interview télédiffusées de bibliothèques en arrière-plan, gage de la pertinence des propos de l'interviewé, et d'autre part du fait que la motivation essentielle de l'achat de livre est la possession de celui-ci⁹, notamment en vue de constituer une bibliothèque privée, or la présence ou non d'une bibliothèque chez soi demeure un signe social fort : « *à travers sa bibliothèque, on projette ce que l'on est ou ce que l'on souhaite montrer* »¹⁰.

Enfin, le livre reste présent dans l'ensemble de la société, répondant aujourd'hui à de multiples besoins selon la typologie suivante¹¹ :

- plaisir : recherche de distraction, d'évasion, de rêve
- utile : recherche d'une information, apprentissage de savoir-faire
- savante : instruction et renouvellement des connaissances
- développement personnel : refuge, recherche de liberté intérieure, retour sur soi, renouvellement des opinions, développement de la créativité.

Ces différents besoins conduisent à une diversification des pratiques de lecture, induite notamment selon Marc Augé par le développement de la lecture utile et le recul de la lecture savante. Et ce d'autant plus qu'il est une autre évolution qui caractérise le livre aujourd'hui et qui remet en question l'avenir des structures chargées de sa diffusion : sa dématérialisation. En effet, la lecture sur écran induit des changements

⁸ BARLUET, Sophie, *Rapport Livre 2010 : Pour que vive la politique du livre*, Juin 2007, p.7

⁹ RENARD, Hervé, « Achat et emprunt de livres : Concurrence ou complémentarité ? », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1995, t.40, n°5, p. 26

¹⁰ YVERT, Benoît, « L'avenir du livre », *Le Débat*, p.7

¹¹ ASFODEL, *Le métier de libraire*, p. 63

dans les pratiques de lecture : « *banalisation du support alors que la matérialité des objets est porteuse de sens et d'une hiérarchie du discours, incapacité de saisir d'un seul regard la totalité de l'objet et du projet intellectuel qu'il traduit, dissolution du pacte de confiance entre l'auteur et le lecteur qui peut, grâce à la richesse d'Internet, vérifier l'authenticité de ce qui est écrit, [...], fin de la pérennité du texte imprimé, le lecteur pouvant intervenir à tout moment pour le modifier et donc fin d'une stabilité qui était le fondement même* »¹² de l'écrit. Etudiant les conséquences de la dématérialisation des textes sur les manières de lire, Christian Vanderdorpe¹³ explique en effet que la logique de l'hypertexte conduit à sortir du carcan de la lecture linéaire au profit d'une lecture plus fragmentée, dont le lecteur a lui-même la maîtrise.

Les questionnements quant à une possible disparition du livre sont récurrents et traduisent l'inquiétude de l'ensemble des professionnels de la chaîne du livre. En fait, il semble que ce soit plus en fonction des besoins cités ci-dessus que la matérialité du livre pourrait continuer à être privilégiée ou non par les lecteurs. Selon Benoît Yvert¹⁴, pour tous les livres qui répondent à une recherche de plaisir (littérature) ou de savoir (essais), tant que les supports de lecture électronique n'offriront pas le confort de lecture du livre, ce dernier devrait continuer à se développer. Au confort de lecture s'additionne en outre, un besoin d'appropriation du livre. Par contre, pour tous les textes relevant de la lecture devoir ou de la lecture utile, les supports numériques seront certainement préférés au livre, compte tenu de leur accessibilité moyennant une infrastructure technique conséquente (ordinateur et connexion Internet). Enfin, en ce qui concerne les structures de diffusion, Jean-Yves Mollier¹⁵ pense que les lecteurs continueront à avoir besoin d'aller en librairie et en bibliothèque car ce sont des espaces agréables, conviviaux, des lieux de rupture avec le monde extérieur. La plus-value qu'ils peuvent apporter par rapport à un marché de la vente en ligne en pleine croissance consiste donc à proposer une relation humaine privilégiée, permettant la découverte de certains titres au sein d'un espace bien réel dans lequel une majorité de lecteurs se sentent à la fois confiants et détendus.

La désacralisation de l'objet-livre, sa dématérialisation et la diversification concomitante des pratiques de lecture ont pour conséquences que le livre perdrait de

¹² **BARLUET**, Sophie, *Rapport Livre 2010 : Pour que vive la politique du livre*, Juin 2007, p.4

¹³ **VANDERDORPE**, Christian, *Du papyrus à l'Hypertexte*, p. 127

¹⁴ **YVERT**, Benoît, « L'avenir du livre », *Le Débat*, p.7

¹⁵ **MOLLIER**, Jean-Yves [sous la dir.], *Où va le livre ?* p. 289

son prestige sans pour autant perdre de son utilité. Les lieux physiques de la transmission du livre ne sont plus des points de passage obligés pour qui souhaite y avoir accès ce qui implique qu'ils se positionnent à présent en fonction de leur capacité à apporter des réponses particulières à des attentes diversifiées, en valorisant et en médiatisant leur offre documentaire.

1.1.2) Un même public pour les bibliothèques et les librairies

Cette étude ayant pour sujet la transmission du livre, il convient de faire le point sur les destinataires de cette transmission. Quel est le profil des amateurs de livres ? Qui sont les personnes qui vont en bibliothèque et/ou en librairie ? Et par conséquent, à qui s'adressent majoritairement les bibliothécaires et les libraires ? Les codes utilisés et les stratégies d'attractivité et de séduction des publics sont en effet à comprendre dans ce cadre là. Est-on dans la situation où des professionnels s'adressent à un public dont ils sont proches culturellement par des codes qui sont compris par eux, ou bien s'adressent-ils à un public hétérogène avec des moyens qui ne sont pas compris par tous, ou encore que les professionnels adaptent à chaque catégorie qu'ils perçoivent ?

Revenons sur les différentes enquêtes sur les pratiques culturelles des Français, réalisées par Olivier Donnat en 1973, 1981, 1989 et 1997. Plusieurs tendances sont mises en évidence¹⁶: l'augmentation du nombre de faible lecteurs (moins d'un livre/mois), la stagnation des moyens lecteurs (1 à 2 livres par mois) et la baisse du nombre de gros lecteurs (plus de 2 livres par mois). Celles-ci pourraient s'expliquer par l'arbitrage fait par chacun entre la lecture et les autres activités de loisirs (sport, cinéma, jeux vidéos, Internet, télévision). Pour 40% des Français, la lecture est en effet un loisir au même titre que d'autres, 35% déclarent considérer la lecture comme l'une de leurs activités préférées, les 15% restant n'y voient que peu d'intérêt¹⁷. Ces enquêtes mettent également en évidence une baisse significative du nombre de lecteurs parmi la classe d'âge des 15-19 ans et une féminisation du lectorat. Cependant, la lecture reste une pratique généralisée puisque plus des ¾ des Français l'ont pratiquée au cours des 12 mois précédent l'enquête réalisée par le CREDOC en 2005¹⁸.

¹⁶ DONNAT, Olivier [sous la dir.], *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, p. 58-77

¹⁷ ASFODEL, *Le métier de libraire*, p. 63

¹⁸ CREDOC, *Fréquentation, usages et image des bibliothèques municipales en 2005* cité par BARLUET, Sophie, *Rapport Livre 2010 : Pour que vive la politique du livre*, Juin 2007, p. 9

Concernant la fréquentation des librairies et des bibliothèques, il convient de se référer à l'enquête menée par Hervé Renard, *Pratiques et opinions des emprunteurs et des acheteurs de livres*, réalisée en 1993 dans le cadre de l'étude *Les bibliothèques, acteurs de l'économie du livre : l'articulation achat/emprunt*¹⁹. D'après cette étude, « l'achat de livres demeure une pratique généralisée, puisqu'elle concerne 60 % de la population des plus de 15 ans, soit deux fois plus que la fréquentation des bibliothèques (30 %) ». Le taux de la population achetant des livres est en augmentation faible depuis 1973, puisqu'il était à cette date de 51%. Par ailleurs, Hervé Renard distingue quatre catégories de personnes selon leur rapport au livre : les emprunteurs-acheteurs, les emprunteurs exclusifs, les acheteurs exclusifs (23% de la population) et les réfractaires au livre (32 %). Il ressort de cette catégorisation que les librairies et les bibliothèques ont un public identique puisque les ¾ des emprunteurs sont aussi des acheteurs.

Considérant le poids des structures sociodémographiques, Hervé Renard met en évidence un « *réel clivage sociodémographique* » entre les emprunteurs-acheteurs et les réfractaires au livre. Les premiers sont constitués en majorité de femmes et de cadres supérieurs, de professions libérales, de professions intermédiaires, de personnes ayant niveau bac et plus, habitant en ville et ayant des enfants au foyer, cette catégorie compte aussi une forte proportion d'étudiants et de lycéens. Les seconds sont composés en majorité d'hommes, d'ouvriers, de retraités ou d'inactifs, ayant un niveau d'instruction faible (certificat d'étude), habitant en zone rurale.

« *Quant aux populations qui ne s'adonnent qu'à l'une des deux pratiques – les emprunteurs exclusifs et les acheteurs exclusifs –, elles se situent, pour l'ensemble des critères sociodémographiques, sur des positions intermédiaires entre ces deux extrêmes : pour ne prendre qu'un exemple, les emprunteurs exclusifs et les acheteurs exclusifs comptent deux fois moins de diplômés du supérieur que les emprunteurs acheteurs (respectivement 10 % et 12,7 %, contre 25,4 %), mais nettement plus cependant que les réfractaires au livre (3,6 %) »*²⁰. Les acheteurs exclusifs, le public propre aux librairies, est sensiblement proche socio-démographiquement de celui des emprunteurs exclusifs, bien que l'on compte chez ces derniers plus de jeunes (15-19 ans), plus d'étudiants et lycéens, « *tandis que les acheteurs exclusifs sont en*

¹⁹ Une synthèse des résultats de ce dispositif a été publiée dans **RENARD**, Hervé, « Achat et emprunt de livres : Concurrence ou complémentarité ? », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1995, t.40, n°5, p. 26-34.

²⁰ *Ibid.*

comparaison plus aisés, plus urbains et comptent davantage de foyers avec enfants et de personnes d'âge moyen (25/49 ans) ».

A la diversification des pratiques de lecture répondrait donc une certaine homogénéité des publics de librairie et de bibliothèque, dont la structure demeure stable depuis trente ans, c'est-à-dire principalement composée de personnes déjà acquises à la culture et à la lecture. La transmission du livre se ferait en conséquence entre personnes socialement et culturellement proches. Les librairies et les bibliothèques desserviraient un même public mais en employant parfois des codes et des stratégies différentes, qui demeurent cependant toutes a priori connues et comprises par leurs publics (par exemple le classement des titres en grandes catégories issues des disciplines universitaires ou du langage naturel). Un échange sur ces stratégies et leur adaptation aux particularités de chaque profession semble donc fondé. Les solutions trouvées par chacun pour favoriser la rencontre entre les livres et les lecteurs devraient d'autant plus être partagées que la part de lecteurs dans la population n'augmente pas significativement et que la désaffection des jeunes pour la lecture est notable. Face à ces tendances, une réflexion globale et commune sur l'évolution des lieux physiques de transmission du livre ainsi que sur les diverses actions menées pour lutter contre la non lecture voire l'illettrisme mériterait d'être envisagée.

1.1.3) La librairie : un secteur économique fragile

La dématérialisation de l'écrit et la diversification des pratiques de lecture impliquent une évolution de l'offre des structures chargées de la diffusion du livre. Pour saisir le sens de ces évolutions possibles, il convient à présent de faire le point sur l'état de ce secteur économique, et plus particulièrement sur celui des librairies indépendantes.

Il y a plusieurs canaux de distribution du livre. Tous les points de vente cumulés représentent 25 000 lieux qui proposent des livres ; parmi eux, 3 000 sont des librairies indépendantes, 800 sont des grandes surfaces multimédias : Fnac, Virgin, Cultura, Espaces Culturels Leclerc ; 10 000 sont constitués par les rayons livre des hypermarchés et des supermarchés, 11 000 sont des petits points de vente de proximité, également maisons de la presse, papeterie, tabacs²¹. Parmi les librairies indépendantes, c'est-à-dire celles qui réalisent plus de 50% de leur chiffre d'affaire avec le livre et dont la propriété

²¹ ROUET, François, *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, p.194

appartient à une personne ou un groupe dont l'activité principale est précisément la librairie (c'est-à-dire n'appartenant pas à des grands groupes multinationaux ayant des activités non culturelles), des catégories sont distinguées en fonction de la surface, du stock et du chiffre d'affaire : librairies de 1^{er}, 2^{ème} et 3^{ème} niveau. Or, si 60% des Français achètent des livres, alors que seulement 25 à 30% d'entre eux vont en bibliothèque, il apparaît que ce sont environ 24% des Français qui achètent dans les librairies indépendantes, 20% les grandes surfaces multimédias et 15% qui achètent leur livre dans le réseau de la grande distribution.

Selon l'étude sur la Situation économique de la librairie indépendante²², la rentabilité moyenne d'une librairie est de 1,4%, cependant cette rentabilité varie avec la taille de la librairie, les plus petites ayant souvent un résultat courant négatif. La librairie est donc une activité très peu rentable (ce qui a des conséquences en matière d'identité professionnelle des libraires comme on le verra plus loin), et surtout particulièrement fragile et sensible aux évolutions du livre et du marché. Marché dont la santé est assez fluctuante : après une croissance continue depuis 1998²³, les ventes de livre ont connu un tassement en 2005 et 2006 (recul par rapport aux années précédentes des ventes de livres au détail) et semblent repartir à la hausse depuis 2007. D'après les baromètres LivresHebdo/I+C, les ventes de livres au détail ont progressé de 3% en euros courants et de 2% en volume par rapport à 2006.

Néanmoins, cette croissance varie selon les circuits de distribution. C'est la vente en ligne qui s'est particulièrement développée en 2007 (+ 17%) et les grandes surfaces culturelles, qui ont connu une forte augmentation des ventes (+ 5.5%). Les ventes en librairies de 1^{er} niveau ont progressé de 1.5%, mais les librairies de 2^{ème} niveau affichent une baisse de -2%, leur performance s'est cependant moins dégradée que l'année précédente. Enfin, les librairies sont comme prises dans un étau : d'une part le développement des autres réseaux de distribution (notamment grandes surfaces culturelles et hypermarchés) érodent leurs parts de marché, tout en étant mieux armés pour négocier avec les éditeurs et moins diversifiés dans leur proposition. D'autre part, les coûts fixes des libraires sont en croissance exponentielle : hausse du prix de l'immobilier, des salaires, des fonds, des transports, ce qui grève leur rentabilité et limite leurs possibilités de développement.

²² **OBSERVATOIRE DE L'ECONOMIE DU LIVRE**, *Situation économique de la librairie indépendante*, 2007. Disponible sur < <http://www.centrenationaldulivre.fr/?Situation-economique-de-la>>, mis à jour le 29 mai 2007, [consulté le 15 juin 2008], 10 p.

Enfin, elles font difficilement face à la caractéristique particulière de l'industrie éditoriale : une production en croissance constante depuis 1998 jusqu'à la situation actuelle de surproduction. En 2007, ce sont plus de 45 000 nouveaux titres (nouveauautés et nouvelles éditions) qu'ont dû traiter les libraires, c'est-à-dire plus que l'ensemble du fonds de la plupart des librairies (environ 15 000 à 40 000 pour des librairies moyennes). A la rentrée 2007, les libraires ont eu à choisir entre 657 nouveaux titres de romans et d'essais. Or, si la mission essentielle du libraire est de proposer une vision structurée de l'offre éditoriale, de son actualité, l'avalanche des titres parus rend de plus en plus complexe l'exercice du métier : « *Dans les meilleurs cas, les libraires n'ont plus le temps que d'être des gestionnaires, dans le pire des cas, ils sont devenus des magasiniers* »²⁴. Ils doivent également faire face à des problèmes de trésorerie importants, liés au système de l'office et à l'augmentation de la rapidité de rotation des titres, ce qui obère leur capacité à constituer un fonds et à l'entretenir.

Cette surproduction pose également des problèmes aux lecteurs : il devient impossible de s'informer sur tous les titres parus, on peut donc observer une concentration des achats sur les « valeurs sûres » comme les best-sellers ou encore l'apparition d'un nouveau phénomène, les méga-long-sellers (Gavalda, Barbery) « *qui sécurisent un public qui ne s'y retrouve plus dans toute cette production* »²⁵. Les lecteurs sont d'autant plus sensibles à la publicité que l'offre est importante et c'est pourquoi les éditeurs qui en ont les moyens augmentent la publicité et que les prix littéraires ont autant d'impact sur les ventes. Selon Françoise Benhamou, c'est l'incertitude caractéristique du succès des produits culturels qui conduit les éditeurs à multiplier les livres afin de se donner le maximum de chances de publier un succès. Néanmoins, selon S. Barluet, cette logique ne peut être vertueuse qu'à condition que les éditeurs continuent à pratiquer la loi de Diderot, c'est-à-dire « *une péréquation entre les titres plus faciles, à rotation rapide, et les ouvrages qui ne trouveront leur public que dans le temps mais participeront à la construction d'un catalogue solide* »²⁶. Par ailleurs, elle souligne que cette surproduction n'est pas un gage de qualité et que les

²³ « Les ventes ont augmenté de + 2.5% en décembre », *Livres Hebdo*, 25/01/2007, n° 718, 25/01/2008, p. 7

²⁴ Propos de COHEN-SOLAL, Gilles, « Pourquoi la production augmente ? », *Livres Hebdo*, 23/02/2007, n° 678, p.7

²⁵ *Ibid.*

²⁶ **BARLUET**, Sophie, *Rapport Livre 2010 : Pour que vive la politique du livre*, Juin 2007, p. 12

difficultés des libraires à présenter la production éditoriale et des lecteurs à s’y repérer tient aussi à «*l’encombrement occasionné par les mauvais livres ou les livres inutiles* »²⁷.

Ce contexte économique difficile et changeant fait de la librairie un commerce peu rentable et constamment menacé. L’érosion des ventes de titres présents dans les autres lieux de vente mais qui permettent de dégager des marges importantes et la surabondance de nouveaux titres rend de plus en plus difficile l’exercice de leur métier. L’une des évolutions possibles est donc de diversifier les services proposés soit sur place (consultation, restauration, écoute de disques, animations, ateliers) soit en proposant d’autres produits en lien avec les livres présentés (jouets, carnet d’écriture, produit de bien-être). Dans tous les cas, la qualité de la relation humaine proposée est bien ce qui peut permettre de faire face à la concurrence des autres lieux virtuels et matériels d’approvisionnement en livres.

Malgré la peur persistante de la disparition du livre, l’évolution de la perception de l’importance du livre ne rend ni celui-ci caduc, ni la lecture obsolète. Cependant, son usage devient moins indispensable et la pratique de la lecture en tant que loisir moins prépondérante. Ceci remet en question les habitudes professionnelles des librairies et de bibliothèques, qui ont à s’adapter à un public qui leur est peut-être moins acquis mais qui a un besoin particulier auquel elles sont les plus aptes à répondre : celui d’humanité. La fragilité de l’industrie du livre, la diversification des attentes et des pratiques de lecture d’un public qu’elles ont en commun impliquent qu’elles évoluent chacune vers une meilleure mise en valeur de l’adéquation de leur offre avec ces multiples attentes et que les solutions proposées soient capitalisables par les deux professions. Ces transformations possibles et déjà à l’œuvre dans la manière d’offrir voire dans l’offre elle-même, ont partie liée avec l’image que chaque profession retire d’elle-même, c’est pourquoi nous allons à présent les identifier plus précisément.

²⁷ *Ibid.*

1.2) UN OBJECTIF IDENTIQUE MAIS DES ENJEUX ET DES CONTRAINTES DIFFÉRENTS

Les deux professions se sont construites des identités autour de critères et de questionnements particuliers. L'étude de l'une (1.2.1) puis de l'autre (1.2.2) permettra de dégager précisément ce qui les rapproche et les différencie (1.2.3).

1.2.1) Libraires : une identité professionnelle duale

De l'importance réaffirmée tant par les éditeurs²⁸ que par les pouvoirs publics²⁹ de la librairie dans la chaîne du livre découle l'identité professionnelle des libraires. Médiateurs du livre, ils sont garants de la transmission des valeurs qui lui sont liées : par le maintien de la diversité des livres, ils entretiennent une vie culturelle riche au cœur de la cité, indispensable au pluralisme des opinions, à l'ouverture aux autres, en un mot au bon fonctionnement de la démocratie.

Pourtant, malgré ce rôle d'importance, les libraires bénéficient d'une reconnaissance limitée dans le champ culturel. En effet, Frédérique Leblanc souligne dans son introduction cette absence de reconnaissance du rôle des libraires dans la diffusion de la lecture et dans le maintien de la création littéraire, tant par les professionnels des métiers du livre que par les lecteurs qui ne sont pas prêts « à faire la différence dans leurs jugements comme dans leurs lieux d'achat entre un libraire et un vendeur de livre »³⁰. Le mot est dit : un vendeur de livre est-il un libraire et vice-versa ? Et si non, sur quoi ceux qui se désignent par le terme de libraire fondent-ils cette distinction ? Que nous apprennent les caractéristiques distinctives qu'ils mettent en avant de l'identité professionnelle des libraires ? Et dans cette mesure, en quoi se rapprochent-ils des bibliothécaires ?

Les 25 000 points de vente du livre en France, richesse exceptionnelle comparée à d'autres pays, permettent d'assurer sur l'ensemble du territoire la mise en présence du livre et de ses lecteurs. Significativement, selon les classements de l'Insee, l'ensemble

²⁸ Et notamment par GALLIMARD, Antoine, *Rapport de la mission de réflexion sur la Librairie indépendante*, p. 2

²⁹ « Il est évident que la librairie indépendante est l'un des meilleurs soutiens de la création littéraire et que sa bonne santé est un gage de diversité et de liberté. Les librairies représentent un enjeu essentiel pour la vie culturelle de la cité et son ouverture au monde » Jérôme Bouët, Directeur régional des affaires culturelles de Rhône-Alpes.

« Notre collectivité met en exergue la nécessité d'un accompagnement volontaire du réseau des libraires indépendants et l'indispensable régulation du marché, afin de garantir le maintien du pluralisme et de la diversité. » Jean-Jack Queyranne, Président de la Région Rhône-Alpes, Ancien Ministre. In BENHAMOU, Françoise, MANDALLAZ Elisabeth, *Librairies en Rhône-Alpes. Les deux figures du libraire : le commerçant et le militant*, p. 6-7

³⁰ LEBLANC, Frédérique, *Libraire : un métier*, p. 9

de ces points de vente est regroupé sous l'appellation « librairie », en ne reconnaissant à cette catégorie que son appartenance au secteur du commerce. Pourquoi les libraires, si souvent confondus avec les vendeurs de livres, ont-ils autant de difficultés à être reconnus comme acteur de la vie littéraire et intellectuelle à part entière, et ce au point d'avoir à revendiquer que pour un libraire « *la loi de la vente n'est pas la seule juge de la qualité et de la viabilité d'un livre* »³¹ ?

La caractéristique principale du libraire est d'être à la fois un commerçant et un acteur de la vie culturelle et intellectuelle. Cette dualité structurante de l'identité professionnelle est constitutive de tous les discours des libraires sur eux-mêmes. Que ce soit dans les manuels destinés à l'apprentissage du métier, dans les manifestes de la profession ou dans les entretiens que j'ai pu mener, le libraire oscille toujours entre ces deux pôles : le librairie est un lieu de culture mais aussi un commerce, si bien que le titre donné à l'étude menée en 2006 dans la région Rhône-Alpes sur la situation économique des librairies, *Les deux figures du libraire : le commerçant et le militant*, résume à lui seul ce qui fonde l'identité professionnelle des libraires. La tension entre ces deux dimensions constitutives du métier naît de l'association dans une même activité de deux « *démarches antagonistes quant à leur valeur sociale, une démarche commerciale et une démarche culturelle* »³². Or, selon P. Bourdieu, la « *démarche culturelle se doit, pour procurer un maximum de capital symbolique, d'être le plus éloignée possible de ce qui peut avoir trait au capital économique* »³³. La faible reconnaissance du métier de libraire provient donc de sa trop grande mais inévitable proximité avec le secteur du commerce.

Etudions rapidement l'histoire de l'apparition et du développement des librairies pour comprendre pourquoi le métier de libraire est plus associé à sa dimension commerciale qu'à sa dimension culturelle. F. Leblanc met en avant plusieurs étapes jalonnant ce développement : l'apparition de l'imprimerie, l'abolition du système des corporations, la révolution industrielle.

³¹ *Lettre ouverte aux lecteurs qui aspirent encore à la liberté*, p. 3

³² **LEBLANC**, Frédérique, *Libraire : un métier*, p. 15

³³ **BOURDIEU**, Pierre, *La Distinction : critique sociale du jugement*, p. 79

Avant l'apparition de l'imprimerie, le libraire était celui qui copiait les manuscrits à la demande des clients. L'invention de Gutenberg permet de sortir de ce système de commande préalable, en offrant la possibilité de publier plus de titres et à un moindre coût. De ce fait, le métier du libraire change, il passe des travaux d'écriture à ceux de choix des manuscrits à faire imprimer en fonction d'un public potentiel. Tout au long de l'Ancien Régime, le libraire assume principalement cette fonction d'éditeur, publiant des textes destinés à un public d'habitues, lettrés. La fonction de vente des livres à un large public revient aux colporteurs ainsi qu'aux étalants. Le libraire est donc à cette époque du côté de la fonction de création du livre - de « l'art de faire » - et non du côté de la vente de livres - de « l'art de vendre ». Dans la hiérarchie sociale de cette époque, il se situe au-dessus des vendeurs de livres que sont les colporteurs. Ceux-ci ont néanmoins un réel savoir-faire puisqu'ils renseignent les éditeurs sur la demande, orientant ainsi la production, choisissent les livres en fonction du public, savent présenter leur contenu de façon à susciter l'intérêt du client. Mais ce savoir-faire commercial n'était pas valorisé sous l'Ancien Régime. Etant donné la position sociale actuelle des libraires, on peut affirmer que cette hiérarchie des valeurs persiste aujourd'hui.

Au cours du 18^{ème} siècle, un changement dans la considération apportée au libraire se produit. Dans leur *Encyclopédie*, Diderot et d'Alembert définissent le libraire comme étant un marchand qui vend des livres. De plus, dans ses autres ouvrages³⁴, Diderot distingue les éditeurs³⁵ et les libraires, les premiers étant des lettrés qui fabriquent et vendent des livres qu'ils ont choisis avec soin en fonction de leur qualité et les seconds faisant commerce de livres sans pouvoir estimer leur valeur. Hormis la dimension de fabrication qui est aujourd'hui exclusivement à la charge des éditeurs et des imprimeurs, cette distinction que fait Diderot entre une position sociale favorisée et une position sociale défavorisée en fonction de la pratique ou non d'un savoir-faire correspond peu ou prou à celle que font actuellement les libraires entre eux-mêmes et les vendeurs de livres.

L'abolition des corporations par la loi Le Chapelier en 1791 déstructure la profession de libraire et conduit à la rapprocher des colporteurs et étalants, sur la base

³⁴ dont **DIDEROT**, Denis, *Lettre sur le commerce de la librairie*.

³⁵ Le terme apparaît en 1730.

d'un critère uniquement économique qui est la vente de livres. L'art de vendre des colporteurs sera difficilement acquis par les libraires, réticents au développement de cette dimension de leur métier dont ils s'étaient jusque là tenus à l'écart. Cependant, face à l'explosion de la production d'imprimés, l'extension de l'apprentissage de la lecture et le développement des transports, l'ensemble des métiers du livre vont se réorganiser tout au long du 19^{ème} siècle. Le fait le plus marquant est celui de la division totale du travail entre éditeurs et libraires, rejetant définitivement ces derniers dans le domaine de la vente et hors du domaine de la création. Les différentes caractéristiques de la librairie et de la chaîne du livre actuelles se mettent alors en place : l'importance de la capacité à anticiper les goûts de la clientèle, à la séduire, l'augmentation constante de la production en titres et en volumes, faisant que le libraire reçoit des titres présents ailleurs (là où au 18^{ème} siècle, chaque librairie avait un caractère un peu unique), création de la publicité autour du livre auprès des critiques et des prix littéraires, développement de sociétés de distribution, dont les Messageries d'Hachette, système de l'office³⁶.

Ainsi, ce qu'est aujourd'hui le métier d'un libraire par rapport à celui de vendeur de livre est issu de cette opposition qui existe depuis l'Ancien Régime entre des professionnels censés être compétents et des professionnels qualifiés de simples commerçants. Selon F. Leblanc, la différence entre les deux « *tient au fait que le vendeur de livres ne propose qu'un échantillon plus ou moins restreint des titres les plus récents en vente partout et le libraire assure un service comprenant non seulement la mise à disposition de ces titres mais également celle de titres plus anciens ou plus difficiles, ainsi qu'un véritable accueil, fait de conseils, de recherches bibliographiques, de commandes de livres à la demande des clients* »³⁷. Le libraire propose un service au-delà de la simple vente du livre dans un espace aménagé pour favoriser cette rencontre entre lui et les lecteurs. La charte de qualité de la librairie indépendante en Rhône-Alpes, définit d'ailleurs le libraire comme suit : « *un libraire doit savoir accueillir, conseiller, informer, orienter [...] ; il doit proposer un choix et faire connaître d'autres livres "que ceux dont tout le monde parle"* »³⁸.

³⁶ ASSOULINE, Pierre, *Gaston Gallimard*, p. 234-239

³⁷ LEBLANC, Frédérique, *Libraire : un métier*, p. 165

³⁸ BENHAMOU, Françoise, MANDALLAZ Elisabeth, *Librairies en Rhône-Alpes. Les deux figures du libraire : le commerçant et le militant*, p. 17

Ceci fait du libraire un équilibriste. Il doit jongler avec les contraintes économiques, la demande des clients, ses choix en terme d'image de la librairie et d'exercice du métier. Au niveau de l'assortiment, il doit être à la fois un relais, en proposant les nouveautés, les 'livres dont on parle' et un passeur, qui « *protège l'édition de création dans toute sa diversité, en la mettant en valeur pour permettre au lecteur de mieux la repérer et aiguïser sa curiosité* »³⁹. Il est important qu'il soit les deux, sous peine de sembler « *trop élitiste et de laisser aux grandes surfaces toute l'œuvre de la démocratisation* »⁴⁰. Par les animations, il fait vivre le contenu du livre en proposant une réflexion autour de celui-ci, il permet la mise en contact de l'auteur et des lecteurs et surtout permet la promotion de livres inattendus ainsi qu'en témoigne Pascal Thuot, responsable de la librairie Mille Pages à Vincennes à propos des « coups de cœur » : « *c'est grâce à ces mises en avant que certains livres totalement inconnus de Morisson ou Coetzee, sont devenus des succès* »⁴¹.

La rentabilité financière n'est d'ailleurs pas un critère suffisant dans le choix de l'exercice de ce métier tant elle constitue plus une contrainte étant donné la faiblesse des marges dégagées. C'est donc bien sur la base de l'exercice d'une profession culturelle et sociale que se fait le choix d'être libraire : « *Malgré les difficultés, soulignées par presque tous, il y a un véritable bonheur à exercer un métier choisi, à part, élément du bien-être collectif* »⁴².

Dernier maillon, avec la bibliothèque, de la chaîne du livre, celui de la mise en présence du livre avec le lecteur, la librairie est le lieu où tous les investissements des précédents acteurs de cette chaîne trouvent une possibilité de réalisation. Par le biais des animations qu'elle propose, la librairie entretient un lien privilégié avec les auteurs. Plusieurs écrivains en ont d'ailleurs fait l'éloge, en tant que lecteurs d'une part, certains lui attribuent une des origines de leur vocation d'écriture, en tant qu'écrivain, d'autre part, ils soulignent que la librairie est parfois le premier lieu où ils ont été reconnus en tant que tel. Enfin, la librairie est l'espace privilégié de leur rencontre avec les lecteurs.

³⁹ *Lettre ouverte aux lecteurs qui aspirent encore à la liberté*, p.34

⁴⁰ **BENHAMOU**, Françoise, **MANDALLAZ** Elisabeth, *Librairies en Rhône-Alpes. Les deux figures du libraire : le commerçant et le militant*, p. 82

⁴¹ **INFL** [Institut National de Formation de la Librairie], **OLLENDORFF**, Michel [sous la dir.], *Le métier de libraire : 2 - la production de l'assortiment*, p. 203

⁴² **BENHAMOU**, Françoise, **MANDALLAZ** Elisabeth, *Librairies en Rhône-Alpes. Les deux figures du libraire : le commerçant et le militant*, p. 85

Par ailleurs, la librairie est indispensable aux éditeurs puisqu'elle constitue leur vitrine, dans tous les sens du terme. Mais surtout, par sa vocation à soutenir la diversité et la richesse de l'offre éditoriale et par son rôle fondamental de prescription et de conseil, le libraire permet aux livres dits difficiles de trouver un public. C'est en effet dans les librairies indépendantes que les éditeurs de sciences humaines font 70% de leur chiffre d'affaire⁴³. Il permet de mettre en avant la production des petits éditeurs, ou des éditeurs de création qui, ne recourant pas à la publicité, n'atteindraient jamais les lecteurs sans lui. C'est à ce sujet que le libraire se fait militant afin de résister aux phénomènes de concentration à l'œuvre à tous les niveaux de l'économie du livre et de pouvoir rester indépendant financièrement et donc intellectuellement.

Aux lecteurs, la librairie propose une vision de l'offre éditoriale par les choix qu'il opère en son sein, suscite des correspondances entre les œuvres, met en scène la production éditoriale en la structurant, garantit la lisibilité et l'accessibilité au champ littéraire et intellectuel.

Enfin, il occupe une place de choix dans le maillage social et intellectuel du tissu urbain, il est un acteur à part entière de la ville : « *participant à la création de richesses, chaque librairie vivante vient renforcer le commerce local et participer à l'attractivité culturelle de la ville* »⁴⁴.

Ainsi, si la finalité du libraire est de diffuser la production des éditeurs, en recherchant un profit comme tout lieu de commerce, la nature de la marchandise vendue ne peut obérer son utilité sociale : promotion de l'instruction et du savoir, de l'information, de la liberté d'expression et de la lecture, au sein d'un environnement qui guide ses choix et au rayonnement duquel il participe. Son rôle est en ce sens très proche de celui des bibliothécaires.

⁴³ LAPOUGE, Gilles, in *Lettre ouverte aux lecteurs qui aspirent encore à la liberté*, p. 9

⁴⁴ ASFODEL, *Le métier de libraire*, p. 12

1.2.2) Bibliothécaires : une identité professionnelle en question

« Ce qui est particulièrement remarquable, c'est qu'il est quasiment impossible de rendre compte de la diversité des activités du bibliothécaire à l'aide d'un seul verbe, alors qu'un médecin soigne, qu'un mécanicien répare et un professeur transmet ». ⁴⁵

Anne Kupiec

Il en résulte un questionnement récurrent des bibliothécaires sur leur métier, ainsi qu'en témoignent les nombreux articles traitant de ce sujet dans la littérature professionnelle (en 2003, le *Bulletin des Bibliothèques de France* y consacre un dossier) et les différents colloques autour de cette question en France comme à l'étranger.

Ce besoin toujours renouvelé de définition du métier provient aussi d'une inquiétude forte à l'égard des transformations extérieures aux bibliothèques, à savoir le développement des technologies numériques, qui remet en cause les bibliothécaires en tant qu'intermédiaires indispensables d'accès aux connaissances, la perte de sacralité du livre, l'individualisme et le consumérisme, qui sont en contradiction avec le projet collectif dont sont porteuses les bibliothèques. Les transformations internes aux bibliothèques brouillent également les critères d'identification au métier : renouveau des bibliothèques publiques, arrivée massive de nouveaux publics, diversification des usages, modification de la structure sociologique de la profession. Autour de quelles caractéristiques se construit et se redessine l'identité professionnelle des bibliothécaires ?

Etudions dans un premier temps l'ensemble de ces transformations et leur impact sur la définition du métier de bibliothécaire.

❖ Changements internes et externes

« Jusqu'au milieu du 19^{ème} siècle, la fonction unique du bibliothécaire érudit et bibliophile était la conservation. Puis, inspirés par des idéaux démocratiques, une fraction de bibliothécaires entend communiquer les connaissances et mettre les richesses des bibliothèques jusque là réservées à une élite lettrée à la disposition de tous ». ⁴⁶

⁴⁵ KUPIEC, Anne, « Qu'est-ce qu'un(e) bibliothécaire ? », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2003, t. 48, n° 1, p. 5-9

⁴⁶ SEIBEL, Bernadette, *Au nom du livre : analyse sociale d'une profession, les bibliothécaires*, p. 7

A partir du milieu des années soixante ce mouvement de modernisation des bibliothèques qui repose sur un changement de paradigme quant à leur rôle et leur mission s'accélère. La notion de lecture publique se développe en même temps que celle de responsabilité sociale du bibliothécaire. L'augmentation des moyens attribués aux bibliothèques afin de soutenir ce mouvement se traduit en termes de personnels, de collections et de bâtiments. La croissance des recrutements conduit selon B. Seibel à une évolution morphologique la profession se caractérisant par un rajeunissement et une diversification des catégories sociales : « *dans la dernière génération (celle des années quatre-vingts), il y a une plus forte proportion d'agents d'origine populaire, tandis que diminue proportionnellement la part des agents issus de classes supérieures, celle des classes moyennes restant stable* »⁴⁷. Cette évolution a des conséquences sur la représentation du métier. B. Seibel note le développement « *d'une attitude critique, le déplacement du droit de juger du degré d'autorité ou de la place d'une œuvre en droit de juger de sa pertinence par rapport à une demande* »⁴⁸.

Le public et la réponse à ses besoins rentrent petit à petit en concurrence avec les pratiques de constitution et de conservation des collections qui prévalaient jusqu'alors. F. Rouet, dans son travail sur le modernisation des bibliothèques publiques explique qu'un « *nouveau type de rapport au public (s'est instauré) fondé sur un service plus personnalisé dépassant largement la simple mise à disposition des collections* »⁴⁹. Par ailleurs, on constate un renforcement du rôle social de la bibliothèque notamment aux travers d'actions de lutte contre illettrisme, de soutien scolaire, de "forums de rencontre", d'accueil de permanences d'associations ou de services sociaux. Ceci a transformé le travail du bibliothécaire qui n'est plus seulement un « passeur de livres » mais également un aide pour les devoirs, la recherche d'emploi, l'insertion sociale des différents publics qui entrent à la bibliothèque.

De plus, le renouveau des bibliothèques devenues médiathèques se caractérise par le déploiement de collections variées et abondantes en libre accès, par la pluralité des supports proposés (albums, bandes dessinées, revues, disques, CD, CD-Rom, DVD, documentation numérique, logiciels etc.) et par la construction de nombreux bâtiments, occupant souvent une place privilégiée dans l'environnement urbain. Il s'appuie

⁴⁷ *Idem*, p. 167

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ **ROUET**, François, *La grande mutation des bibliothèques municipales : modernisation et nouveaux modèles*, p. 163

également sur une diversification des services (espace information-emploi, laboratoires de langues, espaces multimédias), mais surtout sur l'essor de l'animation fondée sur une véritable programmation culturelle. Cette modernisation a donné lieu d'une part à une augmentation conséquente du nombre d'inscrits, que l'on peut expliquer en partie par « *l'émergence d'une demande sociale, liée tant à la scolarisation qu'à l'augmentation des pratiques culturelles : élévation du niveau scolaire moyen, augmentation des besoins documentaires liés à l'augmentation de la formation initiale, permanente, attente nouvelle en terme de loisirs* »⁵⁰. D'autre part, ces médiathèques ont induit de nouveaux usages, notamment la fréquentation sans inscription. Le public semble aujourd'hui parfois plus usager du lieu que des collections. Pour F. Rouet, « *ce public est désormais pluriel sous l'effet de son augmentation qualitative mais aussi de l'éclatement de ses usages et de ses modes d'appropriation du lieu et de la diversité des services offerts* »⁵¹. Ainsi, le modèle de bibliothèque publique qui s'est imposé actuellement a permis « *d'étendre le champ de ses missions et de ses services jusqu'à posséder une fonctionnalité très générale* »⁵².

Au-delà de la modernisation des bibliothèques, on peut considérer également que « *les lois de décentralisation du début des années 1980 ont bouleversé la donne* »⁵³ en fournissant les moyens de ce renouveau. Le passage de la tutelle de l'Etat à celle des collectivités territoriales a eu des conséquences en terme de définition des missions des bibliothèques. Dans une étude de l'ARALD sur les bibliothèques de la région Rhône-Alpes, dont le but est précisément de montrer aux élus l'importance des bibliothèques en appuyant sur la diversité des services rendus et de l'action culturelle qu'elles proposent, le Directeur régional des affaires culturelles de Rhône-Alpes, Richard Lagrange affirme « *On savait que les bibliothèques, qui se dénomment parfois médiathèques pour dire leur modernité, n'étaient plus seulement des collections de livres, [...]. Les bibliothèques sont devenues des lieux de sociabilité et de convivialité, des outils indispensables pour la formation et l'information du citoyen, des institutions culturelles fréquentées par un large public* »⁵⁴.

⁵⁰ BERTRAND, Anne-Marie, *Bibliothèques territoriales : identité et environnement*. Paris : Ed. du CNFPT, 1999, p. 14

⁵¹ ROUET, François, *La grande mutation des bibliothèques municipales : modernisation et nouveaux modèles*, p. 9

⁵² *Idem*, p. 174

⁵³ DURAND, Jean-Pierre, PEYRIERE, Monique, SEBAG, Joyce, *Bibliothécaires en prospective*, p. 11

⁵⁴ CALENGE, Bertrand, MAHONA Marine, *Bibliothèques municipales en Rhône-Alpes : des acteurs culturels au service de la population*, p. 6

Un certain discours s'appuie donc sur le fait que les bibliothèques ne sont pas seulement des lieux du livre mais aussi des lieux de socialisation, de rencontre et d'échange ayant des missions de formation, d'information notamment par une mise en regard de l'actualité, de diffusion de la culture sous toutes ses formes. Ceci est confirmé par J.C. Utard rapportant les propos d'un élu : « *la bibliothèque doit être un espace d'animation, un lieu de vie, un relais vers les autres activités culturelles de la ville [...] il faut des feux croisés, théâtre, bibliothèques, concerts, toutes ces structures sont là et doivent travailler ensemble* »⁵⁵. Cette diversité des missions attribuées aux bibliothèques publiques, témoigne de l'ampleur des conséquences du passage de la tutelle de l'Etat aux collectivités territoriales. Pas toujours, au début du moins, reconnue dans leur utilité par rapport à la diffusion du savoir et des connaissances, c'est en montrant leur insertion totale dans la vie de la cité et on se faisant l'outil de la politique locale que les bibliothèques publiques ont pu faire valoir leur importance auprès des élus.

La définition du métier de bibliothécaire s'est donc considérablement élargie du fait de ces transformations internes et externes, volontaires et subies. Il en résulte une diversité des missions, des rôles et des activités des bibliothécaires qui rend à la fois plus difficile et plus nécessaire la délimitation d'un cœur de métier.

❖ Diversité et cœur de métier

L'étude des principes directeurs de l'IFLA/UNESCO met en évidence la multiplicité des missions des bibliothèques publiques qui ont en effet « *pour objet principal de fournir des ressources et des services dans tous les types de médias pour répondre aux besoins des individus et des groupes en matière d'éducation, d'information et de développement personnel, ceci incluant la détente et le loisir. Elles jouent un rôle important dans le progrès de la société démocratique en donnant aux individus accès à une large gamme de savoirs, d'idées et d'opinions* »⁵⁶. Considérant seulement le rôle documentaire, cet objectif ainsi libellé est déjà vaste de par la diversité des besoins auxquels ont à répondre les bibliothèques. Mais par ailleurs, ces principes directeurs incluent d'autres rôles : par rapport aux transformations technologiques, offrir un accès public à Internet et apprendre aux utilisateurs à maîtriser ces

⁵⁵ UTARD, Jean-Claude, « L'élu, le directeur et la bibliothèque », *Bulletin des Bibliothèques de France*, t. 48, n°1, 2003, p 39.

⁵⁶ FEDERATION INTERNATIONALE DES ASSOCIATIONS DE BIBLIOTHECAIRES ET DE BIBLIOTHEQUES, SECTION DES BIBLIOTHEQUES PUBLIQUES, *Les services de la bibliothèque publique : principes directeurs de l'IFLA/UNESCO*, p. 22

ressources ; par rapport au développement culturel : « focaliser le développement culturel et artistique de la communauté et contribuer à former et maintenir l'identité culturelle de celle-ci. Pour cela, elle travaillera en partenariat avec des organisations locales et régionales compétentes, ouvrant ses portes aux activités culturelles, organisant des programmes culturels » ; par rapport au rôle social : « être un espace public et un lieu de réunion : la bibliothèque devrait être à disposition de la communauté pour des réunions ou des expositions, des spectacles audiovisuels, de théâtre, de musique »⁵⁷.

La diversité est bien une des caractéristiques du métier de bibliothécaire si bien qu'A.- M. Bertrand préfère parler des métiers plutôt que du métier⁵⁸. Cette diversité se retrouve à plusieurs niveaux :

- dans la variété des types de bibliothèques : Bibliothèque Nationale, Bibliothèque Universitaire, Bibliothèque Publique, elle-même incluant deux types de bibliothèques : les bibliothèques départementales et les bibliothèques municipales, Bibliothèque Scolaire, Bibliothèque Associative
- dans les différents publics auxquels elles s'adressent : chercheur, étudiant, adulte, adolescent, enfant, publics empêchés.
- dans la diversité des types de documents proposés : livres, CD, DVD, documents numériques, documents patrimoniaux, tableaux, reflétant la diversité des formes culturelles présentes lecture, peinture, musique, cinéma etc.
- dans la multiplicités des activités des bibliothécaires : catalogage, acquisition, formation, animation, accueil, encadrement
- dans la foisonnement des valeurs et des motivations de chacun des professionnels : démocratisation, recherche, gestion, éducation, social, culturel, divertissement.
- dans la diversité des statuts et des concours d'entrée : bénévole, vacataire, emploi-jeune, concours territoriaux, concours d'état, concours ITRF
- dans le grand nombre d'associations professionnelles : ADBU, ADBDP, ADBGV, ABF etc.
- dans l'existence de plusieurs tutelles : Ministère de l'Education Nationale, Ministère de la Culture, Conseil généraux, Communauté de Communes, Communes.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 27-31

⁵⁸ **BERTRAND**, Anne – Marie, « Approche archéologique et généalogique du métier ». In **CALENGE**, Bertrand [sous la dir.], *Bibliothécaire, quel métier ?*, p. 21

Comment dégager une identité professionnelle cohérente par rapport à l'ensemble de ces lignes de clivage à l'intérieur du métier ?

Selon A.-M. Bertrand, « une *identité professionnelle se construit sur un corpus partagé de savoir-faire, techniques et savoirs, sur une reconnaissance sociale et sur une identité collective* »⁵⁹. Or la compétence documentaire est partagée avec d'autres métiers des sciences de l'information tels que celui de documentaliste, la reconnaissance sociale reste relative, l'identité collective est incertaine et ce malgré le caractère assez structuré de la profession que ce soit en terme de formation ou d'associations professionnelles.

Si l'on se réfère aux différents codes de déontologie nationaux qui constituent « *tant une revendication d'une utilité sociétale que l'expression d'une identité professionnelle dépassant les parcours individuels et les conditions matérielles d'exercice* », on retrouve toujours l'idée qu'une bibliothèque se fonde « *sur une offre d'information libre, complète et validée ; le refus de la censure ; la mémoire de la collectivité ; (qu'elle existe) à l'intention et au service des usagers individuels et de l'ensemble d'une population, sans exclusion ni discrimination, (qu'elle vise) à l'autonomie de l'utilisateur, (qu'elle suppose) neutralité, discernement et désintéressement dans le cadre d'une soumission à une collectivité et (que son fonctionnement) nécessite une compétence acquise et entretenue dans l'exercice de la profession* »⁶⁰.

Ainsi, la spécificité de la bibliothèque au regard des autres métiers du livre et de la documentation est bien la notion de collectif, de vivre ensemble, d'intérêt général comme principe constitutif de la finalité de toutes les actions. Pour B. Calenge, le métier s'appuie sur ces deux piliers : l'investissement dans les connaissances et le souci constant de la collectivité.

C'est bien cette conviction démocratique qui fait la caractéristique commune des 24000 agents de la profession en 1999⁶¹ : en effet, B. Seibel souligne dans son analyse que « *l'ensemble de la profession partage la croyance que la connaissance est bonne en soi et qu'il lui appartient de transmettre à tous les savoirs ou les biens culturels* »⁶². D. Arot affirme de même : « *les bibliothécaires sont habités par la conviction que l'écrit*

⁵⁹ *Idem*, p. 24

⁶⁰ CALENGE, Bertrand [sous la dir.], *Bibliothécaire, quel métier ?*, p. 12

⁶¹ **Ministère de la Culture et de la Communication, Ministère de l'Éducation Nationale, Centre National de la Fonction Publique Territoriale**, *Enquête démographique sur les personnels des bibliothèques*, 2000

⁶² SEIBEL, Bernadette, Au nom du livre : analyse sociale d'une profession, les bibliothécaires, p. 46

[...] est un instrument de construction de soi, d'intelligence et de maîtrise du monde et donc une source de liberté »⁶³.

C'est cette conviction qui fonde selon F. Rouet « *la reconnaissance de la bibliothèque comme acteur de la chaîne du livre par les membres du reste de la filière, et ce malgré son caractère non marchand* » : elle en partage l'idéologie fondée sur l'importance sociétale du livre, « *le sociétal emportant également le culturel, l'éducatif, le citoyen* »⁶⁴.

1.2.3) Un écart lié à l'appartenance à la sphère publique ou privée

L'étude des identités professionnelles des libraires et des bibliothécaires met en évidence que le cœur de chacun de ces métiers est bien de transmettre le livre. Ils sont situés au même niveau dans la chaîne du livre, celui de la rencontre des livres et des lecteurs et partagent les mêmes valeurs de démocratisation de l'accès au savoir et le même sentiment d'utilité sociale dans l'exercice de métiers qui reposent sur la conviction de l'importance de l'écrit dans la construction d'un individu - citoyen libre et éclairé. Techniquement, tous deux construisent, structurent, classent et font évoluer une offre documentaire adaptée le plus possible à un public diversifié, en effectuant des choix au sein d'une production éditoriale très abondante.

Pourtant, chacun s'y emploie différemment, la présentation des livres, la composition de l'offre documentaire et les relations avec les clients/publics prenant des formes différentes dans la mesure où elles obéissent à des enjeux et des contraintes différentes.

Pour la librairie, ce sont l'impératif de rentabilité financière et les relations particulières avec les éditeurs qui modèlent les pratiques. La dimension commerciale de la librairie implique pour le libraire de construire son offre en fonction d'une clientèle présumée et de l'adapter constamment à ses évolutions. La défense de titres plus difficile n'est permise que si les livres dont tout le monde parle sont effectivement vendus, permettant de dégager une marge suffisante pour la promotion des autres titres :

⁶³ AROT, Dominique, « Les valeurs professionnelles du bibliothécaire », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2000, t. 45, n° 1, p. 41

⁶⁴ ROUET, François, « Diffusion et distribution : place et enjeux pour la filière du livre et l'offre non-marchande des bibliothèques ». In PAYEN, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, p. 134

« *c'est parce que je vends du Ken Follett que je peux présenter pendant deux mois l'ensemble du catalogue Christian Bourgois* »⁶⁵.

Pour la libraire rencontrée à Vivement Dimanche, si la librairie est un 'commerce noble', fait de rencontres et d'accès à la culture pour tous, le plus important reste de vendre car c'est ceci qui permet d'avoir un bon stock, un personnel nombreux et qualifié, ayant des conditions de travail suffisamment confortables pour être disponible pour les clients et les conseiller correctement. Cette obligation a également des conséquences sur la constitution des collections : selon elle, il est vital d'avoir les best-sellers et de bien les positionner dans la librairie, sous peine de ne pas répondre à la demande, de perdre de la légitimité et avec une clientèle qui ira dans une autre librairie⁶⁶. Mais chaque libraire leur accorde une place différente selon l'image qu'il souhaite donner de lui-même. Ainsi, à la librairie Ombres Blanches, les best-sellers ne sont pas plus mis en valeur que les autres titres et sont situés assez loin de l'entrée.

Par ailleurs, les relations qu'entretiennent les libraires avec les éditeurs ont également des conséquences sur ce qu'ils proposent et sur comment ils le proposent. En effet, c'est un rapport de force constant qui s'établit entre libraires et représentants autour de la remise consentie et du nombre d'exemplaires achetés. Pour les librairies de niveau 2 et 3, (ce classement dans l'un ou l'autre des niveaux étant déterminé par les éditeurs) l'approvisionnement se fait par le système de grilles d'office. Selon le profil de la librairie, les éditeurs envoient les titres qui lui correspondent. Ces libraires doivent donc traiter une sélection dans la production éditoriale qu'ils n'ont pas opérée eux-mêmes et qu'ils connaissent mal, leur liberté de choix est réduite. Et ce d'autant plus que s'ils ne reçoivent des représentants, ce n'est qu'un seul par maison d'édition. Par contre, pour les librairies de niveau 1 (les trois librairies étudiées, Vivement Dimanche étant classée en 1^{er} niveau depuis trois ans), chaque maison d'édition envoie un représentant par domaine (littérature, sciences humaines, vie pratique etc.). Cela permet aux libraires de mieux connaître la production et les titres acquis, de resserrer leurs liens avec les représentants, d'être mieux connus d'eux, de développer une relation de confiance. Le passage du niveau 2 au niveau 1 est conditionné à une augmentation du nombre d'exemplaires achetés qui ne s'accompagne pas nécessairement d'une baisse significative de la remise faite par l'éditeur.

⁶⁵ DEMULIERE, Vincent, directeur de la Librairie Chapitre Privat. Entretien du 17 octobre 2008

⁶⁶ Frédérique, libraire à la librairie Vivement Dimanche. Entretien du 10 octobre 2008

Cette relation aux éditeurs n'existe pas pour les bibliothécaires, qui se sentent de fait assez libres de leurs acquisitions, décidées en fonction des catalogues d'éditeurs, des revues spécialisées, de la littérature professionnelle. Hormis à la Bibliothèque Municipale de Lyon, où chaque semaine les bibliothécaires choisissent les titres à acquérir en fonction de la présentation qui leur en est faite par les libraires, les bibliothécaires des structures étudiées n'ont pas de contacts directs fréquents avec les autres acteurs de la chaîne du livre et sont donc exempts des rapports de force que vivent les libraires. La constitution des collections n'est pas influencée par les éditeurs.

Enfin, la recherche de rentabilité financière implique également de se positionner dans un marché fortement concurrentiel. Le discours stratégique est, d'après nos entretiens, plus présent chez les libraires que chez les bibliothécaires. Que ce soit pour la Librairie Chapitre Privat ou pour la Librairie Vivement Dimanche, l'image et le fonctionnement de la librairie sont effectivement construits en fonction de la plus-value qu'elles escomptent apporter par rapport aux autres librairies. « *Il faut se situer entre la FNAC, Passages et Internet et déterminer ce que nous, nous pouvons apporter de particulier qui fasse que l'on vient chez nous trouver ce qu'on ne trouve pas ailleurs* »⁶⁷.

L'impératif de rentabilité financière conduit donc les libraires à se placer au plus près de leur clientèle, en proposant d'une part un espace visible et lisible, une possibilité de conseils personnalisés et poussés et une offre d'actualité qui répond à ses attentes présumées mais qui aiguise aussi sa curiosité et l'amène vers des découvertes. D'autre part, il s'agit pour les libraires de proposer une offre originale par rapport aux autres librairies et de faire preuve d'une réactivité constante aux achats des clients. La librairie se construit donc avec la clientèle, l'enjeu étant la pérennité du lieu.

En bibliothèque, cet enjeu de pérennité à assurer au jour le jour, liée à la précarité des structures commerciales n'existe pas en tant que tel. Les stratégies d'attractivité et de séduction semblent donc moins développées. Pour la bibliothèque, l'enjeu est la multiplicité des missions à remplir et le souci constant de l'intérêt général. C'est bien cet enjeu qui conduit aux choix faits en matière d'offre documentaire, de présentation

⁶⁷ DEMULIERE, Vincent, directeur de la Librairie Chapitre Privat. Entretien du 17 octobre 2008

des collections et de relations aux publics. La directrice de la Médiathèque Lucie Aubrac met en avant que la stratégie de son établissement est à la fois de répondre aux attentes de plus en plus diversifiées des publics présents et absents et à la fois de proposer un projet culturel. La bibliothèque propose une offre de services de culture, de loisirs, de formation et d'information et une dimension sociale «*qu'on ne trouve pas en librairie*»⁶⁸. Il revient par ailleurs à la bibliothèque de s'adapter à tous les publics, y compris aux publics empêchés qui sont minoritaires, ce que ne font pas les librairies pour cause de non rentabilité. Si l'emprunt de livres reste dans toutes les bibliothèques étudiées majoritaire par rapport à l'emprunt d'autres supports et s'il reste également une des motivations essentielles de la venue en bibliothèque selon Mme Laurence Khamkham, il n'en constitue pas moins qu'une partie de l'ensemble des missions que les bibliothèques ont à remplir, missions dont la mise en œuvre influence la spatialité et les collections des bibliothèques. Par ailleurs, plus que la diffusion du livre lui-même, c'est l'accès et la promotion de la lecture qui fonde la mission des bibliothèques.

Autour de cette dichotomie sphère publique/sphère privée se cristallise ce qui distingue librairies et bibliothèques : l'une fonctionne dans le temps court, en proposant à un particulier des biens à s'approprier individuellement, restant ainsi dans le jeu économique de la consommation - dégradation du bien acheté, l'autre fonctionne sur le temps long, en proposant des biens à partager à plusieurs, une offre documentaire exhaustive dans le but d'enrichir le niveau culturel de la population dans son entier et surtout une multiplicité des services sur place qui dépasse largement le seul prêt de livre et fait de la bibliothèque un lieu d'usage quand la librairie est un lieu de passage.

L'enjeu d'équilibre financier pour la librairie et l'enjeu d'assurer des missions multiples de service public pour la bibliothèque peuvent se transformer en contraintes ou en espace de liberté. La contrainte économique peut conduire le libraire à réduire son activité de promotion de la diversité éditoriale ou à refuser des titres trop politiquement orientés afin de ne pas choquer et donc perdre la clientèle. En même temps, elle lui permet de faire des choix vraiment personnels dans la constitution de l'assortiment, de spécialiser son fonds, d'investir une niche où il pourra manifester ses goûts et trouver un public qui se constituera bien vite en communauté, comme c'est le cas pour La Gryphe,

⁶⁸ **KHAMKHAM**, Laurence, directrice de la Médiathèque Lucie Aubrac. Entretien du 17 octobre.

librairie anarchiste lyonnaise ou souvent pour les librairies spécialisées en science-fiction ou en bandes dessinées. A contrario, la contrainte de service public empêche le bibliothécaire de sortir de la neutralité dans la constitution des collections mais elle permet également d'avoir plus de temps pour construire des projets autour des collections, et également de tenter des expériences et de revenir en arrière si jamais elles échouent alors qu'une librairie aurait peut-être déjà disparu. Mais une bibliothèque n'est pas une librairie sans impératif financier. Il y a une différence de nature entre le libraire et le bibliothécaire, celle d'un individu qui appartient à une filière et qui milite pour son maintien et sa diversité (présentation par collections éditoriales et soutien aux petits éditeurs) et celle d'un individu qui appartient à un Etat ou à une collectivité, avant peut-être de s'inscrire dans cette même filière.

Et pourtant malgré cette ligne de clivage forte, on peut postuler que des apports réciproques, aujourd'hui encore limités, sont envisageables. D'une part, des expériences sont tentées, par exemple en Angleterre où les Idea stores s'inspirent de l'organisation spatiale des librairies. D'autre part, que ce soit au cours des entretiens avec les membres des deux professions ou lors de l'analyse de la littérature professionnelle, un intérêt fort pour les pratiques des uns et des autres et pour la collecte des solutions imaginées s'est véritablement manifesté. Laissons la parole à quelques uns d'entre eux :

« Je pense que en bibliothèque, on gagne beaucoup à s'inspirer des librairies et donc s'inspirer des systèmes commerciaux en général... »⁶⁹

« Je pense que les bibliothèques sont longtemps restées avec l'idée qu'il y a avait une grande différence entre les librairies et les bibliothèques et qu'on n'était pas là pour faire du commerce et donc ont peut-être sous estimé la valorisation de leur collection et je pense au facing (...) pourquoi pas utiliser les techniques qui ont fait leur preuve pour attirer le regard ? »⁷⁰

« Je pense que l'on peut trouver de bonnes idées en bibliothèque, j'en ai déjà trouvé : un bibliobus proposait des bandes dessinées classées de bas en haut

⁶⁹ Un responsable de bibliothèque cité par **PROD'HOMME**, Sandrine, *Etude de l'influence de l'espace des bibliothèques et des librairies sur le comportement des usagers et des clients en Haute-Normandie*, p. 26

⁷⁰ *Ibid.*

par destination de public (en bas pour petits, en haut pour grand). Qu'est-ce que vous faites pour que tel livre soit emprunté ? (...) La librairie doit apprendre de la bibliothèque en ce qui concerne le temps à passer dans un lieu. La librairie devient lieu de discussion, de bien-être, de détente »⁷¹

Il importe à présent d'analyser la qualité des relations entre ces deux professions afin de cerner des canaux d'échanges possibles quant à leurs pratiques professionnelles.

1.3) DES RELATIONS INTERPROFESSIONNELLES D'UNE RARE COMPLEXITÉ

Selon François Rouet, il existe une relation originale entre la bibliothèque et la librairie, qui est à la fois une relation de client à fournisseur privilégié mais aussi une relation de partenariat entre des prestataires de services aux particuliers. « *Il n'y a guère d'autres exemples, dans les filières culturelles ou non, d'une relation aussi complexe* »⁷².

Ces relations à la fois fonctionnelles (1.3.1) et partenariales (1.3.2) se fondent sur certaines images mentales (1.3.3) qui permettent ou empêchent des échanges réguliers, entre des structures pourtant plus complémentaires que concurrentes (1.3.4).

1.3.1) Une relation fonctionnelle forte autour de l'approvisionnement

Les libraires sont les fournisseurs des bibliothèques. Ce premier type de relation est formalisé par le code des marchés publics. A priori, les bibliothèques ont un devoir moral de soutenir les librairies indépendantes, petites dans la mesure du possible. Leurs achats en nombre sont d'une importance cruciale pour leur rentabilité. Dans les faits, les marchés sont passés avec des grosses structures comme Decitre (Bibliothèque Municipale de Lyon), Ombres Blanches (BMVR de Toulouse), Sauramps (Bibliothèque Inter Universitaire de Montpellier) pour la majorité des titres et avec des librairies plus spécialisées pour les collections qui le sont aussi, en particulier la jeunesse, le théâtre et la poésie, la bande dessinée, les livres en langues étrangères. F. Leblanc déplore que dans certains cas, les bibliothécaires choisissent de s'adresser à des grossistes pour la

⁷¹ DEMULIERE, Vincent, directeur de la Librairie Chapitre Privat. Entretien du 17 octobre 2008

⁷² ROUET, François, « Diffusion et distribution : place et enjeux pour la filière du livre et l'offre non-marchande des bibliothèques ». In PAYEN, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, p. 137

majorité de leurs acquisitions, réservant les commandes d'ouvrages plus difficiles aux petites librairies alors que cette séparation dans les commandes obère la possibilité pour ces dernières d'équilibrer leur budget. Cela est d'autant plus dangereux selon elle, que les grossistes ont plus intérêt à l'uniformisation de la production qu'à sa diversité⁷³.

Pourtant, la participation à un marché public constitue une charge de travail importante pour les librairies, qui lorsqu'elles peuvent se le permettre, ont un service dédié aux commandes publiques comme à Ombres Blanches ou encore à Galignani. Ces services traitent aussi les commandes d'autres institutions (musées, instituts spécialisés) et de comités d'entreprises. Il est plus difficile pour les petites structures ayant peu de personnel d'assumer la charge de travail induite par les marchés publics (réponse au marché, commandes, suivi des commandes). Le chiffre d'affaire des ventes de livres aux collectivités constituait en 1998, 8% du chiffre d'affaire total de la vente de livre. Ces ventes étaient réalisées pour 50% auprès de la librairie générale et pour 30% auprès de grossistes (dont la SFL).

Cette relation fonctionnelle se fonde sur un respect et une reconnaissance mutuelle des compétences de chacun. L'importance du travail du libraire dans la constitution des fonds est rappelée par un bibliothécaire: « *Dans la contrainte des moyens, les connaissances professionnelles du libraire et ses compétences personnelles deviennent vraiment profitables pour élaborer le meilleur. Même si nous maîtrisons ce que nous acquérons, sur un groupement thématique par exemple, un vrai libraire est capable d'attirer notre attention sur des choses plus fines, plus souterraines, extrêmement intéressantes* »⁷⁴.

Cette confiance entre bibliothécaires et libraires pourrait aller jusqu'à l'externalisation des acquisitions voire du traitement des collections (indexation, catalogage, équipement), ce qui est une possibilité qui prend de plus en plus corps aujourd'hui. En effet, la BnF a décidé de faire travailler un groupe de conservateurs stagiaires sur un projet de ce type. Le poids des libraires dans la constitution des collections des bibliothèques est donc amené à s'alourdir. Ce qui est positif de leur point de vue, c'est l'opportunité de développer de nouveaux services et donc de dégager une rémunération sur autre chose que la simple vente de livres. Cela pourrait être considéré

⁷³ LEBLANC, Frédérique, « .La librairie, partenaire culturel ». In PAYEN, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, p. 92

⁷⁴ *Idem*, p. 105

comme un soutien des bibliothèques aux libraires. Du point de vue des bibliothèques, l'externalisation des acquisitions pourrait permettre de dégager du personnel pour d'autres tâches notamment le service aux publics et la conception de projets visant à les développer. Les débats sont nombreux au sein de la profession sur cette question. D'aucuns y voient une dépossession d'une partie importante de ce qui constitue leur métier⁷⁵. Mais, considérant la compétence professionnelle des libraires à adapter continuellement leurs collections à leurs publics en fonction de leur réactivité aux livres présentés, la gestion des acquisitions par les libraires pourrait permettre aux bibliothèques d'avoir des collections plus adaptées à leur public.

Reste la question des titres de fonds, dont l'arrivée en bibliothèque dépendra alors du positionnement du libraire entre rentabilité financière et promotion des livres moins grand public. Le compte-rendu d'une bibliothécaire allemande, Mme Christiane Bornett sur l'externalisation des acquisitions en jeunesse dans sa bibliothèque permet de dégager les conditions de la réussite d'un tel procédé et de relativiser les craintes qui y sont liées. D'une part, la qualité du libraire choisi est déterminante, de même que le degré de confiance de la relation établie entre les bibliothécaires et ce libraire. C. Bornett souligne en effet que « *Notre partenaire est une librairie spécialisée en livres jeunesse, elle est implantée dans notre quartier et connaît donc bien le tissu social de notre quartier et de nos usagers. C'est une librairie issue d'un projet alternatif, on peut donc attendre des libraires qu'ils aient par rapport à la littérature de jeunesse une certaine exigence pédagogique.* »⁷⁶. 85% des acquisitions se font sur un profil très détaillé révisé annuellement. Les 15% restant sont dédiés à l'acquisition des titres souhaités par les lecteurs, le remplacement des titres abîmés, l'achat des titres répondant aux spécificités des populations du quartier (contes en langue turque notamment). Ainsi, les bibliothécaires conservent un contrôle et une certaine maîtrise de leurs acquisitions et la possibilité de les adapter plus finement à leurs publics au cours de l'année. Le bilan de cette expérience est pour Mme Barnett très positif : « *Nous voulons continuer à définir le profil de ce que nous offrons dans notre bibliothèque, mais nous déléguons volontiers à nos libraires compétents la tâche de choisir les titres. Le temps que nous*

⁷⁵ DURAND, Jean-Pierre, PEYRIERE, Monique, SEBAG, Joyce, *Bibliothécaires en prospective*, p. 112.

⁷⁶ BORNETT, Christiane, « L'externalisation du choix des livres : une expérience en Allemagne », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2008, t. 53, n° 2, p. 25-27. [en ligne], disponible sur <<http://bbf.enssib.fr>>, [consulté le 19 septembre 2008]

gagnons grâce à ce système, nous le réinvestissons dans nos actions pour le développement de la lecture »⁷⁷.

Cette relation autour de l'approvisionnement se traduit par une interdépendance forte entre bibliothèque et librairie reposant sur une réelle connaissance des compétences et des spécificités de chacun. Elle est une première possibilité d'échanges sur leurs pratiques professionnelles. Une seconde réside dans la collaboration lors de colloques ou de projets d'animation.

1.3.2) La rencontre lors de la participation à des actions communes

Les colloques associant les deux professions sont assez rares, et lorsqu'ils ont lieu, la nécessité de multiplier ces trop rares rencontres est abondamment soulignée. On est donc dans une situation où ces deux professions interdépendantes au sein de la chaîne du livre, ayant des relations professionnelles, poursuivant en partie les mêmes objectifs se parlent peu, mènent peu de réflexions communes sur leur avenir et celui du livre et sur leur possible coopération.

Par contre, la coopération entre bibliothécaires et libraires est réelle et fréquente en ce qui concerne les animations. L'accueil d'écrivains, le travail sur des thèmes communs, les actions visant à développer la lecture ou l'écriture, la participation aux manifestations locales et nationales associent très souvent bibliothécaires et libraires. A titre d'exemple, on peut mentionner la vente de livre par la librairie Decitre à la fin des conférences organisées par Patrick Bazin à la Bibliothèque Municipale de Lyon ou encore le concours Graine de critiques et le cycle métiers du livre à Toulouse, associant la MJC, le Centre Régional des Lettres et la librairie Floury Frères. Un exemple de coopération plus poussée est donné par F. Leblanc : dans une petite ville du Nord, dans les années 90, la bibliothèque accordait un délai à la librairie pour des ouvrages difficiles, afin qu'ils soient d'abord proposés à la vente⁷⁸.

Pour F. Leblanc, la tenue de ces animations autant que la collaboration autour d'elles est capitale. En effet, *« l'accès au livre ne peut pas s'arrêter à une offre d'objets [...] mais à l'apprentissage de la sociabilité qui l'entoure, à la familiarisation avec la diversité de ses usages, dans lesquels l'achat ou l'emprunt ne sont que deux modalités*

⁷⁷ *Ibid.*

⁷⁸ **LEBLANC**, Frédérique, « .La librairie, partenaire culturel ». In **PAYEN**, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, p. 104

parmi d'autres »⁷⁹. C'est bien ainsi que F. Guiseppin explique le choix de faire de nombreuses animations à Ombres Blanches, dotée à présent d'une salle réservée à cet effet : « *Il s'agit de faire vivre le contenu du livre, parce que l'objet ne suffit pas, il y a tout ce qui est de l'ordre de la sociabilité et de la discussion sur le texte que doit proposer une librairie* »⁸⁰.

La promotion du contenu des livres et les différents projets visant à sensibiliser à la lecture sont donc l'occasion pour les bibliothécaires et les libraires de travailler ensemble à la réalisation de leur objectif commun de favoriser la rencontre entre le livre et les lecteurs. Un échange plus poussé sur la mise en œuvre de ce but à l'intérieur de chaque lieu se heurte cependant à des discours visant à affirmer la spécificité de chacune des professions.

1.3.3) Des représentations réciproques mêlant proximité et exclusion

Dans son étude sur les parcours des lecteurs en librairie et en bibliothèque, Sandrine Prod'homme reproduit quelques uns des entretiens qu'elle a mené avec des bibliothécaires de la région de Haute-Normandie. L'un d'entre eux s'affirme de cette manière « *je ne suis pas libraire, moi* » et un autre comme ceci « *on n'est pas une librairie gratuite* »⁸¹. L'un et l'autre se définissent donc en partie par rapport aux libraires en excluant voire en méprisant leurs pratiques professionnelles. La question tournait autour de la présence de livres grand public en bibliothèque. Le bibliothécaire interrogé considérait qu'une sélection drastique devait être faite parmi les nouveautés et que n'étant pas soumise à la rentabilité financière, les bibliothèques n'avaient pas à présenter en masse les 'livres dont tout le monde parle'. C'est bien réduire le travail d'un libraire qui certes présente ces livres-là mais a aussi la charge de présenter les autres.

Significativement, pour les bibliothécaires, la différence avec la librairie se fait sur les collections présentées. Ainsi, on retrouve des positionnements de ce type dans les entretiens reproduit dans l'étude Bibliothécaires en prospective : « *On n'achète pas que les livres qui sont attendus et qui vont sortir. Nous sommes une bibliothèque et non une librairie* » ou encore « *les assistants consultent désormais de plus en plus les revues*

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ **GUISEPPIN**, Françoise, responsable de la section Jeunesse de la Librairie Ombres Blanches. Entretien du 23 Juillet 2008

⁸¹ **PROD'HOMME**, Sandrine, *Etude de l'influence de l'espace des bibliothèques et des librairies sur le comportement des usagers et des clients en Haute-Normandie*, p. 27

professionnelles car il s'agit de proposer ce que l'utilisateur ne trouve pas sur les gondoles des libraires »⁸².

Pour les libraires, la différence se porte sur la consultation ou le travail sur place. Toujours dans l'étude de S. Prod'homme, à propos de la lecture des titres en magasin, une libraire dit « *je ne suis pas une bibliothèque, moi* »⁸³. Par ailleurs, considérant la mobilité des professionnels entre les deux métiers, il apparaît qu'elle est plus importante dans le sens de la librairie vers la bibliothèque. Les raisons de ces choix nous apportent des indications sur la représentation qu'ont les libraires des bibliothèques. Pour l'une des libraires de Vivement Dimanche, la cause de son intention de quitter la librairie est la lassitude par rapport aux clients. Mme Guiseppin, d'Ombres Blanches, qui a eu son CAFB mais qui finalement a préféré travailler en librairie explique que à l'époque, la bibliothèque lui semblait trop lente, ennuyeuse, pas assez dynamique. A présent, si elle ne pense pas changer de métier, elle considère que l'avantage de travailler dans une bibliothèque réside dans le fait que la pression de la clientèle est moins importante (elle est plus autonome, moins nombreuse) et que les bibliothécaires ont vraiment le temps de travailler en profondeur ce qu'elle-même ne peut pas faire en librairie.

On voit là que dans les représentations des libraires, la bibliothèque est d'une part une structure où le public et la relation qu'établissent les professionnels avec lui est moins coûteuse en temps et en énergie et d'autre part un lieu où un véritable travail sur les collections et sur des projets de mise en valeur (spatiale et intellectuelle) de celles-ci peuvent être fait. Les autres raisons qui poussent les libraires à devenir bibliothécaire sont liées tant au statut professionnel de fonctionnaire – la sécurité de l'emploi, la rémunération plus importante, le doute très fort quant à l'avenir des librairies – qu'au statut social qui fait qu'un bibliothécaire bénéficie d'une reconnaissance sociale supérieure à celle d'un libraire puisqu'il s'est éloigné du secteur commercial.

C'est un avantage majeur pour les bibliothèques que cet afflux d'anciens libraires. Leur expérience et leur savoir-faire propre aux librairies peut ainsi être connu et mis à profit en bibliothèque. La porosité entre les deux métiers permet une circulation bénéfique des compétences. En effet, lors de leurs formations, les libraires apprennent

⁸² DURAND, Jean-Pierre, PEYRIERE, Monique, SEBAG, Joyce, *Bibliothécaires en prospective*, p. 57

⁸³ PROD'HOMME, Sandrine, *Etude de l'influence de l'espace des bibliothèques et des librairies sur le comportement des usagers et des clients en Haute-Normandie*, p. 24

les techniques de la vente et du conseil, du merchandising et de la réalisation d'une vitrine, de la gestion du stock et de l'assortiment, de sa mise en valeur sur table et en rayon, de la conception d'animation. L'ensemble de ces savoirs-faire assez techniques ne font pas tous partie de la formation des personnels de bibliothèque. Selon les dires de M. François Léger⁸⁴, ayant réalisé un stage à la médiathèque Hermeland de Saint-Herblain, au sein de laquelle une importante réflexion sur la rotation des collections est menée, le rayon où les collections sont les plus mises en valeur (facing, tables) est celui du bibliothécaire ayant été libraire auparavant.

La séparation entre les deux professions se fait donc bien sur ce qu'implique la vente, le commerce et l'inévitable recherche de rentabilité financière en terme de collections et de relation aux publics. Les représentations des bibliothécaires et des libraires sont bien nourries de cette échelle de valeur particulière dont parle Frédérique Leblanc qui est dans le secteur culturel de mépriser tout ce qui se rapproche un peu trop du commerce, quand bien même ce commerce se nourrit des mêmes valeurs culturelles, des mêmes objectifs intellectuels et développent de ce fait des stratégies d'attractivité et de fidélisation du public qui pourraient avoir leur place dans une structure non-marchande.

1.3.4) Plus de complémentarité que de concurrence

Touchant les mêmes publics et ayant un rôle similaire en terme de diffusion du livre, bibliothèque et librairie pourraient être considérées comme concurrentes. En effet, la bibliothèque propose de façon non-marchande un assortiment que la librairie cherche à vendre. L'étude de H. Renard montre que les deux structures ont en fait des fonctions et des images différentes⁸⁵. D'après les entretiens qualitatifs qu'il a menés auprès d'emprunteurs, d'acheteurs et d'emprunteurs-acheteurs, il ressort qu'il y a pour ces personnes une répartition des rôles entre librairie et bibliothèque : le prêt est utilisé pour découvrir de nouveaux titres – l'évacuation de la contrainte financière permet la découverte - et l'achat est réservé aux livres que l'on désire posséder. D'autre part, les bibliothèques sont privilégiées pour leur « *fonction sociale, lieu d'insertion, d'initiation pour les enfants* », tandis que la librairie est préférée pour son « *caractère plus intime,*

⁸⁴ Entretien téléphonique du 25 juillet 2008.

⁸⁵ RENARD, Hervé, « Achat et emprunt de livres : Concurrence ou complémentarité ? », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1995, t.40, n°5, p. 26-34

plus personnel »⁸⁶ lié de l'acte d'achat. Ainsi, si une concurrence entre achat et emprunt existe parfois selon les catégories de population (pour les étudiants par exemple), elle reste limitée. Par ailleurs, l'étude menée par H. Renard ne permet pas de conclure à un transfert massif de l'achat vers l'emprunt ni à un renforcement de l'achat par l'emprunt.

Librairies et bibliothèques représentent donc deux manières de transmettre le livre qui répondent à deux attitudes différentes des publics et parfois d'une même personne, selon l'intérêt qu'elle accorde à la fois à l'objet et à la fois au contenu, intérêt variable selon les modes de lecture retenus et l'utilisation présumée du livre emprunté ou acheté. H. Renard propose comme hypothèse pour expliquer cette répartition des rôles, le fait que l'emprunteur acheteur, connaissant l'existence des deux lieux définit a priori ce qu'il espère trouver dans l'une et dans l'autre. Les lecteurs connaissent donc bien les spécificités de chaque structure, qu'il ne s'agit pas ici de remettre en question.

⁸⁶ *Ibid.*

Dans cette mesure, loin de conduire à une uniformisation, l'échange autour des pratiques professionnelles de chacune en terme de valorisation des collections pourrait s'avérer bénéfique, tant il est vrai qu'elles poursuivent un même objectif en mettant en œuvre des solutions différentes héritées de leur appartenance initiale au monde marchand ou non marchand, mais qui pourraient être adaptées au contexte de l'une et de l'autre. Enfin, cette frontière public/privé initiale tend à s'amenuiser sous l'influence des transformations dans le rapport au livre d'un public aux attentes de plus en plus diversifiées. Pour répondre à l'ensemble de ces attentes, librairies et bibliothèques seront certainement conduites à développer des services qui pourraient les rapprocher. C'est pourquoi, si des moments d'échanges existent déjà autour des animations et de l'approvisionnement, il serait bon d'y adjoindre des moments de réflexion commune sur les transformations de ce public incertain et sur les moyens de l'attirer plus efficacement. Peut-être que la création d'une formation commune⁸⁷ est ce qui permettrait le plus sûrement cette connaissance des pratiques professionnelles de chacun des acteurs de la chaîne du livre.

Nous allons à présent comparer ces deux types pratiques afin d'en dégager plus précisément les similitudes et les différences et d'envisager les apports possibles de l'une à l'autre en terme de valorisation des collections.

⁸⁷ **BAPTISTE-MARREY**, *Éloge des bibliothèques*, p. 95 rappelle le projet élaboré en 1982 par la commission Pingaud, qui préconisait la création d'une grande École du livre, laquelle comporterait un tronc commun à toutes les filières et préparerait aux multiples métiers de la chaîne du livre (éditeurs, représentants, libraires, attachés de presse, documentalistes, bibliothécaires, graphistes, etc.)

II) DES PRATIQUES PROFESSIONNELLES PEU SIMILAIRES MAIS TRANSPOSABLES

Les structures étudiées ont été choisies de façon à être comparables en terme de positionnement dans l'environnement marchand et non marchand : la Médiathèque José Cabanis et la librairie Ombres Blanches sont les lieux du livre les plus importants de Toulouse, la librairie Vivement Dimanche et la Bibliothèque Municipale du 1^{er} sont de petites tailles et ont une aire de chalandise correspondant à leur quartier. La librairie Chapitre Privat et la Médiathèque Lucie Aubrac font figure de structures moyennes dans le paysage de l'agglomération lyonnaise. Il apparaît que les bibliothèques ont systématiquement plus de personnels, plus de surface et plus de titres que les librairies, mais que le nombre de livres achetés est toujours supérieur au nombre de livres empruntés, et que les librairies ont donc un taux de rotation des collections plus important que les bibliothèques. Par exemple, alors que pour la librairie Vivement Dimanche, le taux de rotation minimum toléré est de cinq fois par an, le meilleur taux de rotation à la Bibliothèque Municipale du 1^{er} (hors DVD) est celui des bandes dessinées : 6.9 puis celui du secteur cuisine : 4.7, les romans adultes ne sortant en moyenne que trois fois par an.

Une première variable explicative est que les bibliothèques sont utilisées pour autre chose que l'emprunt de livres, à savoir l'emprunt de CD, de DVD, de revues, ainsi que pour leurs services. Leur activité ne se réduit donc pas au prêt de livres alors que celle des librairies est toute entière orientée vers leur vente. Une deuxième variable explicative est que les stratégies de présentation mise en œuvre en librairie poussent certainement le lecteur à l'achat. Il convient donc de les étudier et d'analyser leur reproductibilité en bibliothèque afin de proposer des stratégies qui pourraient pousser le lecteur à l'emprunt et au-delà favoriser la rencontre entre les lecteurs et le contenu des livres. Il ne s'agit pas d'imiter point par point les librairies mais bien d'envisager quelles techniques pourraient être adaptées aux bibliothèques, compte tenu de leur particularité. Se situer au plus proche des publics et s'adresser de la manière la plus immédiatement compréhensible par eux pose également la question de la légitimité de la

réplique à l'intérieur des bibliothèques de modes de communication ayant fait leur preuve à l'extérieur, dans les petits commerces tel que les librairies mais également dans les grandes surfaces. Les bibliothèques doivent-elles s'adresser aux publics d'une manière qui leur soit propre, légèrement décalée et qui peut nécessiter un apprentissage ou doivent-elles utiliser les codes ayant prouvé leur efficacité au sein de la sphère marchande ? Y aurait-il une voie médiane entre l'uniformisation et l'opacité ?

Caractérisons la présentation que les librairies comme les bibliothèques font d'elles-mêmes (2.1) et de leur collections (2.2), les similitudes et les différences qui ont pu être observées sur ces thèmes, comme sur ceux du contenu des collections, des relations établies avec les publics et de la programmation des animations (2.3) afin de saisir ce qui sans empêcher l'expression de l'originalité de chaque lieu pourrait permettre de rendre chacun plus visible et plus lisible pour les publics.

2.1) LA PRÉSENTATION DE SOI : COMMUNIQUER SUR CE QU'ON EST OU SUR CE QU'ON OFFRE

Comment les bibliothèques et les librairies s'adressent-elles aux passants ? Quelle image donnent – elles d'elles-mêmes par le biais de leur architecture extérieure (2.1.1) et intérieure (2.1.2) ?

2.1.1) L'architecture extérieure : prestige versus modestie

« La médiathèque, très souvent, n'est pas qu'un simple bâtiment, mais un véritable monument, emblème d'une ville et dont la population doit être fière »⁸⁸

M. Melot

Hélène Caroux fait débiter son étude *Architecture et Lecture, Les bibliothèques municipales en France* à l'année 1945, c'est-à-dire à l'année de la création de la Direction des Bibliothèques de France et de la Lecture Publique. Cette création symbolise selon elle la victoire de ceux pour qui « *les bibliothèques peuvent participer à la refondation d'un monde (...) sur des valeurs universelles* »⁸⁹. A partir de cette date, le nombre de bibliothèques augmente, passant de 400 en 1948 à 3 012 en 2002. H. Caroux distingue deux phases dans cette période de croissance : 1945-1981 et 1981-2002, la

⁸⁸ MELOT, Michel, « Grandeur et lacunes de l'activité des bibliothèques françaises », *Lire, faire lire*. Paris : Le Monde Editions, 1995, p.383

⁸⁹ CAROUX, Hélène, *Architecture & lecture : les bibliothèques municipales en France, 1945-2002*, p. 37

date charnière étant l'application des lois de décentralisation qui ont conféré aux municipalités la responsabilité de la construction de bibliothèques. Dans la première période, l'architecture des bibliothèques construites « *se confond avec le paysage urbain* » alors qu'à partir du milieu des années 80 « *elle devient monumentale (...) pour mieux s'ériger en signal dans le tissu urbain* »⁹⁰. A partir du moment où les bibliothèques deviennent un équipement culturel et un enjeu politique, ayant partie liée avec l'affirmation du pouvoir municipal, celles – ci : « *ne sont plus là pour légitimer leur mission ou une profession, pour justifier leur place au sein de la société et pour séduire les lecteurs, mais pour s'imposer, valoriser les villes et la culture* »⁹¹.

Parmi les trois bibliothèques qui ont été étudiées, deux sont des constructions récentes : la Médiathèque Lucie Aubrac à Vénissieux, construite en 2001 et la Médiathèque José Cabanis à Toulouse, érigée en 2004. Toutes deux se situent dans cette conception de la bibliothèque comme monument symbolique de la politique municipale décrite par H. Caroux. En effet, la Médiathèque Lucie Aubrac a été conçue par l'équipe municipale comme un élément structurant de la politique d'urbanisme de la ville, « *comme levier pour l'extension d'un nouveau centre-ville, qui déplacerait le centre de gravité de Vénissieux vers le Sud* »⁹². Dominique Perrault, qui a été choisi pour la réalisation de cette médiathèque est également chargé de la définition des principes d'urbanisation de ce nouveau quartier. Par ailleurs, le choix de cet architecte ainsi que de sa collaboratrice, l'architecte-designer Gaëlle Lauriot-Prévoist qui a dessiné les mobiliers de la médiathèque à partir d'une déclinaison des mobiliers de la BnF a été fait dans la volonté d'envoyer un message fort aux populations du quartier des Minguettes en leur offrant ce qu'il y avait de mieux.

De même, la Médiathèque José Cabanis a été conçue comme « *un vecteur de la culture moderne (...), l'élément phare d'une opération symbolisant l'extension du centre ville (...). Grâce à cette Médiathèque, Toulouse pérennise son rayonnement international* »⁹³. Cette médiathèque se loge dans le pilier le plus important de la Porte Marengo, qui se veut « *l'élément emblématique du renouveau du quartier Marengo, laissé vide depuis la guerre* » explique son architecte, Jean-Pierre Buffi⁹⁴. En ce sens, la médiathèque est conçue comme le symbole du lien entre le passé et l'avenir de la ville.

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ *Idem*, p. 265

⁹² « Médiathèque de Vénissieux. La maison de verre », *Lyon Capitale*, n° 344, 26/09/ 2001, p. 15

⁹³ DOUSTE-BLAZY, Philippe, Maire de Toulouse, « Médiathèque José Cabanis », *Toulouse Passion*, hors-série 2004, p.7

Ces deux bibliothèques sont donc par leur architecture, investies de missions qui dépassent largement celles qui leur sont propres. Leur aspect extérieur se veut le reflet d'un geste grandiose de l'institution et du pouvoir envers la population.

La troisième bibliothèque étudiée, la Bibliothèque Municipale du 1^{er} à Lyon, se loge au premier étage d'un bâtiment qui lui pré-existait, la Condition des Soies, qui abrite également un centre social et culturel ainsi que plusieurs autres structures comme l'association des Anciens Combattants ou la Maison du département. Ce bâtiment, construit au début du 19^{ème} siècle, présente une façade assez austère, ornée de feuilles de mûrier et de vers à soie. Cette bibliothèque connaît ainsi les mêmes problématiques que les trois librairies étudiées, qui n'ayant pas la maîtrise de leur architecture doivent s'adapter aux contraintes d'un bâtiment déjà existant.

Sur la manière dont bibliothèques et librairies communiquent par leur aspect extérieur, la première différence est donc celle-ci, les librairies (et, en ce qui concerne notre terrain, les bibliothèques de quartier) n'ont pas de bâtiments propres, ne sont pas construites en tant que telles, et se présentent de ce fait à la rue avec modestie alors que les grandes bibliothèques municipales font l'objet d'un projet architectural ambitieux, qui conduit à l'érection de bâtiments publics imposants voire impressionnants. La Librairie Chapitre Privat, située sur la place Bellecour à Lyon est, dans notre corpus, celle qui bénéficie du bâti le plus imposant et le plus visible, dans la mesure où elle est installée sur quatre niveaux dans un Bâtiment de France. Sa localisation géographique est un avantage concurrentiel majeur, mais le bâtiment lui-même ne se détache pas de son environnement urbain, à la différence des médiathèques de Toulouse et de Vénissieux.

Les librairies signalent donc leur présence par d'autres éléments que par les bâtiments qui les abritent, qui sont leur enseigne, leurs vitrines et entre elles l'habillage des murs qui leur appartiennent par des panneaux de bois colorés. Éléments de repère dans la rue, les enseignes sont plus déployées par les librairies étudiées que par les bibliothèques. La Médiathèque Lucie Aubrac n'en

⁹⁴ BUFFI, Jean-Pierre, « Médiathèque José Cabanis », *Toulouse Passion*, hors-série 2004, p. 9

a aucune, le nom de celle-ci étant inscrit sur les parois d'un bâtiment qui de toutes les manières est entouré de parcs et de parkings et qui donc se détache de l'environnement urbain. Il en va de même pour la Médiathèque José Cabanis, qui est cependant signalée par plusieurs panneaux d'orientation destinés aux piétons et qui a disposé de part et d'autre de l'arche deux enseignes perpendiculaires au bâtiment. La Bibliothèque Municipale du 1^{er} est signalée de façon très discrète par un panneau fixé à côté de la porte du bâtiment. La Librairie Vivement Dimanche, qui est en superficie la plus petite des librairies étudiées a trois enseignes perpendiculaires à la rue et une enseigne fixée au-dessus de l'entrée et faisant toute sa longueur. La Librairie Ombres Blanches a pour ces quatre entrées pas moins de trois enseignes horizontales et cinq enseignes perpendiculaires et la Librairie Chapitre Privat deux enseignes horizontales et quatre enseignes perpendiculaires.

Enfin, la façade des librairies est composée de vitrines, six pour Vivement Dimanche, neuf pour Chapitre Privat et dix pour Ombres Blanches ce qui n'est pas le cas pour les bibliothèques étudiées. Il n'a d'ailleurs pas été possible d'avoir connaissance de bibliothèques ayant une vitrine donnant sur la rue, dans laquelle seraient exposés des exemplaires de l'offre documentaire proposée à l'intérieur. La vitrine est le premier outil dont dispose le libraire pour attirer l'attention et susciter l'intérêt du passant. Elle est un « *élément du dialogue qui s'instaure entre le libraire et ses clients avant même que la porte soit franchie* »⁹⁵, car elle est « *le reflet de son orientation, de sa marque, de ses choix* »⁹⁶. Cet élément central d'un dispositif d'attractivité n'est pas utilisé par les bibliothèques, qui se veulent pourtant ouvertes sur le monde et sur la rue.

Il est vrai que la première concrétisation de cette volonté est le fait que les bibliothèques nouvellement construites donnent effectivement sur la rue, ce qui était rarement le cas précédemment et qu'elles présentent des façades la plupart du temps vitrées.⁹⁷ Cependant, si la Médiathèque Lucie Aubrac est un volume de verre, l'architecte a volontairement choisit qu'elle apparaisse de l'extérieur fermée, « *comme*

⁹⁵ **LEBLANC**, Frédérique, *Libraire : un métier*, p. 172

⁹⁶ **ASFODEL**, *Le métier de libraire*, p. 128

⁹⁷ **GUEYDON**, Bernadette, responsable des bibliothèques 1^{er}, 4^{ème} et 6^{ème} arrondissement de Lyon. Entretien du 10 octobre 2008.

un bâtiment protecteur du monde »⁹⁸, privilégiant ainsi l'intimité des lecteurs. Du dehors, elle est donc opaque, si bien que « *seule l'entrée principale, sur laquelle s'affiche le mot médiathèque (...) permet de découvrir la vocation de ce lieu qui ne laisse par ailleurs rien deviner de son contenu* »⁹⁹. Un système de cassettes perforées accolées aux vitres permet cependant de très bien voir l'extérieur quand on est à l'intérieur, sans être vu, ce qui fonde pour l'architecte sa transparence et son ouverture sur le monde. La façade principale de la Médiathèque José Cabanis, celle qui est offerte au centre ville, est composée de pare-soleil en terre cuite qui pivotent en fonction de l'ensoleillement. Les autres façades dites intérieures, sont structurées par une alternance de panneaux de bois et de panneaux de verre. S'il est possible de ce fait de voir à l'intérieur de la bibliothèque, celui-ci ne semble pas être organisé compte tenu de cette possibilité (présentoirs de livres de dos au niveau -1, mur de la salle actualité au rez-de-chaussée).

Abordant cette question lors de l'entretien avec le directeur de la médiathèque, M. Pierre Jullien, il est apparu que les surfaces vitrées n'avaient pas été pensées comme des espaces de dialogue entre l'intérieur et l'extérieur du bâtiment. Par ailleurs, lorsque cette dimension a été tout récemment prise en compte pour le dernier projet de construction d'une bibliothèque de quartier, il a été choisi de rendre visible les espaces de lecture de la salle d'actualité, « *afin qu'on puisse voir depuis la rue des gens en train de lire* »¹⁰⁰ et non de présenter une partie de l'offre documentaire de la bibliothèque. Il en va de même pour la Médiathèque Emile Zola à Montpellier, où les fauteuils destinés aux lecteurs ont été disposés derrière la façade vitrée située du côté du passage du tramway. Par ce biais, la bibliothèque se présente par l'usage que peuvent en faire les publics et non par l'offre documentaire qu'elle met à leur disposition. C'est ici la lecture qui est mise en avant et non le livre, la culture en train de se faire et non ses différents supports.

Architecturalement parlant, la bibliothèque communique donc plutôt sur ce qu'elle est, un équipement culturel public, un lieu d'accès à la culture, sans qu'il soit vraiment possible de savoir ce que l'on va trouver précisément à l'intérieur. La librairie elle, au travers de ses vitrines, ne s'affiche pas comme un lieu mais comme une offre

⁹⁸ PERRAULT, Dominique, « L'architecture de la médiathèque », *La médiathèque Lucie-Aubrac de Vénissieux* [Document de présentation de la médiathèque], p. 2

⁹⁹ MARIN, François, « Vénissieux : Perrault au pied des Minguettes », *Bulletin d'informations de l'Association des Bibliothécaires Français*, n°193, déc. 2001, p.71-72

particulière de livres. Ce qui est mis en vitrine est une proposition construite à partir d'une réelle réflexion sur ce qui a vocation à attirer l'œil, à séduire et à faire rentrer le public. Cette « *promesse faite au passant, non d'une rencontre avec un produit commercial, mais avec un univers* »¹⁰¹, est-il vraiment illégitime d'envisager qu'une bibliothèque pourrait la faire, et ce d'autant plus que l'« *on ignore précisément l'incidence de l'architecture et de l'implantation des bibliothèques sur la population des villes en général et sur la fréquentation voire l'inscription en particulier* »¹⁰² ?

Selon la librairie interrogée à Vivement Dimanche, les vitrines sont un dispositif très vendeur, qui permettent de raviver les ventes d'un rayon un peu délaissé par la clientèle : « *on peut tout mettre en vitrine et ça fonctionne, même la vitrine d'invendables a très bien marché* »¹⁰³. La seule vitrine, un peu obligatoire, qui ne fonctionne pas spécialement est celle de la rentrée littéraire car c'est la même dans toutes les librairies et que la clientèle sait souvent déjà le titre qu'elle souhaite. C'est pourquoi le principe est de faire des vitrines originales, afin de non seulement signaler sa présence et attirer l'œil mais surtout de proposer quelque chose de particulier qui démarque la librairie de ses concurrentes.

On observe dans les différentes librairies étudiées une grande variété dans l'organisation des vitrines, ce qui laisse à penser que les bibliothèques pourraient créer ces espaces de présentation de soi propres à attirer les passants. En effet, si les vitrines de Vivement Dimanche sont très animées et très décorées grâce à un assemblage de pochoirs, de tissus et d'objets, surtout en ce qui concerne les vitrines dédiées aux rayons vie pratique et tourisme, les vitrines de Ombres Blanches sont plus austères, quoique toujours agréables à l'œil. Par ses vitrines très belles et attractives, Vivement Dimanche établit avec le passant un dialogue autour d'un centre d'intérêt, d'un loisir privilégié, quand Ombres Blanches met en avant une offre documentaire correspondant à l'image de qualité et de diversité choisie comme objectif de la librairie. Ainsi, la vitrine la plus visible, celle de l'entrée principale de la librairie, était composée lors de nos observations de Pléiades et d'ouvrages de philosophie, d'histoire et de linguistique. La vitrine consacrée à la littérature, aux romans policiers et à la science-fiction est dans la

¹⁰⁰ JULLIEN, Pierre, directeur de la BMVR de Toulouse. Entretien du 19 juillet 2008

¹⁰¹ LEBLANC, Frédérique, « .La librairie, partenaire culturel ». In PAYEN, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, p. 102

¹⁰² CAROUX, Hélène, *Architecture & lecture : les bibliothèques municipales en France, 1945-2002*, p. 54

¹⁰³ Frédérique, librairie à la librairie Vivement Dimanche. Entretien du 10 octobre 2008

venelle perpendiculaire à la rue principale, à côté d'une des sorties de la librairie. De fait, les nouveautés grand public et les best-sellers ne sont pas spécialement mis en valeur. L'organisation des vitrines est donc différente selon le parti pris choisi par la librairie. En ce sens, les bibliothèques pourraient également communiquer sur ce qu'elles sont par le biais de vitrines en choisissant des procédés qui leur correspondent le plus.

Enfin, les vitrines sont également utilisées à Vivement Dimanche comme à Chapitre Privat pour des opérations. Cet espace est alors consacré à un thème d'actualité qui a touché les libraires (lors de notre visite à Vivement Dimanche, il s'agissait d'attirer l'attention sur le sort des Roms en Italie et de présenter la richesse de leur culture) ou aux petits éditeurs ou à une animation. Les '80 m de vitrines Place Bellecour' comme aime à les appeler le directeur de la librairie Chapitre Privat sont utilisées la majeure partie de l'année pour les opérations initiées par la librairie en partenariat avec d'autres structures privées, associatives ou institutionnelles. Présentation des Assises Internationales du Roman, du catalogue Christian Bourgois, de la programmation du Théâtre des Célestins, des réalisations de la Galerie d'art logée en face sur la place, de la Marelle en Papier : le principe reste toujours de présenter la diversité de l'offre de la librairie en rassemblant les produits proposés par les différents rayons (papeterie, jeunesse, vie pratique) et ceux de ces partenaires, dont les actions et les caractéristiques sont représentées sur de grands kakemonos. Cette visibilité est un élément clef de l'offre de la librairie lors de la négociation de partenariats.

Cette façon d'utiliser les vitrines est peut-être celle qui serait la plus reproductible en bibliothèque. En effet, faire des vitrines présentant uniquement des livres serait assez délicat étant donné d'une part l'unicité de chaque exemplaire, qui alors serait absent des collections à l'intérieur de la bibliothèque, et d'autre part l'aspect défraîchi de nombre d'ouvrages. Le caractère esthétique de la vitrine, nous l'avons vu, est d'une importance primordiale, car elle est un lieu d'exposition de l'objet livre, ce qui ne correspond pas nécessairement à ce qui est offert en bibliothèque, qui est plutôt de l'ordre du contenu et de l'usage du lieu. Par ailleurs, les nouveautés toujours empruntées, toujours réservées ne pourrait pas y être proposées. Malgré tout, un échantillon significatif des différents supports que l'on trouve dans la bibliothèque pourrait quand même être présenté afin que les passants sachent mieux ce que l'on trouve à l'intérieur.

En outre, la bibliothèque en tant qu'équipement culturel inséré dans une ville pourrait être présentée par le biais d'objets reprenant les animations culturelles proposées dans la ville ou à l'intérieur : tableaux, marionnettes, scènes de théâtre avec affiche à l'ancienne signalant le prochain spectacle, clap de cinéma portant mention de la prochaine projection, œuvres d'artistes par ailleurs exposés à l'intérieur, livres ou supports fabriqués et animés comme dans l'entrée de la Bibliothèque des Sciences et de l'Industrie, reproduction des situations de lecture ou de contes avec des mannequins, panneaux d'exposition reprenant les thématiques mise en avant sur les présentoirs et les tables, diffusion de programmes audio-visuels montrant les différents services de la bibliothèque... De cette façon, les bibliothèques communiqueraient sur ce qu'elles sont et sur ce qu'elles offrent bien avant l'entrée du public dans le lieu, entrée qui est bien souvent différée par la peur de l'inconnu et l'incompréhension de la proposition. Elles pourraient ainsi attirer l'attention d'un public qui méconnaît les bibliothèques.

De l'extérieur, les bibliothèques se présentent donc comme un équipement culturel assez imposant, porteur du geste symbolique d'une municipalité envers les citoyens. Les librairies, plus modestes, communiquent sur ce qu'elles offrent par un système de vitrines qui pourraient être dans une certaine mesure reproduit en bibliothèque et qui améliorerait leur attractivité et leur lisibilité depuis la rue. Une fois le lecteur potentiel attiré à l'intérieur, quelle mise en espace choisir pour l'amener à découvrir l'offre et les services de la bibliothèque ? Penchons nous sur l'organisation intérieure des librairies et des bibliothèques afin de découvrir quelques pistes permettant de l'appropriation de l'espace par les lecteurs.

2.1.2) L'organisation spatiale intérieure : linéarité versus mouvement

Selon l'architecte Pierre-Yves Gimenez, le principe de l'organisation intérieure d'un espace tel qu'une librairie est qu'il puisse se lire dès l'entrée et que le fond soit visible, avec les rayonnages orientés en longueur, comme des lignes de perspective vers le point de fuite, afin que le lecteur soit attiré vers le fond de la librairie et ait ainsi envie d'avancer plus avant dans son espace¹⁰⁴. De même, s'il y a plusieurs niveaux, l'escalier doit être conçu de façon à 'aspirer' le lecteur vers l'étage supérieur. La circulation entre

¹⁰⁴ GIMENEZ, Pierre-Yves, entretien du 24 octobre 2008

les différents espaces de la librairie doit être facile et fluide. Visibilité, lisibilité, simplicité et facilité de la circulation et de l'appropriation du lieu sont les maîtres mots qui gouvernent l'aménagement intérieur des librairies comme des bibliothèques soucieuses d'offrir au public des lieux dans lesquels il se sente bien et libre de son usage, première condition à l'achat et à la pérennité de sa fréquentation. En effet, selon un sondage effectué en 1990 portant sur l'image de la médiathèque de Nantes, « *l'architecture est le second élément - après la richesse et la diversité des fonds - qui semble attirer les usagers et plus particulièrement le décor, la liberté de circulation, la taille et la clarté du bâtiment et enfin le confort de l'aménagement intérieur* »¹⁰⁵.

La mise en espace participe également au dialogue silencieux entre le libraire ou le bibliothécaire et le public. En effet, si celle – ci doit permettre de « *rendre attractif et lisible le choix des ouvrages* »¹⁰⁶, elle est aussi la mise en scène d'une stratégie d'offre destinée à un public particulier. N. Robine note à ce sujet, que « *dans l'étude d'Eliséo Véron, on reste frappé par le parallélisme exact entre l'agencement des lieux de chaque bibliothèque et le discours du conservateur qui lui répond* »¹⁰⁷. Ainsi, la variété des mises en espaces possibles, du linéaire au labyrinthe, sont autant d'expressions de l'image que se font les libraires et les bibliothécaires de leurs publics et de la meilleure façon de s'adresser à eux. Cette variété existe réellement entre l'une et l'autre des structures observées.

La Librairie Vivement Dimanche a une structure simple, c'est un rectangle dont une longueur est occupée par la vitrine, sa surface est de 70 m²¹⁰⁸. Les rayonnages occupent les trois autres côtés de ce quadrilatère, le reste de l'espace étant dévolu aux tables et aux différents présentoirs d'éditeurs. C'est donc un espace facilement déchiffrable dans lequel la circulation est aisée. Par ailleurs, les libraires veillent à changer régulièrement la disposition de cet espace, en modifiant la position des tables (dotés de roulettes) et même l'ordre des secteurs dans les rayons, ce qui a un effet positif sur la clientèle, qui apprécie de découvrir une librairie souvent renouvelée, vivante. Cette librairie se présente donc au lecteur de façon assez simple, organisée, facile à s'approprier et non hiérarchisée, veillant à laisser un espace central vaste, afin de ne pas

¹⁰⁵ CAROUX, Hélène, *Architecture & lecture : les bibliothèques municipales en France, 1945-2002*, p. 261

¹⁰⁶ ASFODEL, *Le métier de libraire*, p. 104

¹⁰⁷ ROBINE, Nicole, « Relais et barrières : la perception de l'aménagement de l'espace et des classifications par les usagers dans les lieux de prêt et de vente du livre ». In PRIVAT, Jean-Marie, REUTER, Yves, *Lectures et médiations culturelles : actes du colloque de Villeurbanne, mars 1990*. p. 122

¹⁰⁸ Cf. Annexe 5

impressionner ceux qui entrent dans la librairie et de les laisser libre de leurs déambulations, ce qui lui permet de s'adresser à un public large et diversifié.

La situation est plus complexe pour les Librairies Ombres Blanches et Chapitre Privat. La première en effet a atteint sa surface de 1200 m² par agrandissements successifs, si bien que le magasin est organisé en quatre parties, dont l'une ne communique pas avec les autres (la librairie dite Ombres Blanches 2, librairie de voyage). Elle dispose de quatre entrées, mais seulement deux en sont réellement, les deux autres étant considérées comme des sorties. La circulation entre ses parties est assez difficile, de même qu'il est malaisé de comprendre l'organisation générale de la librairie, que ce soit de l'extérieur (les entrées se font par deux rues perpendiculaires et sont assez espacées) ou de l'intérieur. Un escalier de belle facture structure le département des sciences humaines et permet d'accéder au premier étage¹⁰⁹. En dessous, l'espace central, considéré comme le cœur de la librairie est occupé par la littérature. Un couloir récemment réaménagé permet d'accéder au secteur jeunesse. Cet espace biscornu donne une impression de labyrinthe et les lecteurs se sentent assez fréquemment perdus. Certains endroits, notamment vers les sorties/entrées, où sont situées les caisses, et au premier étage sont très peu mis en valeur (peu d'éclairage, encombrement). Les salles les plus travaillées (qualité de l'éclairage, du mobilier, de la circulation) sont celles de la littérature classique, des sciences humaines, de la littérature, de la jeunesse et de la bande dessinée. Ceci correspond à l'histoire de la librairie, qui a d'abord été une librairie de littérature et de sciences humaines, puis qui a développé des rayons jeunesse puis beaux-arts, voyages, bande dessinée, science-fiction et roman policier. Une importance toute particulière est accordée au confort de la clientèle : fauteuils et patio avec machine à café permettent aux clients de prendre le temps de la consultation pour choisir les livres qu'ils désirent vraiment acheter.

Cette mise en espace particulière, dans laquelle les aspects commerciaux ont la portion congrue, correspond à l'image initiale de la librairie et au cap qu'elle souhaite maintenir : la diversité de l'offre documentaire et sa qualité, le refus de l'achat facile. Ainsi, tout en devenant petit à petit un peu plus grand public¹¹⁰, elle s'adresse toujours à un public choisi - l'entrée principale étant celle des lettres classiques - , aimant l'univers foisonnant et complexe des livres, ayant les moyens de choisir ses achats.

¹⁰⁹ Cf. Annexe 2

¹¹⁰ **GUISEPPIN**, Françoise, responsable de la section Jeunesse de la Librairie Ombres Blanches. Entretien du 23 Juillet 2008

La Librairie Chapitre Privat, qui a racheté la librairie Flammarion, s'étend sur quatre niveaux, le sous-sol est réservé à la papeterie, le rez-de-chaussée se découpe en deux, un espace d'encaissement enserré dans des parois translucide et un hall d'accueil, et le secteur beaux-arts et littérature, les deux plateaux supérieurs consistent en une enfilade de pièces dont le charme désuet (cheminées, miroirs, parquet) n'est pas sans rappeler son usage initial : appartements somptueux destinés à des officiers. Une banque d'accueil est située dans la salle du rez-de-chaussée, dans le sens de la longueur, de façon à ce qu'il n'arrête pas le cheminement des lecteurs tout en étant très facilement repérable et en donnant l'impression d'être reçu dès l'entrée. Située dans un Bâtiment de France, cette librairie n'a pas vraiment la maîtrise de son organisation spatiale. Des projets de restructuration sont en cours, mais pour l'instant c'est surtout par la présentation des collections qui sera détaillée dans la partie suivante que cette librairie cherche à transformer son image de librairie traditionnelle réservée à une élite en librairie accessible à tous.

Dans les différentes librairies étudiées, l'adaptation à un bâtiment présentant de nombreuses contraintes apparaît comme un obstacle majeur à la lisibilité de l'espace et à la fluidité de la circulation entre les différentes parties proposée aux usagers. Par contre, le fait que les rayonnages soient disposés en majorité contre les murs et non au centre des pièces, fait de chaque partie un ensemble cohérent dans lequel la vue est dégagée et où l'accès au livre est facilité par la présence de nombreux exemplaires sur des tables ayant une hauteur maximale d'un mètre. Enfin, les librairies offrent aux lecteurs un espace animé, du fait de la variété des hauteurs de tables et de la présence des nombreux présentoirs. Leur parcours est ainsi possiblement interrompu par des interrogations nouvelles. Et si le cheminement du lecteur vers le document voulu n'est pas toujours aussi transparent qu'il serait souhaité, il est certain que son attention est en permanence sollicitée par des interrogations nouvelles. Par rapport à ces deux exigences que distingue Jacqueline Gascuel dans la présentation d'un fonds, les librairies satisfont tout particulièrement bien la seconde¹¹¹.

¹¹¹ GASCUEL, **Jacqueline**, Un espace pour le livre : guide à l'intention de tous ceux qui construisent, aménagent ou rénovent une bibliothèque, p. 131

Dans notre corpus, la bibliothèque la plus proche de la mise en espace étudiée dans les librairies est la Bibliothèque Municipale du 1^{er}. Que ce soit la section adultes ou jeunesse, les deux espaces de cette bibliothèque s'offrent effectivement dans leur entier dès l'entrée¹¹². Sur une base rectangulaire, les rayonnages sont disposés alternativement contre les murs et perpendiculairement à eux de façon à créer des coins thématiques cohérents. Leur hauteur varie de 2 m 20 (contre les murs) à 1 m 40 (perpendiculaires). En jeunesse, leur organisation est modifiée pendant les vacances d'été, de façon à donner aux jeunes et aux enfants l'impression d'être accueillis tous les ans dans un lieu nouveau, vivant, qui change, comme eux. Cet intérêt porté au bien-être du public, visible dans ces réaménagements fréquents permettraient un mélange des âges et réelle diversité, une augmentation et une diversification du public.

Dans cette bibliothèque, l'organisation spatiale est pensée en fonction du confort des lecteurs et de leur usage des collections, elle se présente avant tout comme un espace où l'on vient passer du temps au milieu des livres, avec la possibilité d'en découvrir le contenu.

La Médiathèque Lucie Aubrac est un quadrilatère dans lequel la zone enfants et la zone adultes et jeunes se répartissent de part et d'autre de l'allée centrale. Ce rez-de-chaussée est une surface plane de 5 000 m², ayant une hauteur sous plafond de 4 m, dans lequel les espaces sont délimités par des parois vitrées mobiles. Une galerie fait tout le tour de l'ensemble¹¹³. Dans la zone adultes et jeunes, les rayonnages sont hauts (2 m 30) en bois plein, de grande qualité. Ils sont disposés en rangées, alternativement dans le sens de la longueur, puis dans le sens de la largeur. Cet espace est assez difficile à appréhender, la hauteur des rayonnages obérant la possibilité d'en avoir une vision d'ensemble et ne permettant pas de voir de l'autre côté de la zone. Les étagères sont plus petites dans la zone enfants, ce qui permet par contraste de sentir l'avantage qu'il y aurait à avoir des étagères moins hautes : l'espace est plus agréable, on s'y sent libre de circuler, la luminosité est plus importante, on peut en saisir l'organisation du premier coup d'œil. L'entrée dans chaque zone peut se faire par plusieurs endroits à partir de la galerie. Le lecteur est donc laissé libre de sa circulation, quand bien même il est un peu ardu voire impressionnant de pénétrer entre les travées.

¹¹² Cf. Annexe 4

¹¹³ Cf. Annexe 3

L'organisation spatiale de la Médiathèque Lucie Aubrac combine à la fois les éléments d'un lieu de rencontre (espace forum, déambulatoire...) et une recherche d'intimité (par exemple, dans la zone enfants, le coin littérature est un espace un peu clos, séparé des autres par des parois translucides). Elle n'offre cependant pas vraiment d'espace de détente, souvent composé dans d'autres bibliothèques de fauteuils variés disposés autour de tables basses. Partout, il faut s'attabler pour lire (sur des lutrins dans l'espace presse), ce qui crée une ambiance assez studieuse, d'autant plus que ce qui s'offre au regard en entrant se sont précisément des rayonnages et des tables de travail individuelles. Contrairement à la Bibliothèque de la Cité des Sciences et de l'Industrie qui dès l'entrée propose un coin bande dessinée, des banquettes pour visionner des vidéos diffusées en continu, des tables rondes avec plusieurs chaises autour, des postes pour regarder des films de fictions ou des documentaires, l'offre multimédia de la bibliothèque n'est pas immédiatement accessible et les espaces de convivialité sont absents. Ainsi, voulant offrir ce qu'il y a de mieux, la Médiathèque Lucie Aubrac conserve dans sa mise en espace un peu des caractéristiques de la bibliothèque traditionnelle, imposante et figée, dans laquelle l'accès au savoir se mérite.

L'entrée de la Médiathèque José Cabanis se caractérise par un vaste hall d'accueil à partir duquel on accède aux différents niveaux, chaque plateau supérieur regroupant deux départements thématiques, le niveau -1 étant réservé à la Médiathèque des enfants¹¹⁴. Dans chaque département, les rayonnages sont disposés de façon linéaire, dans le sens de la largeur de la salle pour la première moitié de celle-ci, puis dans le sens de sa longueur. Les tables de travail, les fauteuils de lecture et les postes d'écoute sont rejetés le long de la baie vitrée, séparé de la zone des rayonnages par des panneaux transparents. Il n'y a donc pas de tables ni de fauteuils nichés au cœur des rayonnages qui se succèdent les uns les autres sans discontinuer. Hauts de 1 m 60 environ, ils n'empêchent pas le lecteur de saisir l'organisation de l'espace d'un seul coup d'œil à son entrée, ce qui lui permet dans chaque département d'avoir une vision d'ensemble d'un univers des livres, qui reste pourtant séparé de l'usage de ceux-ci.

Par ailleurs, la circulation est fluide, puisqu'il y a pour traverser la salle deux allées dans la largeur et trois dans la longueur. Les départements thématiques de cette bibliothèque ont donc été conçus comme des espaces agréables, sereins et conviviaux, faciles à déchiffrer, où le public peut évoluer à sa guise pour aller chercher le titre

voulu. Par contre, cette organisation limite les rencontres inopinées, les découvertes, puisque le livre n'est accessible qu'après avoir quitté les allées de circulation pour pénétrer entre les travées où il est présenté par son dos : il y a peu de mise en contact du livre et du lecteur.

En outre, le hall d'entrée vaste, où sont disposées sur la droite la banque de retour et sur la gauche la banque de prêt, de part et d'autre de l'escalier central est vide de toute présentation de collection. A ce sujet, Pierre Jullien rappelle qu'à son entrée dans la Médiathèque, un visiteur s'est exclamé « *on se croirait dans un aéroport* », ce qui montre que la Médiathèque José Cabanis a réussi « *à tordre le cou à l'image de la bibliothèque traditionnelle* »¹¹⁵. Il faut donc traverser tout le hall pour rencontrer dans un premier temps plusieurs présentoirs accueillants les tracts des différentes manifestations culturelles de la ville et soit se rendre dans la salle d'actualité, située à ce niveau, soit dans les étages pour commencer à comprendre ce que ce bâtiment renferme comme propositions. Dans un premier temps, la bibliothèque se présente donc comme un équipement culturel et non comme un lieu du livre, elle constitue une porte d'entrée dans la culture au sens large, vivante, en train de se faire.

Ce parti pris sur la présentation de soi, reproduit dans les bibliothèques de quartier nouvellement construites à Toulouse, où les collections ne sont pas visibles dès l'entrée, repose sur la volonté paradoxale d'éviter d'impressionner le nouveau fréquentant en lui imposant l'univers des livres dès son entrée dans un bâtiment par ailleurs majestueux. Il s'agit de lui proposer en premier lieu, un espace neutre à la suite duquel il aperçoit l'offre modernisée de la bibliothèque : téléviseurs avec diffusion continue des actualités, zone multimédia, salle de presse. La première image que l'on a, en entrant dans la bibliothèque, est finalement celle d'un espace non caractérisé. Ce qui fait d'elle un espace ouvert à tous, où chacun est libre de déterminer l'usage qu'il veut en faire, mais nécessitant en fait un réel apprentissage.

En effet, le sens de circulation prévu dans l'architecture même du bâtiment et notamment dans l'orientation de l'escalier¹¹⁶, montre que le lieu est finalement destiné à un usage par des habitués et qu'il n'est pas pensé dans une logique d'attractivité par

¹¹⁴ cf. Annexe 1

¹¹⁵ JULLIEN, Pierre, « Médiathèque José Cabanis », *Toulouse Passion*, hors-série 2004, p. 61

¹¹⁶ Je rends, je vais dans les étages, je sors en empruntant, la banque d'inscription étant rejetée sur la droite dans un recoin et donc pas immédiatement visible.

rapport à des non habitués. Cette mise en espace dans laquelle l'accent est plus mis sur les espaces et les services que sur les documents, fait de la Médiathèque José Cabanis un monde à découvrir qui ne se livre pas facilement. La bibliothèque ne dévoile pas immédiatement ce qu'elle propose, elle s'apprend. Le lecteur doit lui-même s'approprier le lieu et décider de l'usage qu'il va en faire ce qui n'existe pas en librairie, lieu dont l'usage est moins varié qu'en bibliothèque.

L'étude de ces six mises en espaces permet de mettre en évidence que les choix varient beaucoup entre librairies et bibliothèques mais également que de nombreuses différences sont observables d'une librairie à l'autre et d'une bibliothèque à l'autre. La taille du bâtiment et les contraintes architecturales ont d'importantes conséquences sur la lisibilité des espaces, la fluidité de la circulation et l'ampleur de la mise en contact des livres et des lecteurs. Ainsi, les plus petites structures étudiées, Vivement Dimanche et la Bibliothèque Municipale du 1er sont celles dans lesquelles la rencontre avec l'offre documentaire est la plus immédiate étant donné que les possibilités de parcours sont limitées et que l'ensemble du lieu et de son offre se livre au premier regard. Pour les quatre autres structures étudiées, ayant des bâtiments bien plus grands, on remarque des parti pris différents : les deux grandes bibliothèques ont choisi pour l'une de présenter un visage traditionnel, studieux et de haut niveau, pour l'autre le visage d'une modernité à s'approprier. Les deux grandes librairies témoignent dans leur mise en espace pour l'une d'un élitisme assumé et pour l'autre d'un élitisme combattu.

Des différences majeures sont cependant observables entre les librairies et les bibliothèques. Tout d'abord, les librairies proposent des espaces centraux dégagés, les rayonnages étant uniquement le long des murs. Cette mise en espace fait que le lecteur n'est pas écrasé par l'ampleur des collections, qu'il peut déambuler à sa guise dans l'espace sans avoir nécessairement de recherche précise en tête, tout en ayant quand même accès aux collections. Mais surtout, cette mise en espace permet une lisibilité importante. Si elle devait être reproduite en bibliothèque, elle impliquerait de procéder à un arbitrage douloureux entre l'étendue des collections et leur présentation. Il serait néanmoins possible de s'en rapprocher en limitant la hauteur des rayonnages de façon à ce que le regard puisse saisir l'ensemble de la salle, en disposant effectivement les rayonnages contre les murs ou en limitant les rayonnages centraux à trois travées d'affilée, comme à la Bibliothèque de la Cité des Sciences et de l'Industrie.

Une autre différence majeure réside dans le fait que l'espace des librairies est un espace en mouvement dans la disposition change souvent, alors que l'espace des bibliothèques est régulier, linéaire, statique. Rendre la bibliothèque plus vivante par des modifications régulières de l'organisation spatiale intérieure permet de fidéliser les publics mais aussi d'en séduire de nouveaux, qui ne parvenaient pas jusque là à se l'approprier. De même que le haut des étagères sont décorés dans toutes les librairies étudiées par des statuettes, des objets, des photos correspondants au rayon, ce qui crée une ambiance agréable, donnant au lecteur l'impression de pénétrer dans un univers particulier par le biais des livres, il est important de faire attention dans l'organisation spatiale des bibliothèques à ne pas trop être éloigné d'une décoration issue de la sphère privée. Plus que la régularité et l'uniformité de l'ensemble d'un bâtiment, c'est peut-être la multiplicité d'espaces caractérisés et changeants qui est propre à répondre aux diverses attentes d'un public pas toujours homogène.

Ces choix de mise en espace générale sont indissociables des choix faits en matière de présentation des collections, ils concourent l'un et l'autre à l'impression ressentie lors de l'entrée dans le lieu et à la rencontre entre livres et lecteurs.

2.2) LA PRÉSENTATION DES COLLECTIONS : ÊTRE UN LIEU D'USAGE OU UN LIEU D'EXPOSITION

Si l'on compare l'impression générale que peuvent produire les six espaces étudiés, il semble que les librairies offrent un espace plus animé voire quelque fois plus encombré et confus que les bibliothèques dont l'espace semble plus organisé. Ce qui est frappant lorsqu'on rentre en librairie, c'est la profusion de livres présentés qui produit une impression d'abondance. Au sein des librairies, la grande quantité des livres visibles et leur grande variété de thèmes, de formes, de contenus font que le lecteur s'arrête sur tel ou tel, qui semble répondre à un besoin dont il n'avait pas nécessairement conscience, indépendamment de ce qu'il était venu initialement chercher. En librairie, c'est le livre qui est exposé, en tant qu'objet. Au sein des bibliothèques, le livre lui-même est moins mis en valeur, à cause de l'organisation en rayonnage et c'est plutôt le savoir qui est mis en espace, dont le livre n'est qu'un des supports, destiné à être utilisé.

Il reste néanmoins dans les deux structures un instrument de connaissance, dont la mise en valeur peut faciliter l'accès à celle-ci. C'est pourquoi, les différentes stratégies de mise en scène des collections vont à présent être étudiées plus en détail (2.2.1) ainsi que les équipements choisis pour procéder à ces présentations (2.2.2).

2.2.1) Des stratégies d'attractivité transférables

Les différents entretiens menés ont permis de mettre en lumière des stratégies particulières de présentation des collections, tant en librairie qu'en bibliothèque. Les plus originales sont exposées ici, comme des éléments à avoir en tête dans la conception de l'organisation d'un espace accueillant des collections. L'objectif est la fidélisation d'une clientèle et la conquête de lecteurs qui n'en font pas encore partie.

❖ Stratégies spatiales

Une importance majeure est accordée à ce que les lecteurs aperçoivent en premier en entrant en bibliothèque ou en librairie. Pour Vivement Dimanche, il s'agit de leur proposer à la fois une sélection propre à la librairie (table coup de cœur en face de l'entrée) mais également ce que la plupart des clients cherchent (nouvelautés littérature grand format, best-sellers, nouveautés poches à droite de l'entrée), tandis que les tables du fond correspondent à des ouvrages plus pointus qui constitue l'ensemble du fonds en grand format de la librairie, les rayonnages étant entièrement constitués de poches (le stock immobilisé est donc d'une valeur financière moindre). Sur la caisse sont disposés les inévitables best-sellers qu'il faut avoir et mettre en avant. De même, à Ombres Blanches, ce sont les tables La sélection des libraires, Nouvelles voix, et Quoi de neuf pour les ados ? qui accueillent les lecteurs, en leur proposant à la fois des titres connus et des titres aimés des libraires. Par ailleurs, un procédé retrouvé dans toutes les librairies est de proposer à l'entrée de chaque espace une table correspondant à la thématique présentée en vitrine, avec d'autres exemplaires des titres visibles à l'extérieur. Ces tables constituent des repères pour les clients, et lui permettent soit de trouver rapidement ce qu'il cherche si c'est bien tel ou tel titre de la vitrine qui l'a fait entrer, soit d'avancer plus facilement dans la librairie. Ces tables jalonnent son parcours, constituent des balises.

Dans toutes les librairies étudiées, les tables sont situées devant le rayon qui leur correspond. Il n'y a pas de signalétique particulière pour indiquer cette correspondance, mais elle semble être intuitivement connue des lecteurs. Les tables attirent leur attention et ils lèvent ensuite les yeux vers les rayons. Cette technique n'a été observée qu'à la Médiathèque Lucie Aubrac pour leurs nombreuses tables de nouveautés qui sont situées en tête des rayons correspondants, sans affichage néanmoins encourageant à aller chercher en rayon des documents sur le même domaine. De plus, afin de séduire les lecteurs et de les inciter à entrer dans les rayons, le côté des étagères de cette médiathèque bordant les axes de circulation sont entièrement dédiées à la présentation des revues, des DVD et des livres portant sur les domaines développés en rayon. Un facing régulier en rayon permet également aux lecteurs de découvrir certains titres mais également de se repérer sans utiliser la signalétique des tablettes, par proximité avec le sujet abordé dans l'ouvrage présenté de face.

Ce que l'on voit en entrant est également travaillé dans les différents espaces des bibliothèques étudiées. A la Médiathèque José Cabanis, département Médiathèque des enfants, les bacs de consultation de bandes dessinées et de grands canapés sont situés en face de l'escalier par lequel on accède à cet espace : de nombreux lecteurs y sont installés. A la Bibliothèque Municipale du 1^{er} qui dispose d'une surface assez réduite, les trois présentoirs d'actualités culturelles de la bibliothèque ou du réseau sont disposés de façon à ce que l'on tombe immédiatement dessus en entrant dans le lieu. Par ailleurs, c'est en face de l'entrée que sont situés à droite les rayonnages des Beaux-Arts qui constituent une spécialité de cette bibliothèque au sein du réseau et à gauche les rayonnages de la santé et de la vie pratique qui sont très consultés par les lecteurs. De même, un présentoir accueille les lecteurs à la fin de l'escalier menant au demi-étage où se trouvent les bandes dessinées, sur lequel est présentée une sélection de nouveautés. Lors de notre phase d'observation, une note expliquant le changement du classement et ses conséquences spatiales y été affichée.

Les affiches sont des outils importants de communication indirecte et de présentation de soi. Ce système est abondamment utilisé à Ombres Blanches, pour informer des déplacements des rayons, de l'organisation spatiale, pour enjoindre le lecteur à demander conseil aux libraires. Il est également présent à la Médiathèque José Cabanis, notamment pour faire connaître les nouveaux services de la médiathèque : par

exemple sur le dos des étagères des romans policiers, on trouve : « *Vous aimez le roman policier ? On vous propose une sélection de sites sur cet univers* ». Ce système d'affichage permet d'ailleurs de rendre visible dans l'ensemble de la bibliothèque, l'appartenance du lecteur inscrit et/ou fréquentant à une communauté : « *Nous espérons que vous retrouverez rapidement vos repères dans ce nouveau paysage* » Bibliothèque Municipale du 1^{er}, elle se lit aussi dans les affichettes rappelant les règles de prêt et de consultation : « *Ne lisez qu'une revue à la fois, les autres lecteurs en ont besoin* » Médiathèque José Cabanis. Cette appartenance est également sensible par l'empreinte de la bibliothèque sur livre lui-même, renforcé, couvert, étiqueté, préparé à une utilisation par plusieurs et ce quand bien même de nombreux efforts sont faits pour réduire au maximum cette emprise (dans les trois bibliothèques étudiés, les étiquettes et les tampons sont volontairement petits, il n'y a pas d'annotations sur la page de titre).

❖ Stratégies de gestion des collections

A la librairie Vivement Dimanche, le mot clef est le mouvement, de l'espace comme des collections afin de toujours présenter un visage nouveau aux clients qui viennent alors voir ce que la librairie va leur proposer, prévenir la lassitude, surprendre et créer l'attente, ce qui selon Vincent Démulière, constitue la technique majeure de fidélisation. Les libraires de Vivement Dimanche développent donc le procédé des rayons saisonniers. Ce sont des rayons qui s'étoffent et rétrécissent au cours de l'année en fonction du rythme de vie du quartier : au printemps, le rayon jardinage prend de l'ampleur car les libraires savent que leurs clients ont pour la plupart des jardins ou des maisons de campagne, à l'arrivée de l'été, c'est le rayon guide de voyage qui s'étend. Cette stratégie de mouvement se retrouve dans le fait que les vitrines sont changées au maximum toutes les trois semaines, ainsi que la disposition et le contenu des tables. De même, le stock de la librairie est presque entièrement en rotation rapide, étant donné qu'il y a très peu de fonds. Si un livre n'est pas vendu dans les trois mois, « *il est retourné sans états d'âme* »¹¹⁷. Ce brassage continu entre acquisitions et retours est ce qui leur permet de dégager un chiffre d'affaires important.

Par ailleurs, un élément crucial de la présentation de ces commerces que sont les librairies est le fait de gonfler le stock de septembre à décembre pour créer une

impression d'abondance, et « avoir beaucoup de marchandises à offrir » pour la période des fêtes. La présentation de titres en pile montre la confiance que les libraires ont accordée à ce titre et pousse ainsi les lecteurs à l'acheter. Un dialogue silencieux, de l'ordre de la relation commerçant client est ainsi à l'oeuvre.

❖ Stratégies de présentation des collections

On perçoit dans les librairies une très grande réactivité tant aux événements littéraires et politiques qu'aux comportements du public. Le directeur de la Librairie Chapitre Privat conçoit sa structure comme une caisse de résonance de ce qui se passe dans la ville comme dans le monde. Il se tient à l'écoute tant des différentes tendances de consommations repérées dans la grande distribution que des sorties cinéma, DVD, musique. Il conçoit ses tables et ses vitrines comme des échos à ces événements, qui sont également l'occasion de faire ressortir une partie de son fonds. La stratégie adoptée est de rassurer le public dès l'extérieur de la librairie, puis lors de ces premiers pas à l'intérieur, en lui proposant des titres dont il a déjà entendu parler. C'est une façon de rendre la librairie moins impressionnante pour des personnes qui n'y sont pas habituées.

Ainsi, une vitrine a été réalisée sur la thématique du Ch'ti lors de la sortie en DVD de Bienvenue chez les Ch'tis, composée des DVD mais aussi entre autres d'un agenda reprenant l'affiche du film, d'une méthode d'apprentissage du Ch'timi, et d'un livre de photographies anciennes de Lille. De même, il a disposé un présentoir des meilleures ventes dans le hall d'entrée, avec des titres de littérature, comme de sciences humaines ou de bandes dessinées afin que les clients en rentrant se disent qu'ils sont en terrain connu. Il s'agit pour lui de faire passer la terreur de rentrer en travaillant du loisir. Une fois cette attention captée, il revient au libraire de faire découvrir tout ce qu'est une librairie généraliste (pas seulement de la philosophie et du scolaire, mais aussi de la cuisine et de la psychologie) et éventuellement d'attirer leur attention sur des titres moins connus, en fonction de leur demande.

Il y a, pour lui, une réelle logique d'envoûtement et de séduction dans une librairie, comme dans un théâtre. Il convient donc de séduire par un univers complet et particulier, c'est pourquoi il fait évoluer sa librairie vers plus de convivialité, avec à

¹¹⁷ Frédérique, libraire à la librairie Vivement Dimanche. Entretien du 10 octobre 2008

terme certainement un espace café ou cafétéria, et pour l'heure le développement d'une offre complète au-delà du livre. Des produits dérivés sont ainsi intégrés aux collections de la librairie : des jouets dans la salle jeunesse, des sacs, des feutres aux effigies des héros des albums les plus vendus (Elmer, Dora), des huiles essentielles, de l'encens, des kit de relaxation dans la salle mieux-être.

Par ailleurs, souhaitant répondre aux besoins du public d'avoir un recul critique sur l'actualité, il dispose dès l'entrée mais également en différents points de passage de la librairie des tables où se mêlent les nouveautés et des titres plus anciens permettant de répondre aux questions qui naissent des événements du monde.

La réalisation de tables thématiques, construite à partir d'un sujet d'actualité et associant titres neufs et titres anciens, est également réalisée en bibliothèque. A la Bibliothèque Municipale du 1^{er} et à la Médiathèque Lucie Aubrac, les tables et les présentoirs y sont conçus en fonction de l'actualité culturelle de la bibliothèque, où en fonction de l'actualité éditoriale, politique, musicale. Lors de notre passage il s'agissait de l'attribution du Prix Nobel à J.M.G. Le Clézio, de l'élection présidentielle américaine, des rétrospectives Brel et Gainsbourg. Les tables et présentoirs sont également modifiés tous les mois mais parfois plus tôt, à l'instar des librairies, lorsque celles-ci ne trouvent pas d'écho auprès du public. Ces tables thématiques permettent de faire vivre le fond.

La différence essentielle est que ces présentations ne sont pas visibles dès l'entrée de la bibliothèque et qu'il est nécessaire d'avoir déjà pénétré dans l'espace où sont disposés les rayonnages pour rencontrer ces tables et présentoirs. A deux exceptions près : la Bibliothèque Municipale du 1^{er}, qui dispose d'une surface assez réduite, a effectivement disposés ces présentoirs d'actualité culturelle de façon à ce que l'on tombe immédiatement dessus en entrant dans le lieu ; et la Médiathèque Lucie Aubrac. Celle-ci propose d'une part, à l'entrée de la zone adulte, qui est vaste, progressive, et dans laquelle le cheminement naturel conduit à un poste donnant accès au catalogue de la médiathèque, une sélection thématique de titres en lien avec les grands événements locaux ou nationaux. D'autre part, à l'entrée du secteur 'thèmes jeunesse' (ados) des tables et des présentoirs aux couleurs vives sont disposés dans la galerie de façon à attirer les adolescents à l'intérieur des rayons.

De façon générale, dans les sections jeunesse et enfants des bibliothèques les stratégies d'attractivité et de réactivité sont plus développées que dans les sections adultes. Leur public n'est en effet pas toujours acquis à la lecture, il faut donc le séduire, le rassurer, le guider. Le public adulte cependant, même s'il est plus familier de la lecture (et encore) ressent le même besoin d'être rassuré, guidé, séduit par une proposition toujours renouvelée de documents. C'est ceci qui permet d'élargir ses goûts, d'attirer son attention sur ce qu'il ne connaît pas et ainsi de remplir l'une des missions des bibliothèques. Il n'y a pourtant dans aucune des bibliothèques étudiées de présentation de face dans les rayons littérature, romans policiers, science-fiction.

Les stratégies adoptées en librairie pour la mise en valeur de leur offre documentaire, pourraient aisément trouver leur place en bibliothèque, quand elles ne sont pas déjà en partie appliquées. Il s'agit en effet de proposer dès l'entrée dans le lieu, sur des présentoirs ou sur des tables, des sélections d'ouvrages qui correspondent d'une part à la vie de la clientèle et qui suivent son rythme (les rayons saisonniers) et d'autre part qui reprennent ce dont le public a déjà eu connaissance par ailleurs. A partir du fonds des bibliothèques, il serait possible de proposer ces sélections de titres ou d'auteurs connus, mêlant différents supports de façon à séduire différents publics. Des sélections se rapportant à l'actualité permettraient également de proposer un recul critique mais aussi de rassurer, ce qui est une dimension importante compte tenu à la fois des réticences d'une partie de la population à l'égard de la lecture et de la culture et à la fois du caractère impressionnant de certaines bibliothèques. L'existence de tables de coups de cœur, immédiatement accessibles ou de chariots de retour sont aussi des moyens de renforcer ce sentiment de confiance, car ils constituent pour nombre de lecteurs des repères. Ces stratégies globales de valorisation des collections prennent corps dans les choix faits concernant l'éclairage, le mobilier, la signalétique, le classement des ouvrages.

2.2.2) Des choix d'équipements intérieurs à partager

- *Eclairage*

Comme au théâtre, l'éclairage est un élément fondamental de la mise en scène des collections. Deux des bibliothèques étudiées, la Médiathèque José Cabanis et la Médiathèque Lucie Aubrac ont un éclairage au plafond, régulier, uniforme pour

l'ensemble de l'espace, ce qui crée parfois entre les rayonnages des zones d'ombres qui en diminuent la lisibilité et la mise en valeur. La section adulte de la Bibliothèque Municipale du 1^{er} présente par contre trois types d'éclairages différents, créant ainsi différentes zones ayant chacune une ambiance propre. Le coin actualité et beaux-arts est éclairé par un système de néons au plafond qui dispensent une lumière vive, tandis que le coin des documentaires et des romans bénéficient d'une lumière plus tamisée, chaleureuse. De même, le demi-étage où sont installées les bandes dessinées et les tables de travail baigne dans une atmosphère douce et calme grâce à des luminaires translucides. Dans les trois librairies étudiées, l'éclairage est plus important que dans les bibliothèques. À l'éclairage du plafond, combinant néons, lampes suspendues, petites lampes encastrées et plafonniers translucides, s'ajoutent les éclairages fixés sur chaque étagère. Par ce biais, les ambiances varient entre les différentes parties de la librairie mais surtout, certains titres peuvent être mis en valeur, et à défaut, certains rayonnages et certaines tables, plus éclairées que d'autres. Ces variations d'éclairages tout comme celle du mobilier créent des zones sur lesquelles l'attention du lecteur est plus attirée et permet ainsi de mettre en valeur des choix éditoriaux.

- Mobilier

Le mobilier diffère grandement entre les librairies et les bibliothèques étudiées, et plus précisément en ce qui concerne la forme des rayonnages et la quantité de tables de présentations et de présentoirs. Hormis la Médiathèque Lucie Aubrac, ces dernières ont opté pour des rayonnages en acier, dont la taille et la position des tablettes sont modulables, celle-ci pouvant être transformées en présentoirs. Dans les bibliothèques récentes, une grande attention a été portée au mobilier (rayonnages, bacs à albums, meubles pour postes multimédias, chaises et tables de travail, fauteuils, présentoirs) qui est uniforme sur l'ensemble de l'espace et harmonieux, et constitue ainsi un élément important de la décoration intérieure.

L'ensemble du mobilier des librairies est destiné à la présentation des ouvrages. Ainsi, si à Ombres Blanches, certains fauteuils sont disposés en divers endroits de la librairie, tout le reste de la structure est mise à profit pour montrer des livres. Les tables sont des tables de présentation et non de travail, les rayonnages, en bois plein, sont conçus de sorte à pouvoir poser des livres à plat sur une tablette plus large à peu près à

un mètre du sol. Lorsqu'ils sont de petite taille (d'une hauteur d'1 m 40 à la Librairie Chapitre Privat) des livres sont installés verticalement dessus. Les différentes particularités des bâtiments sont utilisées pour poser des livres : escaliers, cheminée, rebord de fenêtre, caisses. Il en ressort que même si les bibliothèques utilisent aussi de nombreux présentoirs pour mettre en valeur le fond, le nombre de titres présentés est sans commune mesure avec celui des librairies. Ainsi, si la Médiathèque pour enfants et le département Intermezzo de la Médiathèque José Cabanis offrent environ 150 livres à la vue du lecteur, la Librairie Ombres Blanches en présente 700 dans son espace jeunesse. A la Médiathèque Lucie Aubrac, qui est parmi les bibliothèques étudiées celle qui présente le plus grand nombre d'ouvrages, ce sont 730 livres qui sont systématiquement présentés de face, c'est-à-dire moins qu'à Vivement Dimanche (950), qui ne fait pourtant qu'un soixante – dixième de sa surface.

Pourtant, convaincus de l'impact de ces présentations sur l'emprunt, les bibliothécaires multiplient les initiatives pour faire sortir les livres des rayons. Ainsi, dans le département langues et littératures de la Médiathèque José Cabanis, sept présentoirs et tables sont disposés le long de la paroi vitrée intérieure de l'atrium. Par ailleurs, des lutrins commencent à être mis en place dans le déambulatoire entre les départements et l'escalier pour mettre des livres à portée de mains des lecteurs qui y vont discuter ou téléphoner. De même, la Bibliothèque Municipale du 1^{er} dispose de huit présentoirs et présente sur l'ensemble de la surface 120 titres. La Médiathèque Lucie Aubrac présente en début de chaque rayonnage les nouveautés correspondant au rayon et elle expose sur vingt tables pas moins d'une trentaine de titres en lien avec un thème correspondant à l'actualité littéraire, politique ou sociale locale ou nationale.

Par ailleurs, sur les tables des libraires, les livres sont présentés de façon horizontale, en pile, avec une ou deux rangées de livres présentés de façon verticale. Parfois, plusieurs livres de format différents sont présentés de face si bien que chaque titre n'est pas lisible. De même, pour les bandes dessinées surtout, plusieurs titres sont présentés en cascade horizontale, les seconds recouvrant partiellement les premiers, ce qui empêche aussi de lire le titre. La présentation des livres en librairie, sur tables et dans les rayonnages (souvent toute une tablette est utilisée pour des présentations de face) n'a donc pas seulement un but fonctionnel, rendre le livre visible au lecteur, elle est également presque un élément d'animation de l'espace, voire de décoration et d'expression de l'identité du libraire, comme étant celui qui expose les livres. Ceci est particulièrement visible dans les deux salles réaménagées de la librairie Chapitre Privat :

le mobilier choisi, noir, en acier, avec un éclairage intégré et des tablettes peu profondes s'apparente plus à du mobilier d'exposition qu'à du mobilier de rangement.

Si la présentation d'ouvrages est donc faite en bibliothèque, elle reste toujours en deçà de ce qui s'offre aux yeux en librairie et qui fait que le lecteur y est très sollicité. Le premier obstacle majeur est le fait que les bibliothèques n'achètent pas les livres en autant d'exemplaires que les librairies et qu'elles ne peuvent pas faire de retour, il leur est donc impossible de faire des piles et donc de créer cette impression d'abondance que créent les librairies. Il faudrait donc faire des piles mais avec des titres différents, ce qui se retrouve aussi en librairie, en mettant plusieurs titres d'un même auteur par exemple ou portant sur un même thématique. On pourrait aussi envisager des tables de retour, étant donné que les lecteurs semblent apprécier de choisir leur livre parmi ceux qui viennent d'être empruntés, en dépit de tous les classements fait par les bibliothèques. Ceci permettrait également que les tables ne restent pas vides comme c'est souvent le cas, étant donné que les lecteurs prennent rapidement les livres qui leur sont présentés de cette manière et que les bibliothécaires doivent de nombreuses fois par jour remettre des livres sur ces présentoirs.

Dans les écarts entre la façon dont les livres sont présentés sur ces tables, on peut lire une différence entre les libraires et les bibliothécaires sur la stratégie adoptée pour séduire le lecteur. En effet, sur les présentoirs des bibliothèques, peu de livres (fréquemment une dizaine) sont présentés, en un seul exemplaire, espacés les uns des autres. Selon les propos recueillis au cours des entretiens, les bibliothécaires ne veulent pas présenter trop de livres à la fois, car ce qui compte c'est le contenu des livres mis en avant. Leur valeur serait donc masquée s'ils étaient trop nombreux à être présentés ensemble. A l'inverse, les librairies cherchent à présenter un maximum de livres ensemble, selon des classements généraux (nouveau poche, littérature française, romans d'aventure) afin de multiplier les chances qu'une attention leur soit portée. Le contenu propre à chaque livre n'est pas ce qui est mis en premier en avant, mais bien l'existence même de ce livre au sein de la production éditoriale. Enfin, lorsque les ouvrages sont présentés de face en rayon dans les librairies, ils sont coincés entre le dos des autres livres de la tablette, alors qu'en bibliothèque, ils sont mis sur un présentoir indépendant et occupent dans cette mesure beaucoup de place. En ce qui concerne, les

rayons littérature adultes, roman policier, science fiction, qui sont souvent bien fournis, cette technique pourrait être mise à profit.

- *Signalétique*

La signalétique est une façon de s'adresser au lecteur afin de lui permettre de se repérer dans l'espace et d'orienter son parcours par rapport à ses objectifs initiaux. Une attention toute particulière lui est portée en librairie comme en bibliothèque. Néanmoins, faute de moyens ou de temps, la signalétique en librairie présente souvent un aspect bricolé, bandes de papiers scotchées sur les panneaux suspendus, notamment en raison des changements organisationnels nombreux qui ont lieu en librairie. Elle est par ailleurs plus présente en bibliothèque (quantité de panneaux plus importante) et plus détaillée. En effet, les bibliothèques ont un niveau de signalétique en plus par rapport aux librairies : en plus de la signalétique générale, de la signalétique rayons par rayons et de la signalétique sur les tablettes, les bibliothèques ont une signalétique sur le dos de chaque rayonnage présentant son contenu.

A la Médiathèque José Cabanis, la signalétique à l'entrée mérite un apprentissage : que sont pour le nouvel entrant Intermezzo, L'œil et la lettre, Petit auditorium, Grand auditorium, Piccolo théâtre ? A partir de cet exemple¹¹⁸, on voit que la signalétique des bibliothèques présente à la fois les collections par grands domaines mais également les espaces au sein desquels sont proposés les multiples services qui leur sont propres. Il est donc assez difficile de savoir où aller pour le lecteur peu habitué des librairies et des bibliothèques et qui cherche un roman ou un livre de cuisine. Aucune des bibliothèques étudiées ne propose de guide explicitant les termes et les codes couleurs (orientation/localisation) utilisés dans la signalétique.

A la signalétique austère et un peu opaque de la Médiathèque José Cabanis répond la signalétique très détaillée de la librairie Ombres Blanches, qui dès l'extérieur fait le détail de tout ce qui est trouvable à l'intérieur de la librairie (note de bas de page). Les librairies étudiées qui construisent leur signalétique en fonction des formulations des demandes de leur client, recourent toutes à une importante diversité de catégories : disciplines, mais aussi usage (universitaire), format (poche). A la librairie Chapitre Privat, la signalétique est conçue en fonction des catégories mentales en vogue, par

¹¹⁸ **Signalétique du hall** : un grand panneau sans cotes Dewey, les chiffres correspondent aux étages. 3 : arts musique/ L'œil et la lettre/ petit auditorium ; 2 : langues et littératures/intermezzo ; 1 : société et civilisations / sciences et loisirs ; 0 : accueil/inscription/prêt/actualité ; -1 : médiathèque des enfants/exposition/grand auditorium/piccolo teatro.

exemple, pour concevoir celle du rayon psychologie, les libraires se sont référés au *Psycho Magazine* qui est la revue la plus vendue aujourd'hui dans ce domaine. La reprise des dénominations employées dans ce journal permet de s'adresser au lecteur dans un langage qu'il connaît, et de rendre ainsi son appropriation de la structure plus aisée.

L'observation des différentes catégories détaillées par les bibliothèques et les librairies dans leur système de classement met en évidence leurs particularités respectives : l'intitulé « formation-métier » présents dans toutes les bibliothèques étudiées n'existe pas en librairie, de même que les catégories musique, sciences et langues. Par contre, ce que les bibliothèques regroupent sous l'intitulé Loisirs est détaillé en librairie en sport, nature, animaux, travaux manuels, cuisine, décoration, bricolage, voyage. De même que la signalétique qui en est le support, les catégories sont présentées de façon plus détaillée en librairie qu'en bibliothèque, afin de devancer la diversité des attentes des clients et de montrer leur capacité à en satisfaire la plupart. Elles sont en cela plus proches des publics, dans la mesure où elles ne leur demandent pas de comprendre ce qui se cache derrière les termes employés mais les choisissent en fonction de leur proximité avec l'usage qu'ils en font.

- Classements

En bibliothèque, la réflexion sur la mise en espace des collections en libre-accès tourne essentiellement autour des classifications et des classements à adopter pour une plus grande visibilité des collections et une meilleure proximité avec le public. Il y a là une différence essentielle avec la librairie. Si en cas de doute, certains libraires se réfèrent à la Dewey pour déterminer la destination d'un document, aucun système de classification et de classement n'a été élaboré au niveau national et chaque libraire à l'intérieur de son rayon choisit son propre classement en fonction de ce qui lui semble intellectuellement cohérent et en fonction de ce qu'il perçoit des usages des clients. Il n'y a pas dans les librairies ce travail des bibliothécaires qui, avant de penser à l'usage du document, pense à sa position par rapport à l'ensemble des connaissances, à sa place dans le savoir. Ainsi, bien souvent, le livre est classé à une discipline dans la nomenclature du logiciel utilisé par la librairie et rangé dans une autre dans l'espace de la librairie. La localisation du livre repose sur la bonne connaissance de leurs rayons par

les libraires et sur leur mémoire des changements de place. En effet, lorsqu'un livre est difficile à classer, le libraire cherche à trouver le rayon dans lequel il aura le plus de visibilité. Ce n'est pas sa nature qui compte mais son usage. Ainsi, si un livre ne se vend pas dans un rayon, il est déplacé dans un autre.

Par ailleurs, les libraires présentent les titres par collections d'éditeurs, surtout pour les ouvrages destinés à la jeunesse, ce qui semble en adéquation avec les pratiques des lecteurs et leur donne une meilleure visibilité. Pour la même raison, les libraires présentent également ensemble les titres des petits éditeurs ce qui est une façon de les soutenir en les rendant plus visibles par les lecteurs, étant donné que le nom de l'auteur n'est pas toujours connu et donc pas toujours recherché.

Des classements thématiques sont utilisés en jeunesse à Ombres Blanches, surtout pour les adolescents (classiques, historiques, biographies, aventures, animaux, chevaux, filles) et pour la petite enfance (adoption, doudou et tétines, sommeil et peur du noir, dents, couleurs), pour les albums (divorce, homosexualité, école, cirque, compter), les contes et les mythes (animaux, pirates, fées, princesses, sorcières, monstres, dragons, loups). Ce système de classement thématique inspiré des demandes et des centres d'intérêt des jeunes lecteurs n'a été retrouvé qu'à la Bibliothèque Municipale du 1^{er}, avec d'ailleurs les mêmes intitulés. Les autres classements en jeunesse sont le classement par âge et par nature : romans, documentaires, classements qui sont fréquents également en bibliothèque.

On note dans les mots employés dans les classements des librairies et des bibliothèques étudiées une recherche de proximité avec les lecteurs. Ceci est particulièrement visible pour les domaines de la vie pratique, de la santé et du développement personnel. Ainsi, la Librairie Chapitre Privat propose un rayon Cuisine des potes, un rayon Comme un chef, un rayon Saveurs du monde, la librairie Vivement Dimanche a appelé une partie de son rayon cuisine Fromage ou dessert ? et une autre 1, 2, 3 verres. Dans le domaine de la santé, la Bibliothèque Municipale du 1^{er} a préféré les mots cancer, sida, douleurs, massages aux intitulés et aux chiffres de la Dewey et la Médiathèque Lucie Aubrac a quant à elle choisi pour ce même secteur des mots issus du langage naturel : régime, fatigue, relaxation, shiatsu, yoga etc. L'utilisation de la Dewey pose de nombreux problèmes en ce qui concerne l'accessibilité des collections au public, c'est pourquoi, nombreuses sont celles qui l'aménagent, en réduisant les

développements numériques, l'efface de leur signalétique étant donné qu'elle n'est pas significative pour le public. Dans un souci de cohérence, la Bibliothèque Municipale du 1^{er} a choisi de ne plus séparer la psychothérapie (600), de la psychologie (150) et de regrouper tout ce qui est « psycho » au même endroit étant donné que le public ne se pose pas la question de la discipline ou de l'aspect mais bien du sujet. La Médiathèque Lucie Aubrac a détaillé ces cotes en fonctions des sujets. Ainsi 28 cotes sont utilisés pour le rayon psychologie et elles sont désignées par un langage proche de celui du public : psychologie de l'enfant, Dolto, hyperactifs, euthanasie, respect, psychologie comparée homme-animal.

Le classement en librairie comme en bibliothèque tend ainsi à se dégager des classements disciplinaires pour se rapprocher du langage naturel. Ces catégories sont donc vouées à changer au fur et à mesure des effets de modes et il revient au libraire et au bibliothécaire de rester constamment informé sur l'évolution de l'organisation et des connaissances dans la société et d'adapter le classement à ses changements. Pour Bernadette Gueydon, « *c'est cela l'actualité d'une bibliothèque, toujours bouger, toujours changer, toujours s'adapter aux transformations de la société* ».

Les librairies ont donc développé un certain nombre de stratégies propres à favoriser la rencontre entre les livres et le lecteur. Le principe, qui se fonde sur le fait que la librairie est un lieu de vente et non d'usage des collections, est l'exposition de celles-ci au sein d'un espace constamment renouvelé. Le libraire rend visible ces collections, il les donne à voir à partir d'un mobilier diversifié et d'un éclairage particulier qui permet de créer des zones de tension et d'attirer ainsi l'attention du client. Cette scénographie singulière alterne les zones de 'découverte' et les zones de 'connu' de manière à rassurer et à fidéliser tout en démultipliant les contacts possibles entre les lecteurs et la couverture des livres. Les classements employés se veulent dès l'entrée les plus proches possibles de la façon dont les clients pensent leurs recherches.

Les bibliothèques appliquent en partie ces stratégies mais les choix de mobilier, d'éclairage, l'achat en un exemplaire limite leur mise en œuvre. Pourtant, le volume des espaces disponibles ainsi que l'ampleur des collections laissent à penser qu'il est effectivement possible d'exposer un plus grand nombre de documents à la vue du lecteur et ce dès son entrée, de manière à l'attraper et à l'emmener de titre en titre vers l'intérieur de la bibliothèque. Etant donné la diversité des services offerts par une

bibliothèque, la même stratégie peut être employée pour l'ensemble de l'offre de celle-ci. Ce qui compte, c'est qu'à l'instar des librairies, une offre diversifiée et rassurante soit proposée de façon immédiate et accessible, afin d'amener l'impétrant à commencer son cheminement dans le lieu et à découvrir assez vite les usages qu'il peut en faire.

Au-delà de la présentation de soi et des collections qui reste une mise en lumière ponctuelle faite lors d'une phase d'observation assez courte et ciblée, et qui met en évidence des signaux différents envoyés à ceux qui pénètrent en librairie et en bibliothèque, la façon dont libraire et bibliothécaire font vivre leur lieu méritait d'être étudiée afin d'avoir une vision plus large des pratiques professionnelles de chacun, qui dépasse l'immédiatement observable et permette ainsi de remettre ces stratégies dans le temps plus long de la vie du lieu.

2.3) LA VIE DU LIEU : CONSTRUIRE POUR OU AVEC LES PUBLICS

Si l'on compare comment libraires et bibliothécaires font vivre leurs lieux, des différences fondamentales demeurent par rapport à la gestion des nouveautés (2.3.1), par rapport aux formes de sociabilités développées avec les publics (2.3.2), par rapport au contenu des animations (2.3.3), mais les lignes de démarcations deviennent pourtant plus floues qu'en matière de présentation de soi et des collections. En effet, de part et d'autre des expériences sont tentées, si bien qu'il n'est possible que de parler en terme de tendances majoritaires. Par exemple, si la bibliothèque est plus clairement du côté de l'acquisition de titres ayant une valeur à long terme et que les librairies sont plus clairement du côté de la gestion du flux des nouveautés, l'une et l'autre acquièrent et des nouveautés et des titres de fonds. Ainsi, sur ces trois points, nous mettrons en évidence les éléments qui tiennent à un positionnement initial propre à chacun des métiers parce qu'il met en lumière des écarts particuliers entre les pratiques professionnelles mais il convient de garder à l'esprit que la réalité de la vie de ces lieux laisse d'ores et déjà une grande place à la mixité des procédés.

2.3.1) Une constitution des collections entre organisation des savoirs et circulation de la nouveauté

Toute une partie de l'offre que l'on trouve en librairie est absente de la bibliothèque : soit qu'elle soit temporairement invisible (nouveautés en prêt) soit qu'elle n'existe pas en bibliothèque : livres à toucher, Kididoc, Libro, Folio 2 euros, livre coffrets, cahiers d'activités pour adultes ou pour enfants etc. La librairie propose en ce

sens un segment de la production éditoriale constituée de livres à usage immédiat et parfois unique que ne propose pas la bibliothèque. Certaines bibliothèques excluent même ce cas de figure dans leur charte documentaire : « *on évitera l'acquisition d'ouvrages dont la forme prime sur le contenu documentaire, qui ont davantage leur place dans une bibliothèque privée que dans une bibliothèque publique* »¹¹⁹. De façon plus générale, l'absence de l'emprise de la librairie sur le livre, à l'inverse des bibliothèques, confirme le fait que la librairie présente un objet à s'approprier personnellement, quand la bibliothèque présente un contenu.

Au-delà de ces livres d'un genre particulier, c'est au niveau du rapport à la nouveauté que se distinguent les collections des librairies et des bibliothèques. En effet, la nouveauté est essentielle en librairie, puisque « *sa santé repose sur cette capacité à proposer des titres nouveaux très régulièrement (...) [en bibliothèque], la sensibilité des professionnels à la nouveauté y existe également, mais elle est moins forte : il s'agit plus de maintenir le fonds « à jour » que de travailler la nouveauté. Dans cette mesure, les pratiques d'élimination relèvent plus de la nécessité d'éviter d'avoir un fonds trop obsolète que de la sanction de l'invendu et donc invendable que l'on trouve en librairie* »¹²⁰.

La librairie a pour rôle de présenter l'actualité éditoriale. D'une part, elle répond ainsi aux demandes de la clientèle, d'autre part elle doit nécessairement pour être attractive donner l'image d'un lieu vivant, animé, changeant. Les pratiques observées en terme d'espace, notamment à la librairie Vivement Dimanche se retrouvent dans la gestion de l'assortiment. La rotation rapide des titres permet aux librairies de renouveler régulièrement leur offre et de créer une sorte de tension chez l'acheteur potentiel en lui signifiant qu'il faut se saisir du titre avant qu'il ne disparaisse. Ce sont finalement les stratégies de la grande distribution qui sont reproduites ici, notamment celle des activités promotionnelles.

La question de la nouveauté se pose en bibliothèque, liée à la forte pression de la demande pour les livres dont on parle. Mais même si des circuits accélérés sont mis en

¹¹⁹ DURAND, Jean-Pierre, PEYRIERE, Monique, SEBAG, Joyce, *Bibliothécaires en prospective*, p. 58

¹²⁰ ROUET, François, « Diffusion et distribution : place et enjeux pour la filière du livre et l'offre non-marchande des bibliothèques ». In PAYEN, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, p. 139

place dans les bibliothèques étudiées pour les proposer au plus tôt au public, elles sont intégrées dans le meilleur des cas quinze jours après leur parution. En outre, achetées en nombre d'exemplaires limités (de un à cinq), elles sont très vite empruntées, réservées et sont donc absentes de l'offre visible de la bibliothèque. De ce fait, si les bibliothèques étudiées avaient acquis chacune près de deux cents titres édités à la rentrée littéraire, la majorité des livres présentés de face dataient d'avant 2006. Ainsi, l'offre visible en bibliothèque est toujours différente de celle qui est visible en librairie. Par ailleurs, l'offre faite est également différente en terme de nombre de lecteurs touchés : pour les douze titres sélectionnés à la Médiathèque José Cabanis, des conditions particulières de prêt ont été élaborées : le prêt est de 15 jours, non renouvelable et aucune réservation n'est possible. Dans le meilleur des cas, ces nouveautés ne peuvent sortir au maximum que 24 fois par an, ce qui est très en deçà des ventes d'une librairie sur le même genre de titres. La richesse de la bibliothèque ne réside donc pas dans son offre de nouveautés éditoriales pour un public élargi mais bien dans l'offre de livres d'usage non immédiat, c'est-à-dire dans la diversité et l'originalité de son fonds constitué sur plusieurs années : *« en bibliothèque, c'est le fonds qui est intéressant, on trouve des choses qu'on ne trouve pas en librairie, une offre différente »*¹²¹.

Enfin, l'intérêt de certaines nouveautés ne dépassant pas le simple effet de mode, la question de leur intégration à long terme dans les collections de la bibliothèque pose problème. La réponse apportée par la Médiathèque José Cabanis est de mettre en place un circuit particulier pour les livres politiques. Ils seront présentés à la sortie de la bibliothèque à côté des banques et des automates de prêt, leur achat est prévu en cinq exemplaires, avec un traitement minimal (tampon, cote, puce RFID) car ils ne sont pas destinés à être intégrés en rayon : ce sont des achats temporaires, a contrario de toutes les habitudes bibliothéconomiques. Ce système constitue une réponse particulière à la médiatisation, au succès et à la pression de la demande du public de titres d'actualité. Si ces titres constituent un avantage en librairie, puisqu'ils augurent de bonnes ventes, ils conduisent en bibliothèque à la mise en place de circuits particuliers afin de répondre à la demande qu'ils suscitent, mais constituent finalement plutôt une contrainte pour la constitution des collections.

¹²¹ JULLIEN, Pierre, directeur de la BMVR de Toulouse. Entretien du 19 juillet 2008

Une comparaison des titres mis en avant en bibliothèque et en librairie permet de mettre en évidence ce rapport différentiel à la nouveauté. Les bibliothèques opèrent en effet une sélection plus draconienne que les librairies dans la production éditoriale. Dans un document interne un peu ancien sur la librairie Ombres Blanches, il est affirmé que sur les 40 000 nouveautés parues dans l'année, 30 000 sont entrées au moins une fois dans le stock de la librairie. Une telle quantité ne peut être acquise par la Médiathèque José Cabanis dont le volume d'ouvrages imprimés acquis hors périodiques est bon an mal an de 15 000 documents, la totalité des acquisitions étant de 40 000 documents. Les bibliothèques acquièrent en vue d'enrichir leur fonds et de conserver les titres au moins quelques années. Aucune ne pourrait faire face à l'accroissement des collections qu'impliquerait un achat de nouveautés à la hauteur de ce qui est réalisé en librairie. Par ailleurs, les librairies ne conservent qu'une infime portion de ces nouveautés dans leur fonds : elle les présentent de manière transitoire. On note là l'existence d'une différence entre l'horizon temporel des bibliothèques et celui des librairies.

De ce fait, les politiques d'acquisition diffèrent grandement. En librairie, elles sont menées en fonction des ventes escomptées, le libraire choisit donc les titres qui vont marcher. S'ils y en a plusieurs sur un domaine et que tous semblent trouver un public, il les achètera tous. En bibliothèque, si les titres dont tout le monde parle sont acquis afin de « satisfaire cette demande de consommation courante », une partie importante des acquisitions est réalisée dans le but de constituer un fonds cohérent sur tel ou tel domaine. Pour se faire, le bibliothécaire n'acquiert pas tout ce qui paraît dans un domaine mais choisit parmi la production annuelle sur ce domaine, le titre qui lui semble le plus intéressant. Il s'agit pour la bibliothèque de répondre à la fois à une demande d'actualité et à la fois à une demande de contenu. Enfin, les acquisitions sont souvent pensées en fonction des titres déjà présents ou non dans le réseau. Cette notion de complémentarité entre plusieurs entités à l'échelle de l'agglomération n'existe évidemment pas pour les librairies.

Cette différence essentielle dans la nature de l'offre proposée, qui marque bien leur appartenance à deux sphères distinctes et leur rôle différentiel à l'égard de la chaîne du livre, se retrouve dans les types de relations développées avec les publics.

2.3.2) Un rapport au public entre autonomie et réactivité

Les bibliothèques sont aujourd'hui fortement remises en question par rapport à leur légitimité à construire un ensemble de connaissances organisé. Bernadette Gueydon a particulièrement insisté au cours de l'entretien sur le fait que l'encyclopédisme n'était plus une bonne réponse pour les bibliothèques par rapport aux attentes de publics très sollicités par ailleurs. Leur avenir semble n'être donc envisageable que si elles basculent de la constitution des collections au développement de services personnalisés pour les lecteurs. L'impératif d'équilibre économique qui constitue le lot des librairies a été l'occasion de développer une réactivité aux publics qui fait défaut dans les bibliothèques. Le volume des collections à gérer ne semble pas être le seul obstacle à cette adaptabilité. Et hormis la souplesse dont bénéficient les librairies avec la possibilité de faire des retours et que n'ont pas les bibliothèques, il semblerait que ce soit bien un rapport fondamentalement différent au public qui fonde cette réactivité. Les libraires adaptent en effet chaque semaine leur offre présentée aux réactions d'achat ou de non achat des clients. A Ombres Blanches, par exemple, si une table ne trouve pas d'écho auprès de la clientèle, elle est modifiée dans les trois jours : les livres sont remis dans les étagères, le stock conservé quelques temps et d'autres titres – des nouveautés et du fonds - sont mis en avant sur la même thématique ou sur une thématique voisine. A Vivement Dimanche, si plusieurs clients aiment un livre et que le libraire aussi, il est intégré à la table des coups de cœur. Par contre, le seul outil d'échanges proposé au lecteur en bibliothèque est le cahier de suggestion d'acquisition. La réactivité au public pourrait passer par exemple par la possibilité pour les lecteurs de rédiger un bandeau pour le livre qu'ils ont aimés ce qui est une demande fréquemment entendue lors des phases d'observation. Par le biais de ces bandeaux, les lecteurs et les bibliothécaires pourraient s'adresser les uns aux autres. Ceci renforcerait cette caractéristique de l'usager de bibliothèque qui est l'appartenance à une communauté en participant plus activement à l'offre de la bibliothèque.

Néanmoins, selon V. Démulière, la librairie a longtemps refusé d'être un commerce et les libraires à l'instar des bibliothécaires ont longtemps cru et pour beaucoup croient encore qu'il suffit de « *disposer les titres sur une table de présentation pour qu'ils soient achetés* ». Ce directeur de librairie pousse ces équipes à rechercher le contact avec les clients, à dispenser des conseils, à défendre certains titres, à mettre en

œuvre les principes du merchandising que ce soit pour les nouveautés ou pour le fonds, à emmener le lecteur en rayon. Il y a selon lui une mutation qui est encore à faire en librairie : prendre la mesure de l'importance d'amener le livre au lecteur, surtout quand il n'est pas médiatisé car « *Marc Lévy se vend évidemment tout seul* »¹²². Par conséquent, l'écart entre les librairies et les bibliothèques en ce qui concerne la question du public est à relativiser, toutes deux étant issues de cette même tradition culturelle qui fait de l'accès au livre un effort garantissant sa valeur.

Pour autant, ce qui fonde la qualité de libraire pour F. Leblanc est bien la qualité de la relation développée avec les clients. La santé du commerce repose sur la fidélisation de la clientèle, le libraire doit donc être capable d'identifier les clients, de connaître leurs goûts, de mettre des titres de côté pour eux. Le même genre de relations est développé dans la Bibliothèque Municipale du 1^{er}. Les formes de sociabilité créées sont donc liées en partie à la taille de la structure. A la Fnac, notamment, les clients sont considérés comme une perte de temps, compte tenu du poids du travail interne. Ceci se retrouve également en bibliothèque, et surtout dans les plus grandes. De plus, dans ce type de structure, le personnel est trop nombreux et trop mobile en termes d'horaires et de services pour être véritablement identifié par les publics. Néanmoins, en fonction de la personnalité des agents et des opportunités, une relation de proximité se tisse assez fréquemment.

Cette relation de proximité va à l'encontre de la notion d'autonomie du lecteur. En effet, pour multiplier les occasions de dialogue, tout en évitant de trop étouffer le client (ce principe de laisser venir le public est défendu tant par les libraires que par les bibliothécaires rencontrés), certaines librairies limitent la communication indirecte (bandeaux expliquant pourquoi les libraires ont aimé tel livre, signalétique) afin de créer des occasions de dialogue avec les clients. C'est bien la disponibilité du libraire à ce possible dialogue qui constitue la base du type de sociabilité développé en librairie. Le personnel y est le plus souvent en station debout, circulant ou assis sur un tabouret derrière la caisse tandis que le personnel de bibliothèque est plus souvent assis à un bureau, affairé à des tâches qui peuvent sembler plus administratives. Le client représentant une vente possible, il est prioritaire par rapport à l'ensemble des autres

¹²² DEMULIERE, Vincent, directeur de la Librairie Chapitre Privat. Entretien du 17 octobre 2008

tâches des libraires. Jacqueline Gascuel observe que « *le client est vite à l'aise et il hésite rarement à demander ce qu'il ne voit pas, d'autant qu'il a conscience que le vendeur désire vendre, donc lui fournir ce qu'il cherche (...). Les bibliothécaires ne semblent pas toujours aussi disponibles que les vendeurs* »¹²³. Le bibliothécaire semble en effet moins accessible dans des locaux plus spacieux, il peut apparaître comme plus occupé par la tenue de collection que disponible à un échange avec le lecteur.

Les anecdotes qu'échangent les bibliothécaires à ce sujet sont significatives. Après plusieurs heures passées au bureau d'accueil sans avoir vu se profiler ne serait-ce que l'ombre d'une demande, c'est au moment où le bibliothécaire est en train de ranger ou de parcourir les rayons qu'un lecteur s'adresse à lui. Par ailleurs, dans les différentes études menées dans les bibliothèques universitaires¹²⁴, les lecteurs s'adressent plus facilement aux vacataires étudiants qui rangent les livres en rayon. Proximité en âge, en comportement, proximité dans la station debout, caractère informel du contact sont plus propices pour que les lecteurs expriment leurs demandes. C'est pourquoi, la Médiathèque José Cabanis a mis en place une organisation du personnel particulière afin qu'il y ait tout le temps au moins une personne en train de ranger en rayon dans chaque département, quel que soit son statut.

La façon de réceptionner les demandes des publics montre également qu'il y a une plus grande disponibilité au dialogue chez les libraires que chez les bibliothécaires. Le libraire ne renvoie pas en effet une personne qui cherche un titre précis ou de façon plus floue des titres sur un thème vers un ordinateur avec pour mission de consulter le catalogue. Il effectue la recherche lui-même, l'accompagne en rayon pour trouver le document, lui en propose d'autres afin d'élargir ses perspectives d'achat. Le premier contact dans ce cas à l'initiative du client est l'occasion la plupart du temps de débiter une conversation et donc de préciser l'attente du client et de lui apporter en plus de la satisfaction de son besoin initial un peu de ce bien-être qui naît de la parole échangée. Ce 'service' fait bien souvent cruellement défaut en bibliothèque lorsque de derrière son écran, la bibliothécaire renvoie le lecteur vers un autre écran.

¹²³ GASCUEL, Jacqueline, *Un espace pour le livre : guide à l'intention de tous ceux qui construisent, aménagent ou rénovent une bibliothèque*, p. 37

¹²⁴ dont celles de MARESCA, Bruno, *Enquête sur les pratiques documentaires des étudiants, chercheurs et enseignants-chercheurs de l'Université Pierre-et-Marie-Curie (Paris 6) et de l'Université Denis-Diderot (Paris 7)* et celle de ROSENBERGER, Maïa, *Place des bibliothèques dans les pratiques universitaires, d'information et de lecture des étudiants*.

Des actions sont entreprises dans plusieurs bibliothèques pour favoriser cette proximité. Lorsque la BU Sciences de Lyon a travaillé sur l'amélioration de son service d'accueil avec un cabinet de consultants extérieur au monde des bibliothèques, une des recommandations qui a été faite et formalisée dans le guide de l'accueil a été d'être plus mobile, de passer du temps en rayon, d'accompagner les étudiants en rayon, et de devancer leur questions en proposant une aide. A l'Insa, l'aménagement intérieur sera fait de sorte que le bibliothécaire soit obligé de faire le tour du poste d'accueil pour faire la recherche avec le lecteur. Cette recherche de mobilier permettant un côté à côté fait également partie des projets de Mme Chomel-Isaac pour la réorganisation du hall d'accueil de la Bibliothèque Municipale Lyon Part-Dieu¹²⁵. Le moment de la transaction de prêt est utilisé à la Bibliothèque Municipale du 1^{er} pour demander l'avis des lecteurs sur tel ou tel titre, sur le niveau des collections, leur proposer des suggestions. Mais ce seul moment d'échange possible disparaît dès qu'il y a un peu d'affluence.

L'autonomie semble particulièrement justifiée en bibliothèque universitaire ou dans les bibliothèques territoriales s'adressant à un public en recherche universitaire. La bibliothèque se conçoit dans cette mesure comme un ensemble de moyens mis à la disposition de ces publics et dont l'utilisation doit d'être la plus simple et la plus fluide possible. En tant qu'outil de travail, la bibliothèque et ses bibliothécaires doivent travailler dans le sens d'un usage connu de tous et permettant un accès rapide au document ou à l'information recherchée, sans imposer le passage par un bibliothécaire, ce qui est le principe du libreaccès. Il s'agit d'être le plus transparent possible. Mais, en ce qui concerne l'ensemble des autres usagers et du grand public, l'autonomie devrait rester une possibilité et non presque une obligation, afin de satisfaire la diversité des attentes des lecteurs. Certains en effet apprécient cette autonomie et ne souhaitent pas particulièrement développer un contact proche, d'autres ou parfois les mêmes mais à un autre moment de semaine recherchent effectivement plus qu'un conseil d'orientation mais bien un conseil de lecture, une discussion.

Face à cette diversité d'attentes des publics et à la diversité des missions des bibliothèques, les bibliothécaires se trouvent pris dans un ensemble de paradoxes inconnus des libraires dont la finalité de la vente simplifie la nature de la relation établie : un conseil d'achat. Ces paradoxes sont soulignés par A.-M. Bertrand dans son livre *Bibliothécaires face au public* : il s'agit du fait que « l'instauration du libre accès

¹²⁵ CHOMEL-ISAAC, Sandrine, entretien du 5 octobre 2008

dans les bibliothèques a placé les bibliothécaires dans une position inconfortable : être au cœur d'un dispositif conçu pour se passer d'eux » et de la tension entre « le souci d'accueillir chacun et la nécessité de gérer tous »¹²⁶. La nature de la relation développée peut en outre être à la fois d'ordre documentaire mais également d'ordre pédagogique. Cette multiplicité de missions, de tâches et de forme de sociabilité à mettre en œuvre rend difficile un simple transfert de savoir être à l'égard des publics entre libraires et bibliothécaires. Néanmoins, la conscience que c'est bien les lecteurs qui sont prioritaires sur l'ensemble des tâches et que l'offre diversifiée du lieu doit lui être amenée de vive voix d'une part et d'autre part la confiance qui leur est accordée sont des éléments indispensables à reproduire en bibliothèque afin d'être capable d'imaginer une augmentation de la variété des supports de communication proposés et d'orienter les bibliothécaires vers une plus grande disponibilité. Des échanges possibles entre les bibliothécaires et leurs publics peuvent d'ailleurs avoir lieu lors des animations.

2.3.3) Des animations entre recul critique et actualité

Les animations sont un vecteur privilégié de constitution et de valorisation des collections. D'une part, autour des événements prévus, les fonds sont enrichis, complétés, rajeunis : c'est le cas dans le cadre du partenariat entre la Bibliothèque Municipale du 1^{er} et les Assises Internationales du Roman, « on a acheté des auteurs qu'on avait pas »¹²⁷, c'est également le cas dans le cadre des événements proposés par la Médiathèque Lucie Aubrac dans le cadre de sa mission culturelle. Cette mission est de faire connaître les cultures par une approche pluri disciplinaire afin de répondre à la diversité des publics, de les fédérer et de tenter de faire comprendre la civilisation qui a conduit à la production de telle ou telle œuvre d'art en la remettant dans son contexte pour qu'elle soit plus accessible. Ainsi, des acquisitions de nouveautés, de rééditions mais aussi de titres plus anciens ont été réalisées lors de la manifestation sur le Japon ou lors du programme Femmes dans la Résistance, lié au changement de nom de la médiathèque.

¹²⁶ BERTRAND, Anne-Marie, *Bibliothécaires face au public*, p. 224

¹²⁷ GUEYDON, Bernadette, responsable des bibliothèques 1^{er}, 4^{ème} et 6^{ème} arrondissement de Lyon. Entretien du 10 octobre 2008

D'autre part, les animations permettent de travailler le fonds, d'attirer l'attention sur certains titres oubliés, de présenter les documents sous plusieurs angles différents et donc de multiplier les voies d'accès à ceux-ci. En effet, dans les bibliothèques étudiées, la programmation culturelle mêle les différents types d'événements culturels : conférence, spectacle, projection, exposition photo, ateliers. En librairie, ces animations ont un impact positif sur les ventes, à Ombres Blanches, les titres ainsi valorisés constituent la plupart des grosses ventes hormis les best-sellers. L'impact est cependant moins flagrant en bibliothèque. Le contenu de ces animations est différent entre ces deux structures : même si ces deux types d'animations se rencontrent quand même dans chaque établissement, en librairie, elles sont majoritairement liées à l'actualité éditoriale (rencontre d'auteurs, conférences sur des thèmes d'actualité) alors qu'en bibliothèque, elles sont plus liées à l'actualité culturelle et associative locale ou nationale en fonction des partenariats établis, la bibliothèque servant ainsi de relais dans la ville. A titre d'exemple, on peut citer les partenariats de la Médiathèque José Cabanis avec les différents théâtres de la ville, le collectif Eole, une association de protection de l'environnement. La Bibliothèque Municipale du 1^{er}, pour sa part, accomplit cette mission de relais culturel en disposant les tracts des différents événements culturels de la ville dans les rayons leur correspondant (programme du théâtre dans le rayon théâtre, forum sur l'environnement dans le rayon écologie). Elle expose également les travaux de quelques artistes du quartier et propose à certains membres d'associations de faire des rencontres avec les lecteurs pour parler de leurs actions. Elle s'insère de ce fait dans la vie du quartier.

Ces animations ne sont pour autant pas décidées en fonction des demandes du public qui n'a aucune occasion d'être à l'initiative de la programmation culturelle. Afin de permettre sa participation, la bibliothèque de Seynod a créé un Café Culture où chacun, bibliothécaires et lecteurs parlent de leur coup de cœur, les bibliothécaires en suggèrent quatre mais les lecteurs proposent également des titres. Ces coups de cœur sont ensuite intégrés dans la sélection coup de cœur mise en ligne sur le site de la bibliothèque.

Au-delà de la présentation des collections, les animations sont donc une autre façon de valoriser les collections et de favoriser leur rencontre avec les lecteurs, en leur apportant au plus près le contenu des livres par des moyens diversifiés. Elles sont aussi l'occasion de faire vivre le lieu et de créer des moments d'échanges avec les lecteurs. Ce

procédé est particulièrement intéressant dans la mesure où il contient beaucoup d'éléments soulignés au cours de cette étude : la nécessité d'une médiation qui rapproche le livre - contenu et contenant - du lecteur, la diversité des chemins à emprunter pour la réaliser compte tenu de la diversité des publics et de leurs attentes, l'importance du caractère vivant d'un espace et de l'aménagement de moments d'échanges entre libraires, bibliothécaires, auteurs et lecteurs. Elle est en outre une pratique partagée par les deux professions selon des modalités somme toutes assez proches au cours desquels une collaboration s'établit entre elles. On voit bien là que l'utilisation d'un même procédé ne remet pas en question les spécificités de chaque profession. Enfin, on remarque que la participation en amont du public reste faible et que considéré comme un simple destinataire, ce n'est pas toujours vraiment en fonction de lui qu'est construite la programmation.

L'étude des différents points nodaux du fonctionnement des librairies et des bibliothèques ont permis de mettre en évidence un certain nombre de similitudes et de dissemblances. Les éléments de différenciation sont fondamentaux en ce qui concerne l'architecture extérieure et intérieure, ils demeurent importants en terme de stratégies adoptées pour la présentation des collections et l'équipement intérieur, ils subsistent au niveau de la question des nouveautés et de la réactivité aux publics. Ces divergences permettent de mettre en évidence des écarts de principes entre les deux structures. La bibliothèque est un équipement culturel, dans lequel sont proposés des contenus sur des supports variés et un grand nombre de services, constitués selon une temporalité longue. Elle communique sur ce qu'elle est : un lieu destiné à être utilisé par des publics divers qui doivent en faire l'apprentissage avant de choisir une zone correspondant à leur usage majoritaire. Ils délaissent ensuite le reste d'un bâtiment¹²⁸ dans lequel peu de choses sont faites pour attirer leur attention sur les autres documents et services proposés. A contrario, la librairie est clairement un lieu du livre, ayant une proposition d'usage moins diversifiée, toute tournée vers l'exposition de cet objet afin de multiplier les mises en contact des lecteurs et des livres à acheter. Elle communique sur une offre transitoire construite en fonction d'un public ciblé.

Les similitudes observées tiennent à l'existence en bibliothèque de pratiques professionnelles mises en oeuvre à plus grande échelle en librairie et vice versa :

présentation des livres de face, choix des termes de classement et de signalétique en fonction des mots utilisés par les lecteurs, proposition de documents sur les principaux parcours des lecteurs, achat de nouveautés et circuits spécifiques, projet d'accueil plus dynamique des publics et pour la librairie, création d'espaces de consultation et de convivialité. Ces emprunts réciproques confirment l'idée selon laquelle des échanges de pratiques plus approfondis pourraient être réalisés en tenant compte des particularités et des contraintes de chaque structure. L'application en bibliothèque de certaines stratégies observées en librairie a plus particulièrement retenu notre attention : il semble bénéfique que la bibliothèque communique plus sur ce qu'elle offre (collections et services) et ce dès l'extérieur du bâtiment par le biais de vitrine animées. L'intérieur du bâtiment devrait ensuite être organisé selon deux principes : l'abondance et le mouvement. Il s'agit qu'une proposition régulièrement renouvelée soit faite à l'utilisateur dès son entrée et qu'il soit ensuite régulièrement sollicité dans son parcours par des documents présentés en nombre. Il est important que ces présentations permettent de percevoir les correspondances entre les différents supports et les différents services et que leurs thématiques soient choisies en fonction de ce qui est connu du public afin de le rassurer. Régulièrement répétées en différents endroits de la bibliothèques, vitrines, tables, rayons, affiches, ces thèmes auraient également pour fonction de constituer des repères qui permettraient à l'utilisateur de s'approprier plus facilement la bibliothèque.

Ainsi, en adaptant ces différentes solutions trouvées en librairies pour attirer le lecteur et le guider vers la rencontre de livres, la bibliothèque pourrait se rendre plus accessible à ce même lecteur et surtout en favoriser son usage.

¹²⁸ VERON, Eliséo, *Espaces du livre, perception et usages de la classification et du classement en bibliothèque*, p. 91

CONCLUSION

Au coeur de cette réflexion sur l'articulation des collections et de l'espace en librairie et en bibliothèque, se trouve un public dont les pratiques culturelles se modifient et se diversifient. La transmission du livre par ces deux structures de diffusion de l'objet et de son contenu perd de ce fait une immédiateté que les stratégies d'attractivité détaillées ici ont vocation à recréer. Investies d'une utilité sociétale forte, les deux professions ont à initier une adaptation aux habitudes changeantes de leurs publics. Pour la librairie, lieu d'exposition, c'est une évolution vers une augmentation de la proposition d'usage du lieu qui se profile, sans pour autant remettre en question le principe de la vente.

Pour la bibliothèque, c'est une réflexion sur l'exposition de l'usage, des collections et des services qui se dessine, un changement dans une manière d'offrir qui jusqu'à présent requiert encore effort et volonté de la part du lecteur. Cette proximité à rechercher avec le public peut se traduire par le fait de dévoiler plus tôt ce que propose la bibliothèque, dès l'extérieur, et ensuite de lui proposer dès la porte d'entrée un parcours qui le guide à l'intérieur du bâtiment en lui faisant découvrir les différents services et les différentes collections mis en scène au sein d'espaces fortement caractérisés, de petits univers complets où seraient exposés collections et possibles usages.

Accueillir, attirer, fidéliser et favoriser les rencontres entre les livres et les lecteurs requiert également d'assouplir la linéarité et la régularité des bibliothèques en y faisant une place au mouvement des collections comme des espaces. Les changements d'intérêts des publics appellent à des modifications fréquentes de l'offre et de sa présentation, auxquelles, en tant que membre de la communauté, ils pourraient être amenés à prendre part. La confiance sur laquelle repose une telle communication entre bibliothécaires et public serait un moyen de rendre plus accessible ce monde si particulier qu'est une bibliothèque et de donner véritablement corps au projet démocratique qu'elle est censée incarner.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES ET ARTICLES SUR LE LIVRE ET LA LECTURE EN TANT QUE PRATIQUES CULTURELLES

BARLUET, Sophie, *Rapport Livre 2010 : Pour que vive la politique du livre*, Juin 2007 [en ligne]. Disponible sur <<http://www.centrenationaldulivre.fr/?Rapport-Livre-2010-Pour-que-vive>>, mis à jour le 13 juillet 2007, [consulté le 2 juin 2008]. 149 p.

BOURDIEU, Pierre, *La Distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Editions de Minuit, 1979. Coll. Le Sens Commun. 670 p.

DEBRAY, Régis, « Dématérialisation et désacralisation : le livre comme objet symbolique », *Le Débat*, n° 86, sept-oct 1995, p. 17-25

DONNAT, Olivier [sous la dir.], *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris : La Documentation française : Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, 2003. Coll. Questions de culture. 348 p.

MOLLIER, Jean-Yves, *La lecture et ses publics à l'époque contemporaine : essais d'histoire culturelle*. Paris : Presses universitaires de France, 2001. 186 p.

MOLLIER, Jean-Yves [sous la dir.], *Où va le livre ?* 3^{ème} Ed. Paris : La Dispute, 2007. Coll. Etats des lieux. 392 p.

RENARD, Hervé, « Achat et emprunt de livres : Concurrence ou complémentarité ? », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1995, t. 40, n° 5, p. 26-34.

ROBIN, Christian, *Le livre et l'édition*. Paris : Nathan, 2004. 224 p.

ROUET, François, *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*. Ed. 2007. Paris : La Documentation française, 2007. Coll. Les études de la documentation française. 420 p.

VANDERDORPE, Christian, *Du papyrus à l'Hypertexte*, Paris : La Découverte, 1999, 199 p.

YVERT, Benoît, « L'avenir du livre », *Le Débat*, n° 145, mai-août 2007, p.3-13

OUVRAGES ET ARTICLES SUR LES LIBRAIRIES, L'IDENTITÉ PROFESSIONNELLE DES LIBRAIRES ET L'EXERCICE DU MÉTIER

« Pourquoi la production augmente ? », *Livres Hebdo*, 23/02/2007, n° 678, p. 6-9

« Forces et faiblesses de la librairie », *Livres Hebdo*, 23/03/2007, n° 682, p. 74-76

« Les ventes ont augmenté de + 2.5% en décembre », *Livres Hebdo*, 25/01/2007, n° 718, 25/01/2008, p. 6-8

« Les 400 premières librairies », *Livres Hebdo*, 14/03/2008, n° 725, p. 7-20

« Que se passe-t-il derrière la vitrine ? », *Livres Hebdo*, 04/04/2008, n° 728, p. 6-9

Lettre ouverte aux lecteurs qui aspirent encore à la liberté. Paris : T. Magnier, 2005. 45 p.

ASFODEL, [Association nationale pour la formation et le perfectionnement professionnel en librairie et en papeterie], *Le métier de libraire*. Éd. mise à jour. Paris : Ed. du Cercle de la librairie, 1995. 339 p.

BENHAMOU, Françoise, **MANDALLAZ** Elisabeth, *Librairies en Rhône-Alpes. Les deux figures du libraire : le commerçant et le militant*, [Etude commandée par la Direction Régionale des Affaires Culturelles, la Région Rhône-Alpes, mise en oeuvre par l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation (ARALD)]. Lyon : Arald, 2007, 88 p.

DIDEROT, Denis, *Lettre sur le commerce de la librairie*. Paris : Fontaine, 1984. 141 p.

GALLIMARD, Antoine, *Rapport de la mission de réflexion sur la Librairie indépendante*, Septembre 2007 [en ligne]. Disponible sur <<http://www.centrenationaldulivre.fr/?Rapport-Gallimard-sur-la-librairie>>, mis à jour le 22 octobre 2007, [consulté le 2 juin 2008]. 8 p.

INFL [Institut National de Formation de la Librairie], **OLLENDORFF**, Michel, *Le métier de libraire : 1 - la gestion de stock*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2004. 143 p.

INFL [Institut National de Formation de la Librairie], **OLLENDORFF**, Michel [sous la dir.], *Le métier de libraire : 2 - la production de l'assortiment*. Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2006. 235 p.

LEBLANC, Frédérique, *Libraire : un métier*. Paris : L'Harmattan, 1998, Coll. Logiques sociales. 313 p.

OBSERVATOIRE DE L'ECONOMIE DU LIVRE, *Situation économique de la librairie indépendante*, 2007. Disponible sur <<http://www.centrenationaldulivre.fr/?Situation-economique-de-la>>, mis à jour le 29 mai 2007, [consulté le 15 juin 2008], 10 p.

VANNEREAU, Norbert, **COLIN**, Jean-Pierre, *Librairies en mutation ou en péril ? : rapport présenté à M. Jack Lang, Ministre de la Culture, de la communication, des grands travaux et du Bicentenaire*. Paris : Publisud, 1990. 200 p.

OUVRAGES ET ARTICLES SUR LES BIBLIOTHÈQUES

- Généralités et identité professionnelle des bibliothécaires

AROT, Dominique, « Les valeurs professionnelles du bibliothécaire », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2000, t. 45, n° 1, p. 33-41

AUBIN, Yves, « Les bibliothèques et la culture », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1997, t. 42, n° 1, p. 30-34

AUBIN, Yves, « Surproduction romanesque, bibliothèque et prescription », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2004, t. 49, n° 3. p. 22-25.

BERTRAND, Anne-Marie, « Accueillir les absents ». In *Congrès de l'ABF, Nantes, 2007* [en ligne], disponible sur <<http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/notice-1507>>, mis à jour le 30 juin 2008 [consulté le 9 juillet 2008]

BERTRAND, Anne-Marie, *Bibliothécaires face au public*. Paris : BPI-Centre Georges Pompidou, 1995. 248 p.

BERTRAND, Anne-Marie, *Bibliothèques territoriales : identité et environnement*. Paris : Ed. du CNFPT, 1999, 54 p.

BORNETT, Christiane, « L'externalisation du choix des livres : une expérience en Allemagne », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2008, t. 53, n° 2, p. 25-27. [en ligne], disponible sur <<http://bbf.enssib.fr>> , [consulté le 19 septembre 2008]

CALENGE, Bertrand [sous la dir.], *Bibliothécaire, quel métier ?* Paris : Éd. du Cercle de la librairie, 2004. Coll. Bibliothèques. 314 p.

CALENGE, Bertrand, **MAHONA** Marine, *Bibliothèques municipales en Rhône-Alpes : des acteurs culturels au service de la population* [Etude conduite par l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation (ARALD), la Direction Régionale des Affaires Culturelles, la Région Rhône-Alpes et la Bibliothèque Municipale de Lyon]. Lyon : Arald, 2006. 88 p.

DURAND, Jean-Pierre, **PEYRIERE**, Monique, **SEBAG**, Joyce, *Bibliothécaires en prospective*. Paris : Ministère de la culture et de la communication, Délégation au

développement et aux affaires internationales, Département des études, de la prospective et des statistiques, 2006. Coll. Les travaux du DEPS. 197 p. Disponible sur < <http://www.culture.gouv.fr/nav/index-docum.html> >, mis à jour avril 2008, [consulté le 23 juin 2008].

FEDERATION INTERNATIONALE DES ASSOCIATIONS DE BIBLIOTHECAIRES ET DE BIBLIOTHEQUES, SECTION DES BIBLIOTHEQUES PUBLIQUES, *Les services de la bibliothèque publique : principes directeurs de l'IFLA/UNESCO*, Paris : Association des Bibliothécaires Français, 2002. Coll. Médiathèmes, 88 p.

KUPIEC, Anne, « Qu'est-ce qu'un(e) bibliothécaire ? », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2003, t. 48, n° 1, p. 5-9

MARESCA, Bruno [sous la dir.], *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : attractivité, fréquentation et devenir*. Paris : Bibliothèque publique d'information - Centre Georges Pompidou, 2007. Coll. Etudes et recherche. 283 p.

MARESCA, Bruno, *Enquête sur les pratiques documentaires des étudiants, chercheurs et enseignants-chercheurs de l'Université Pierre-et-Marie-Curie (Paris 6) et de l'Université Denis-Diderot (Paris 7)* [étude réalisée par le Département Évaluation des politiques publiques du CREDOC à la demande du Rectorat de Paris, Mission U3M et de la BIUSJ]. Paris : CRÉDOC, 2005. 93 p.

MOUREN Raphaële, **PEIGNET** Dominique [sous la dir.], *Le métier de bibliothécaire*, Ed. mise à jour et corrigée. Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2007. 452 p.

PAYEN, Emmanuèle [sous la dir.], *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*. Paris : Ed. du Cercle de la Librairie, 2004. 246 p.

ROSENBERGER, Maïa, *Place des bibliothèques dans les pratiques universitaires, d'information et de lecture des étudiants*, [Mémoire d'étude DCB 16], Villeurbanne : Enssib, 2008, 99 p.

ROUET, François, *La grande mutation des bibliothèques municipales : modernisation et nouveaux modèles*, [Etude réalisée par les bureaux Argos et Plein sens ; rapport établi par François Rouet]. Paris : Ministère de la culture, Département des études et de la prospective, 1998. 196 p.

SEIBEL, Bernadette, *Au nom du livre : analyse sociale d'une profession, les bibliothécaires*. Paris : la Documentation française, 1988. 229 p.

UTARD, Jean-Claude, « L' élu, le directeur et la bibliothèque », *Bulletin des Bibliothèques de France*, t. 48, n° 1, 2003. p. 38-44

- pratiques de mise en espace

ALIX, Yves, « Le théâtre du savoir », *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2008, t. 53, n° 4, p. 1, [en ligne]. Disponible sur <<http://bbf.enssib.fr>>, [consulté le 19 juillet 2008].

AUBIN, Yves, « Espace et collections : les espaces documentaires, une nouvelle approche ». *Bulletin des Bibliothèques de France*, 2002, t. 47, n° 6, p. 116-118.

BALEO, Brigitte, *Cours de bibliothéconomie*, [en ligne]. Paris : Mediadix, mis à jour le 23 juin 2005, disponible sur <<http://netx.u-paris10.fr/mediadix/#>>, mis à jour le 10 mai 2008, [consulté le 17 septembre 2008]

BEGUEC, Anne-Lise, *Evolution de la mise en espace des connaissances dans des médiathèques de dernière génération* [Mémoire d'études DCB 14]. Villeurbanne : Enssib, 2005. 103 p.

CAROUX, Hélène, *Architecture & lecture : les bibliothèques municipales en France, 1945-2002*. Paris : Ed. A. et J. Picard, 2008. 304 p.

CRUGUEL, Amanda, **GUICHARD**, Johanne, **RAMONATXO**, Ophélie, **ROGIER**, Caroline, *Les classements de proximité en bibliothèques : comment rapprocher les livres des lecteurs. Quatre études de cas* [Mémoire de recherche DCB 14]. Villeurbanne : Enssib, 2005. 135 p.

FLOCH, Jean-Marie, « L'apport de la sémiotique structurale au design d'un hypermarché », *Recherche et applications en marketing*, 1989, n°4. p. 23-27.

GASCUEL, **Jacqueline**, *Un espace pour le livre : guide à l'intention de tous ceux qui construisent, aménagent ou rénovent une bibliothèque*. Nouv. éd. entièrement refondue Paris : Ed. du Cercle de Librairie, 1993. 420 p.

GRUNBERG, **Gérald** [sous la dir.], *Bibliothèques dans la cité : guide technique et réglementaire*. Paris : Ed. Le Moniteur, 1996. 452 p.

LARBRE, François [sous la dir.], *Organiser le libre accès*. Villeurbanne : Institut de Formation des bibliothécaires, 1995. 128 p.

PROD'HOMME, Sandrine, *Etude de l'influence de l'espace des bibliothèques et des librairies sur le comportement des usagers et des clients en Haute-Normandie* [Rapport d'enquête en vue des premières Assises régionales de la lecture, 24 novembre 2006], Août 2006, Direction Régionale des Affaires Culturelles de Haute-Normandie. Non Publié. 50 p.

ROBINE, Nicole, « Relais et barrières : la perception de l'aménagement de l'espace et des classifications par les usagers dans les lieux de prêt et de vente du livre ». In **PRIVAT**, Jean-Marie, **REUTER**, Yves, *Lectures et médiations culturelles : actes du colloque de Villeurbanne, mars 1990*. Villeurbanne : Maison du Livre de l'image et du son – Presses universitaires de Lyon, 1991. p. 115-126

VERON, Eliséo, *Espaces du livre, perception et usages de la classification et du classement en bibliothèque*. Paris : BPI-Centre Georges Pompidou, 1990. 99 p.