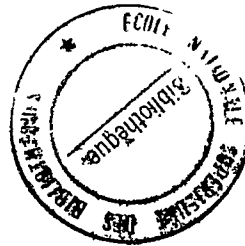


**Ecole Nationale  
Supérieure de  
Bibliothécaires**

**Université des Sciences  
Sociales Grenoble II  
Institut d'Etudes  
Politiques**

**DESS Direction de  
Projets Culturels**



## Mémoire

LE PUBLIC DES LIBRAIRIES D'OCCASION: L'EXEMPLE DU  
MARCHE AUX LIVRES DE LYON

MATHILDE LEPAPE

SOUS LA DIRECTION DE : DOMINIQUE VARRY ,  
ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE BIBLIOTHÉCAIRES

1990

M

12

1990

## SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	p 1
I. BOUQUINISTES ET BOUQUINEURS: CONNAISSANCES ET PRATIQUES ACTUELLES	
A. Présentation de la librairie d'occasion .....	p 4
B. La librairie d'occasion à Lyon .....	p 10
C. Le public des librairies d'occasion: étude des représentations .....	p 18
II. LE PROJET DE RECHERCHE; OBJET ET METHODOLOGIE	
A. Définition de l'objet de recherche .....	p 33
B. Méthodologie .....	p 38
III. PRESENTATION DES RESULTATS	
A. La clientèle du Marché aux Livres .....	p 48
B. Les pratiques d'achat et de lecture .....	p 54
C. La fréquentation de la librairie d'occasion .....	P 68
D. Les pratiques de vente et d'échange .....	p 76
E. Les résultats obtenus en librairie .....	p 78
IV. ELEMENTS DE CONCLUSION .....	P 82
BIBLIOGRAPHIE .....	p 87
ANNEXES .....	p 100

## INTRODUCTION

A l'origine de mon intérêt pour la librairie d'occasion se situent une expérience et un constat. Une expérience: je suis moi-même cliente des librairies d'occasion, et à ce titre peut-être plus attentive que d'autres à un réseau assez marginal de distribution du livre. Un constat: lorsqu'on évoque la clientèle de la librairie d'occasion, c'est une image presque caricaturale qui s'impose à beaucoup d'esprits: celle d'un vieux monsieur, collectionneur, amoureux des reliures ou des textes rares, et qui consacre une bonne part de son temps à hanter les bouquinistes, "toujours à l'affût de la bonne affaire, du livre dont la valeur littéraire et marchande aura échappé à la sagacité du vendeur." \*

Mais si cette image du chercheur bibliophile correspond certainement à une réalité, on peut pourtant se demander si cette clientèle constitue effectivement la majeure partie du public des librairies d'occasion. N'existe-t-il pas aussi une clientèle moins exclusivement tournée vers le livre rare, et qui trouve chez les bouquinistes le moyen de se procurer des livres à un prix plus abordable ?

C'est cette question qui m'a amenée à entreprendre une étude sur la composition sociale du public des librairies d'occasion. Ses pratiques de lecture et d'achat, mais aussi les raisons qui motivent sa fréquentation de la librairie d'occasion, m'ont paru devoir s'intégrer dans une approche sociologique de ce public.

La rareté des études sur la librairie d'occasion, la quasi-ignorance de la place qu'elle occupe dans les différents réseaux de distribution du livre, rendaient difficile toute approche globale. C'est donc plus particulièrement sur la clientèle des librairies d'occasion lyonnaises que j'ai centré mon étude.

\* THOUREL, Marcel. Souvenirs d'un bouquiniste de province.

Mon projet initial était donc d'étudier l'origine sociale du public des librairies d'occasion , et de voir dans quelle mesure ce public pouvait être tenu pour un public aux pratiques spécifiques .

Au cours de ma recherche, plusieurs éléments sont intervenus qui ont modifié ce projet initial .

D'une part, je me suis intéressée de plus près à la situation de la librairie d'occasion à Lyon, et plus particulièrement à ce que révèle son implantation géographique. L'étude de cette implantation m'a paru importante, parce qu'elle est susceptible d'intervenir dans les comportements du public potentiel des librairies d'occasion .

De plus, en étudiant les textes concernant la librairie d'occasion, je me suis aperçue que, si ce type de commerce comme sa clientèle restent mal connus, de nombreux documents dressent du bouquiniste, client ou vendeur, un portrait assez singulier . L'image caricaturale que beaucoup ont en tête lorsqu'ils pensent au client des librairies d'occasion est sans doute pour partie inspirée de ces textes. Ces derniers renseignent plus sur des représentations que sur des pratiques réelles du public. C'est en tant que représentations, justement, qu'il m'a paru intéressant d'étudier ces textes, afin de pouvoir les confronter avec la réalité lyonnaise.

Enfin, des difficultés d'ordre méthodologique m'ont amenée à limiter mon étude au public du Marché aux Livres de Lyon. Mon projet initial était d'enquêter aussi bien sur ce marché de plein air, qui regroupe une quinzaine de bouquinistes, que sur l'ensemble des librairies d'occasion lyonnaises. Mais le peu de résultats obtenus auprès des librairies m'a contrainte à réduire mon champ d'enquête.

Dans la mesure où aucune enquête de type sociologique n'a, à ma connaissance, posé jusqu'ici la question du public des librairies d'occasion, ce travail ne peut constituer qu'une première approche du sujet. Plutôt que de dresser un tableau complet des pratiques du public des librairies d'occasion, il s'agit pour nous de voir quelles sont les tendances qui semblent se dessiner à Lyon.

Dans un premier temps, nous avons tenté de définir la place qu'occupe la librairie d'occasion en France et à Lyon. L'étude des représentations qui émanent des textes concernant la librairie d'occasion complète cette première partie.

Après avoir présenté les principes de notre démarche méthodologique, nous en viendrons à examiner la composition sociale, les pratiques d'achat et de lecture, mais aussi les motivations de la clientèle du Marché aux Livres de Lyon .

I BOUQUINISTES ET BOUQUINEURS ; CONNAISSANCES ET  
REPRESENTATIONS ACTUELLES.

## A. PRESENTATION DE LA LIBRAIRIE D'OCCASION.

Il est difficile d'évaluer l'importance de la librairie d'occasion en France. Son statut mal défini, sa position marginale dans les réseaux de distribution du livre, expliquent sans doute cette méconnaissance de la librairie d'occasion .

Quelles qu'en soient les raisons, force est de constater qu'il s'avère aujourd'hui impossible de dresser un tableau général de la situation du livre d'occasion en France .

C'est pourquoi nous avons préféré nous en tenir à l'étude de la situation lyonnaise, en mettant en évidence l'importance de l'implantation géographique des librairies d'occasion .

Il reste que, si l'on dispose de peu de données quantitatives sur le marché du livre d'occasion, toute une imagerie entoure le bouquiniste et son client. Le vocabulaire qui désigne bouquinistes et bouquineurs est rarement neutre, dans les dictionnaires comme dans les récits de libraires. Aussi, après avoir évoqué les données actuelles sur le marché de l'occasion, en viendrons-nous à étudier la façon dont libraires et clients sont perçus dans les textes dont nous disposons.

### 1. UN STATUT MAL DEFINI.

Aussi marginal que puisse paraître le commerce du livre d'occasion en France, on peut se demander pourquoi les données et les études sur ce type de commerce ont été si peu nombreuses.

L'une des raisons qui expliquent cette méconnaissance de la librairie d'occasion tient sans doute aux problèmes que posent la définition du terme. En effet, la même appellation recouvre des réalités très diverses: entre un libraire professionnel, tenant une boutique, et celui qui vend des livres sur les marchés du dimanche, il existe une variété de pratiques qui rendent difficile toute approche globale. Cette diversité de pratiques est compliquée encore par le fait que le livre d'occasion existe ailleurs que dans les librairies du même nom: certaines librairies de livres neufs lui consacrent

quelques rayonnages; mais on le trouve aussi chez les brocanteurs, quelquefois chez les antiquaires ou les disquaires d'occasion . Aussi le recensement de tous ceux qui, professionnellement ou non, vendent du livre d'occasion se révélerait-il difficile, voire impossible à réaliser .

Cette absence d'un statut clair qui définirait la librairie d'occasion contribue certainement à la pénurie d'informations concernant la place qu'elle occupe sur le marché du livre. Mais il faut aussi souligner, avec Hervé Renard, que " si l'on connaît aujourd'hui , à quelques points près, les grandes masses, on ne dispose à ce jour d'aucune enquête parfaitement satisfaisante qui assure un suivi un tant soit peu détaillé de l'évolution du marché." (1).Hervé Renard souligne en effet dans cet article récent que la typologie des points de vente du livre, mais aussi les approches varient selon les organismes d'enquête: les chiffres de la production éditoriale ne peuvent être comparés avec ceux concernant la consommation des ménages, ou encore avec ceux qui mesurent la consommation des individus. Cette diversité des approches et des nomenclatures aboutit à un "flou" qui peut laisser perplexe: "Si on trouve une certaine convergence dans les évolutions décrites par ces différentes sources (...),la confrontation des estimations en niveau laisse plutôt rêveur: on en voudra pour exemple l'estimation de la part des ventes directes en 1981 :14% pour l'USLF ,  
26% pour le BIPE,  
33% pour l'ASFODELP.

On ne saurait,à ce stade d'imprécision, parler de fourchette" (1) .

Si les estimations concernant des canaux importants de distribution du livre souffrent d'imprécision, on ne peut s'étonner du vague qui entoure la librairie d'occasion.

Paul Claval, dans Les points de vente du livre en France (2) a réalisé en 1987 une enquête portant sur douze départements français. Les points de vente du livre, recensés à partir de fichiers d'éditeurs, excluent naturellement la librairie d'occasion.

---

(1) RENARD,Hervé. Les canaux de vente du livre.Cahiers de l'économie du livre ,n° 1.

(2) FRANCE.MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION.DEPARTEMENT DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE.Les points de vente du livre en France .



Si Bernadette Roussy, dans Librairie, mentionne la librairie d'occasion, c'est pour l'intégrer dans la catégorie des "librairies pures", au même titre que les librairies de livres neufs. (1)

Le plus souvent, c'est le poste "Autres" ou "Autres détaillants" qui regroupe, pêle-mêle, librairies d'occasion, soldeurs, foires, marchés ou kiosques. Il devient alors impossible d'utiliser ces données, et ceci d'autant plus que les types rangés dans cette catégorie "Autres" sont rarement détaillés. C'est le cas notamment de l'enquête Pratiques culturelles des Français, 1973-1981 (la question portant sur les lieux d'achat ayant été abandonnée dans l'édition de 1990) (2).

Une seule des enquêtes existant actuellement consacre un poste à la librairie d'occasion. Encore faut-il souligner que librairies d'occasion et soldeurs sont regroupés sous la même rubrique, alors que les produits proposés sont différents (les soldeurs vendant du livre neuf à prix réduit). Néanmoins, cette enquête fournit les seuls chiffres disponibles sur la librairie d'occasion. Il s'agit de l'enquête de la SOFRES, qui a lieu annuellement depuis 1981. La SOFRES a constitué un panel d'acheteurs comptant 10 000 individus de plus de quinze ans, qui inscrivent tous les mois le titre de chaque livre acheté, l'auteur, l'éditeur, la quantité, le format, le genre de l'ouvrage, son lieu d'achat ainsi que le prix payé.

Cette enquête présente l'avantage de prendre en compte les "soldeurs-occasion" oubliés par ailleurs, mais aussi de s'inscrire dans la durée, ce qui permet de mesurer les évolutions.

Cette étude révèle une progression sensible du réseau des soldeurs-occasion: en 1981, la part de marché des soldeurs-occasion représentait 1,3% du marché en valeur. En 1988, elle en représente 2,5%.

Hervé Renard note que "c'est le réseau soldes-occasion qui connaît l'évolution en valeur la plus favorable, puisqu'il dépasse l'indice 200 en 1988" (sur la base d'un indice 100 en 1981). "C'est", ajoute-t-il, "la conséquence d'une forte progression en volume et d'un certain élargissement vers le haut." (3).

(1) ROUSSY, Bernadette. Librairie.

(2) FRANCE. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ET DE LA PROSPECTIVE. Les pratiques culturelles des Français: évolution 1973-1981.

(3) RENARD, Hervé. Les achats de livres des Français, 1981-1988. Cahiers de l'économie du livre, n° 3.

Si ces chiffres soulignent l'évolution favorable du marché de l'occasion, il faut cependant noter que les catégories employées ne nous permettent pas de distinguer la part du marché qu'occupe exclusivement la librairie d'occasion. Il est possible que, plus que l'occasion, ce soit le marché des soldeurs, avec le développement de chaînes importantes (du type "Maxi-livres" ) ,qui soit responsable de l'augmentation sensible notée par la SOFRES.

La place du marché de l'occasion en France reste donc difficilement appréciable. Marginale sans aucun doute, cette activité se laisse difficilement appréhender. Elle recouvre des formes variées, de la vente sur catalogues à la foire occasionnelle. Son statut, mal défini, varie selon les enquêtes. Aussi l'importance économique du livre d'occasion, l'estimation, ne serait-ce que quantitative, du public qui fréquente les librairies d'occasion, restent-elles plus qu'hasardeuses aujourd'hui.

## 2. LIBRAIRES D'OCCASION, BOUQUINISTES ET LIBRAIRES D'ANCIEN .

Même si l'on choisit d'écarter de notre champ d'étude les commerces qui ne se consacrent pas essentiellement à la vente de livres d'occasion, les problèmes que posent la librairie d'occasion ne sont pas résolus pour autant. En effet, on oppose parfois librairie d'occasion et librairie de livres anciens. La première proposerait des livres de "seconde main", relativement peu onéreux. La seconde se consacrerait plus particulièrement à la vente de livres rares, dont le caractère original et l'aspect esthétique fondent la valeur.

Cette opposition se révèle justifiée dans certains cas: entre le bouquiniste dont la majeure partie du stock est constituée de livres de poche, et le libraire d'ancien dont le catalogue est diffusé à l'étranger, il y a incontestablement une différence énorme. Cependant, dans bon nombre de cas, l'écart n'est pas si flagrant, et il paraît difficile de trancher pour l'une ou l'autre des appellations.

Aussi ténue que puisse être parfois la distinction entre libraire d'ancien et libraire d'occasion, il était nécessaire de nous y attacher afin de cerner précisément ce qui constitue notre champ d'étude. En effet, plus que le bibliophile, c'est le client "ordinaire" que nous voulions connaître, et il nous paraissait donc important de centrer

notre étude sur la librairie d'occasion plutôt que sur celle d'ancien. Confondre l'une et l'autre nous aurait sans doute amenés à sur-évaluer l'importance d'une clientèle bibliophile, achetant des livres rares et coûteux.

Dans un premier temps, il nous avait paru possible d'établir entre l'une et l'autre une frontière par l'intermédiaire du prix : nous avons pensé que les libraires ne possédant pas d'ouvrages à moins de cent francs pouvaient être tenus pour des libraires d'ancien. Ce critère nous paraît aujourd'hui peu pertinent : on peut toujours trouver chez un libraire d'ancien y sinon un livre, du moins un journal, une carte, une brochure à moins de cent francs. C'est pourquoi il nous semble aujourd'hui plus juste de retenir comme critère la présence ou l'absence de livres de poche dans le stock de la librairie. Plus que le prix, ce critère révèle une différence de fonctionnement, entre des libraires d'occasion susceptibles de racheter des ouvrages à leur clientèle, sans que ceux-ci soient nécessairement rares, et des libraires d'ancien dont les critères d'achat seraient plus sélectifs .

Cependant, s'il nous était nécessaire d'établir une frontière entre libraire d'ancien et libraire d'occasion, il faut encore souligner que la distinction entre l'un et l'autre n'est pas toujours facile à faire. Plus que de réalités différentes, les termes de libraires d'ancien, bouquinistes ou libraires d'occasion relèvent parfois de représentations différentes. Nous verrons plus loin que certains discours tendent à opposer une branche "noble" du commerce de vieux livres (la librairie d'ancien ), et une branche plus "ordinaire ", voire même jugée sévèrement. Dans la réalité, cette distinction se révèle plus difficile à établir.

## B. LA LIBRAIRIE D'OCCASION A LYON

Nous avons choisi de centrer notre étude sur le marché du livre d'occasion à Lyon, à l'exclusion des points de vente situés en banlieue. Il nous était en effet impossible de multiplier les points de vente étudiés. De plus, comme nous le verrons, l'implantation du livre d'occasion à Lyon est très centralisée, et l'élargissement de l'enquête à toute l'agglomération lyonnaise n'aurait sans doute pas modifié fondamentalement les résultats obtenus.

### 1. L'IMPLANTATION LYONNAISE

La situation de la librairie d'occasion à Lyon n'est certainement pas représentative de celles d'autres villes françaises. En effet, dans des villes de moindre importance, la librairie d'occasion est rare, sinon inexistante. Philippe Lablanche en dénombre deux à Chaumont (1). Dans la région Rhône-Alpes, la consultation de l'annuaire donne six librairies d'occasion à Grenoble, cinq à Saint-Etienne, trois à Chambéry. A Lyon, l'annuaire téléphonique permet d'en recenser trente-deux.

Pourtant, si la situation de Lyon n'est pas comparable avec celles d'autres villes, le choix de ce terrain d'enquête présentait certains avantages.

D'une part, le nombre important de librairies d'occasion à Lyon fournissait un éventail d'enquête large. Plus ou moins spécialisées, de tailles très diverses, les librairies d'occasion lyonnaises sont parfois assez différentes les unes des autres, et l'on pouvait donc espérer toucher un public varié. La plupart des librairies d'occasion sont, sinon spécialisées dans un seul domaine, du moins consacrées plus particulièrement à un genre d'ouvrages: la science-fiction, le régionalisme ou la littérature policière attirent peut-être un type précis de clientèle, et cette spécialisation était donc intéressante pour notre étude.

---

(1) LABLANCHE, Philippe. La distribution du livre dans une ville moyenne : Chaumont.

D'autre part, il existe à Lyon un "Marché aux Livres" .Situé sur les quais de Saône, au centre de Lyon, ce marché a été créé en juin 1987, sur l'initiative de la municipalité, qui voulait créer une animation sur les quais . Quinze bouquinistes louent donc leurs boîtes (en 1988, il leur en coûtait 250 francs par mois ) sur le Quai de la Pêcheurie . Parmi ces bouquinistes, certains possèdent une librairie, d'autres se consacrent exclusivement à la vente sur les quais. Ils proposent essentiellement des livres, mais aussi des cartes postales, des revues, quelques disques. Les bouquinistes, réunis en association, ouvrent leurs boîtes tous les samedis et dimanches, et proposent ponctuellement des animations plus importantes, où des bouquinistes exerçant ailleurs qu'à Lyon sont invités .

Ce marché aux livres constituait pour nous un lieu d'investigation particulièrement intéressant, puisqu'un public peut-être plus occasionnel pouvait y être touché.

L'implantation du livre d'occasion à Lyon reste très centralisée. La très grande majorité des libraires d'occasion se situent sur la Presqu'île, en plein coeur de Lyon , ou dans le Vieux Lyon. Cette centralisation semble s'être accrue au fil des années: certaines des personnes interrogées au cours de notre enquête évoquaient l'existence de plusieurs librairies d'occasion sur le plateau de la Croix-Rousse, qui ont aujourd'hui disparu. Cependant il existe toujours à la Croix-Rousse un marché aux livres hebdomadaire, moins important que celui du Quai de la Pêcheurie.

A cette exception près, la librairie d'occasion lyonnaise se cantonne au centre-ville. Il s'agit d'une implantation dans des quartiers traditionnellement commerçants et touristiques. Ainsi, le centre administratif et commercial qu'est la Part-Dieu ne compte pas de librairies d'occasion, sans doute parce qu'il s'agit d'un centre relativement récent. En revanche, le Vieux Lyon, les bords de Saône , constituent un centre plus traditionnellement commerçant. Ce sont aussi dans ces quartiers centraux que se situent les gros équipements culturels (Théâtre des Célestins, Opéra de Lyon, Musée Saint-Pierre ), et les attractions touristiques que constituent le Vieux Lyon , la cathédrale Saint Jean ou, plus au sud , l'abbaye d'Ainay.

Cette implantation centrale de la librairie d'occasion n'a rien de très surprenant. Déjà, en 1963, puis en 1976, les travaux de Robert Escarpit à Bordeaux ont signalé l'implantation centrale du réseau "lettré" de distribution du livre ; alors que les Maisons de la Presse, les grands magasins ou les boutiques qui associent le livre à d'autres produits sont essaimés dans l'agglomération, les librairies "pures" ont tendance à s'implanter dans le centre ville, à proximité d'autres institutions culturelles (1). L'implantation des librairies lyonnaises n'échappe pas à ce schéma, comme l'ont montré en 1978 Françoise Barbier, Jean Bernon et Geneviève Simmonet (2). Mais il faut noter que l'implantation des librairies d'occasion à Lyon est presque un stéréotype de cette tendance à la concentration.

Lorsqu'on applique la distinction entre libraire d'ancien et libraire d'occasion (selon le critère défini plus haut), à un plan de Lyon, on s'aperçoit que l'implantation du commerce de l'occasion se concentre sur trois pôles, relativement distincts les uns des autres.

Le premier pôle se situe sur la Presqu'île, à proximité du Quai de la Pêcheurie. Là sont situées plusieurs librairies qui offrent à la fois du livre de poche et d'autres ouvrages. Un bon nombre d'entre elles sont sur ce même Quai de la Pêcheurie, en face du Marché aux Livres, donnant ainsi l'impression d'une grande concentration du livre d'occasion. La proximité des librairies les unes par rapport aux autres crée un véritable parcours pour le client éventuel.

Il s'agit là d'un quartier relativement commerçant, mais constitué essentiellement de commerces de proximité, ce qui peut paraître curieux étant donné l'implantation centrale: alimentation, bureaux de tabac ou cafés constituent l'essentiel des commerces environnants.

Le deuxième pôle du commerce de l'occasion se situe au sud de la Presqu'île, près de la gare de Perrache. Les librairies d'occasion que l'on rencontre là répondent tous à notre définition de la librairie d'ancien. Plusieurs d'entre elles diffusent des catalogues régulièrement, ce qui n'est pas le cas des librairies du premier pôle.

Ces librairies sont situées dans un quartier réputé bourgeois, et dont l'artère centrale, la rue Victor Hugo, est consacrée presque

(1) ESCARPIT, Robert et LEBAS, Mireille. Nouvel atlas de la lecture à Bordeaux.

(2) BARBIER, Françoise; BERNON, Jean et SIMMONET, Geneviève. Atlas de la lecture à Lyon.

exclusivement à un commerce de luxe :habillement, traiteurs, parfumeries...Situés un peu à l'écart de cette rue commerçante, les libraires d'ancien de ce quartier sont associés aux antiquaires, qui sont concentrés eux aussi dans ce quartier . Le livre et l'objet anciens sont ici réunis dans un même lieu.

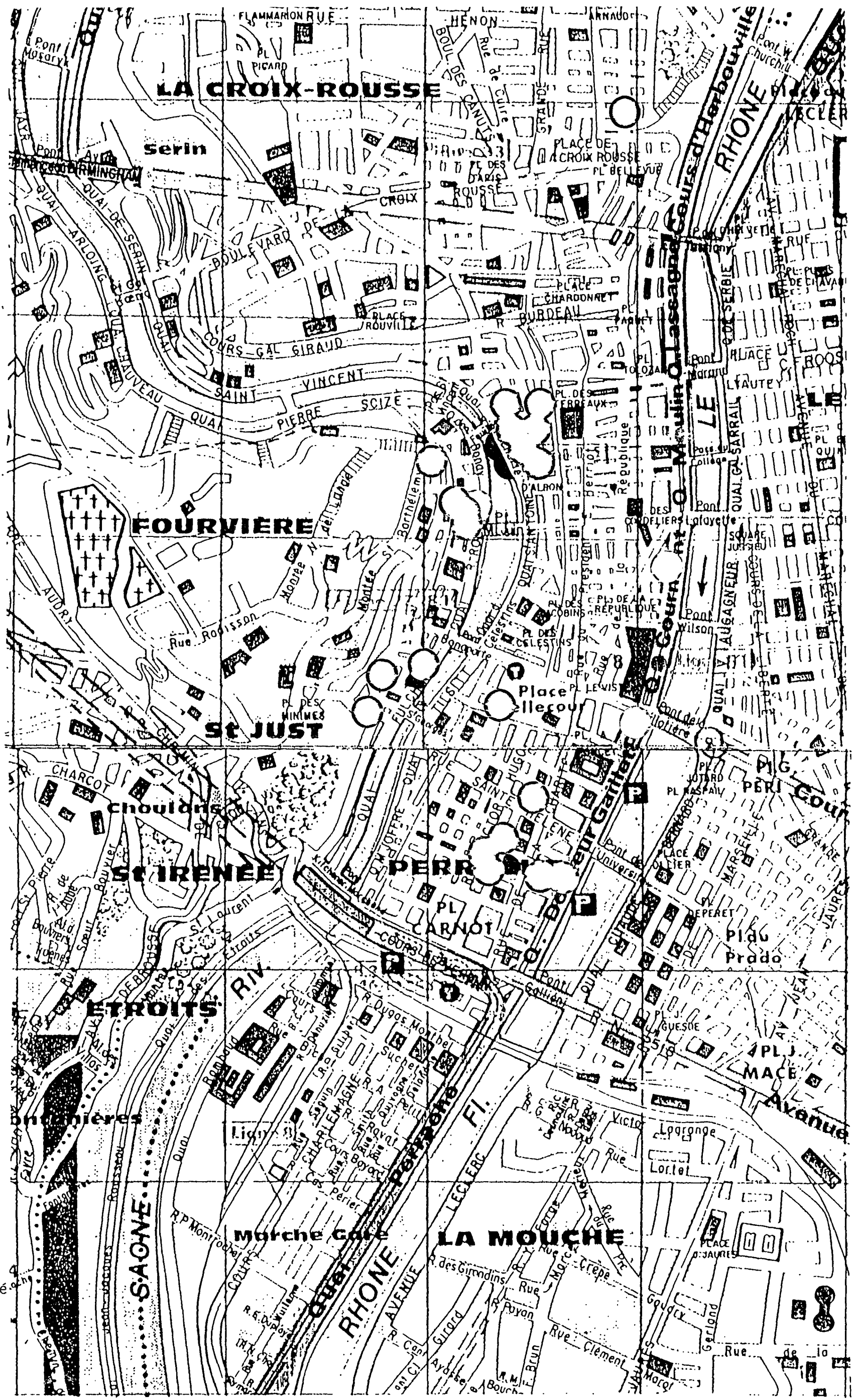
Le Vieux Lyon constitue le troisième pôle du marché de l'occasion à Lyon. Ce quartier a une position intermédiaire entre la concentration des librairies d'occasion de la Presqu'île et celle des librairies d'ancien de Perrache. Ici, libraires d'ancien et d'occasion sont représentés de façon équivalente , et la frontière entre les uns et les autres est moins flagrante que dans les deux autres pôles. Dans ce quartier touristique, les libraires d'ancien et d'occasion s'inscrivent dans un tissu commercial assez " marqué " :les restaurants, très nombreux, et les boutiques à vocation touristique (affiches, gadgets...) dominent.

Enfin, on peut signaler deux librairies, toutes deux situées Quai Gailleton, qui constituent un cas un peu particulier: il s'agit de deux commerces qui combinent le livre d'occasion et le livre neuf. Ces deux librairies, situées en face de l'université, sont essentiellement tournées vers le livre scolaire neuf, même si une partie de leur stock est constituée par de l'occasion . Il nous a semblé difficile de les inclure à l'ensemble des librairies d'occasion, étant donné la proportion de livres neufs qu'elles proposent. De plus, l'une de ces librairies vend aussi des fournitures de bureau; le livre d'occasion n'apparaît donc pas comme la vocation principale de l'établissement .

## 2. UNE " TENDANCE GROUPEE " DU COMMERCE DE L'OCCASION ?

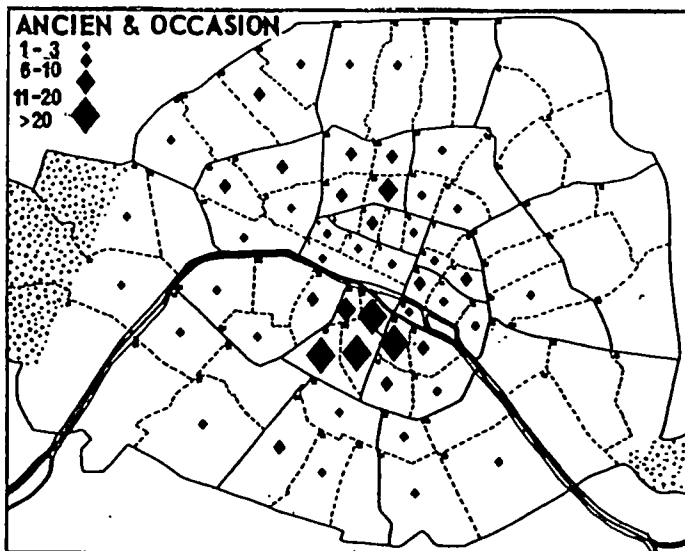
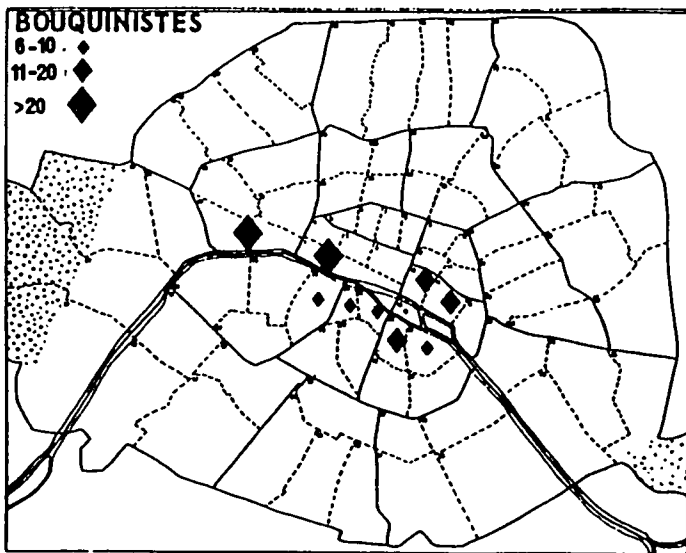
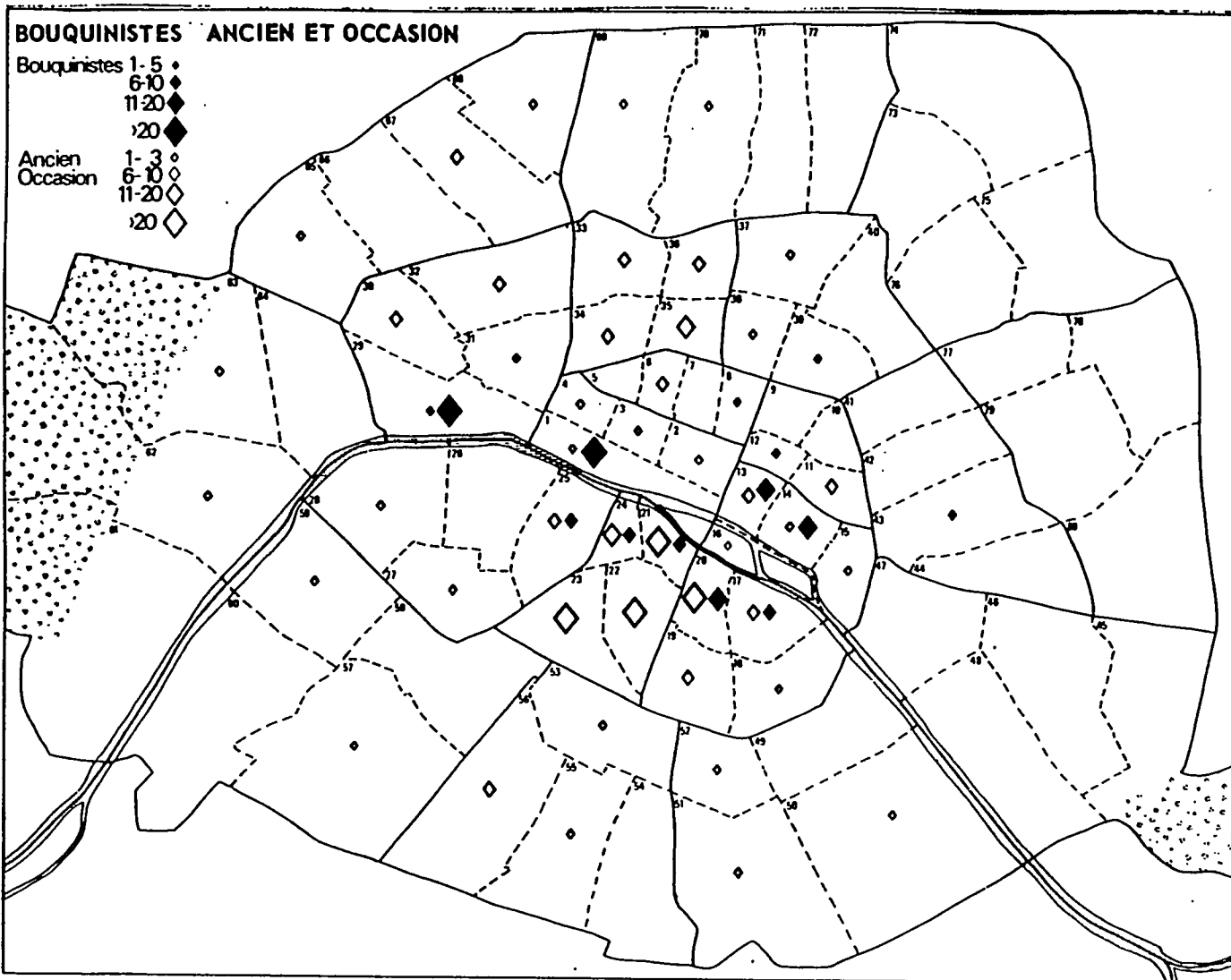
Ces quelques éléments sur l'implantation de la librairie d'occasion à Lyon permettent de mettre en évidence, d'une part la concentration de ces librairies dans le centre-ville, d'autre part l'existence de pôles, très différenciés, tant par les produits qu'ils vendent que par leur environnement.

Cette concentration de la librairie d'occasion lyonnaise doit être rapprochée de la situation parisienne.



- Occasion
- M= Marché
- Ancien
- Neuf et occasion





En effet, dans L'offre du livre à Paris, les auteurs ont distingué "les bouquinistes, présentant leur fonds en étal fixe " et "les libraires d'ancien et d'occasion, exerçant leur commerce en magasin ". L'étude de leur implantation révèle " que ces deux types de diffuseurs de livres ont tendance à se compléter dans les quartiers de leur forte concentration, qui sont les quartiers centraux de Paris " (1). La " tendance groupée " que soulignent plus loin les auteurs peut être appliquée à la situation lyonnaise. Dans le cas de Lyon, cette concentration a été en partie voulue, lors de l'implantation du Marché aux Livres . Lors de sa création, la presse locale n'a pas manqué de souligner les rapprochements possibles avec la situation parisienne, en espérant que le marché du Quai de la Pêcherie " devienne aussi célèbre que celui du Quai des Grands Augustins à Paris " (2). Aussi faut-il voir dans la concentration lyonnaise à la fois une tendance " naturelle " et la volonté municipale de créer un marché de l'occasion " calqué sur celui situé aux abords du Quartier Latin à Paris" . (3)

A l'heure actuelle, l'absence d'études sur l'implantation de la librairie d'occasion dans d'autres grandes villes françaises ne permet pas de savoir si cette tendance à une implantation centrale et très concentrée se vérifie ailleurs . Tout au plus peut-on constater que la situation lyonnaise et parisienne présentent des similitudes.

Les conséquences de cette implantation sur le public qui fréquente les librairies d'occasion sont difficilement appréciables. On peut penser que cette implantation écarte de fait une partie de la clientèle, qui pourrait être amenée à fréquenter une librairie d'occasion proche de son domicile, mais dont la motivation n'est pas assez forte pour l'amener à se déplacer. Il faut pourtant noter que le pôle autour du Quai de la Pêcherie semble a-priori susceptible de bénéficier d'une clientèle de passage qui échappe au pôle situé près de Perrache. En effet, la présence d'un marché artisanal sur le quai qui fait face à celui de la Pêcherie, la proximité du Vieux Lyon font du premier pôle un lieu de promenade privilégié. En revanche, l'implantation des libraires d'ancien, situés un peu à l'écart des rues les plus commerçantes, supposerait une clientèle plus motivée par la recherche

(1) BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE D'INFORMATION.SERVICE DES ETUDES ET DE LA RECHERCHE.L'offre du livre à Paris

(2) P.M. Le marché aux bouquinistes .Lyon-Matin ,14 juin 1987.

(3) P.M. En attendant la distribution de nouvelles cartes,Lyôn-Matin 21 décembre 1987.

d'un livre ou d'un objet ancien que par la promenade. Aussi l'implantation des librairies semble-t-elle correspondre à des démarches différentes du public: la librairie d'occasion se situe sur un parcours où les clients motivés, mais aussi les promeneurs, sont susceptibles d'être attirés; les libraires d'ancien de Perrache semblent moins attachés à solliciter une clientèle de passage ,venue là par hasard . L'enquête auprès des clients du Marché aux Livres semble confirmer cette relation entre l'implantation géographique du commerce et la démarche du client éventuel.

Cette présentation de la librairie d'occasion reste bien sûr un peu sommaire. Le temps et les moyens nous manquaient pour affiner l'étude de l'implantation des librairies, en nous attachant par exemple à l'importance de leur stock, ou à la superficie de leur magasin . Cependant, cette première approche permet de mettre en évidence certains traits de la librairie d'occasion lyonnaise, et en particulier l'opposition assez marquée entre les libraires " de Perrache " d'une part, et ceux du Vieux Lyon et du Quai de la Pêcherie d'autre part. Notre intention étant de saisir les composantes de la librairie d'occasion, c'est naturellement plutôt vers ces derniers que nous nous sommes tournés .

### C. LE PUBLIC DES LIBRAIRIES D'OCCASION : ETUDE DES REPRESENTATIONS .

Nous avons signalé plus haut l'imprécision des données quantitatives concernant la place qu'occupe la librairie d'occasion dans la distribution du livre en France. Il faudrait ajouter que l'ensemble des documents concernant la librairie d'occasion ne nous livre que des données très fragmentaires sur ce qui constitue l'activité même du libraire: la formation du stock initial, son renouvellement, par exemple, sont mal connus. Certains libraires d'occasion ont publié leurs mémoires, et abordent ces problèmes de fonctionnement. Mais nulle part on ne trouve de données chiffrées qui fourniraient une image précise de la gestion d'une librairie d'occasion. Les critères qui déterminent le prix d'un ouvrage sur le marché de l'occasion restent ,par exemple, très flous. Si l'on connaît globalement les mécanismes de fonctionnement d'une librairie d'occasion, nous ne possédons pas d'éléments qui nous permettent de savoir quelle part moyenne du stock est constituée par des achats auprès du public, ou encore quelle est la marge bénéficiaire moyenne d'un libraire. Il va de soi que recueillir de telles données se révélerait difficile, si l'on considère le caractère aléatoire de la constitution du stock.

Si l'on quitte la gestion pour s'intéresser au client, force est de constater que celui-ci reste un inconnu, comme le souligne un bouquiniste lui-même (1) . Les données chiffrées sont, nous l'avons dit, inexistantes . Aussi les souvenirs de bouquinistes sont-ils l'une des rares sources écrites dont nous disposons.

Il faut dès lors souligner qu'il s'agit là de travaux littéraires, subjectifs, qui renseignent plus sur les représentations que se font les libraires de leur clientèle que sur les pratiques réelles de ce public. Ce sont en tant que représentations que ces discours intéressent notre étude, et il pourra être utile de voir dans quelle mesure les discours des libraires s'appuient sur des pratiques réelles.

Nous avons retenu deux types de textes très différents, qui donnent du client de la librairie d'occasion des représentations un peu éloignées l'une de l'autre. Il s'agit, d'une part d'articles de

(1) Marcel Thourel (op. cit.) intitule un chapitre : "le client, cet inconnu "

dictionnaires, et d'autre part de mémoires de bouquinistes. Si les premiers paraissent assez datés, on verra que les représentations qu'ils révèlent sont encore aujourd'hui assez répandues. Quant aux seconds, ils présentent, malgré leurs différences, une image de la clientèle assez univoque. Les conversations que nous avons eues avec des libraires ou des clients nous ont permis de vérifier la permanence de certaines de ces représentations.

### 1. LES DICTIONNAIRES

Aussi vieilli qu'il puisse être, le Grand dictionnaire universel du XIXème siècle de Pierre Larousse fournit des bouquinistes et de ceux qui les fréquentent une image intéressante. Si l'article *bouquinier* reste très neutre ( "amateur de vieux livres ; celui qui aime à bouquiner " , les articles *bouquins* et *bouquinistes* donnent du libraire d'occasion et de ceux qui le fréquentent une image peu flatteuse . Après avoir évoqué l'étymologie du terme , Pierre Larousse poursuit :

*"...mais bientôt ce mot a vu, comme tant d'autres, son sens primitif altéré, on l'a donné aux livres de rebut, qui, sales et déchirés, remplissent sur les quais la boîte des étalagistes; tandis que le vrai bouquin, adopté par une classe de collectionneurs riches et éclairés, est monté en grade et prend place aujourd'hui parmi les livres rares et précieux. Les livres qui subissent le pilori de l'étalage sont de deux natures, les jeunes et les vieux; les uns viennent là chassés de toutes les bibliothèques, classiques usés, poésies érotiques, histoires philosophiques et almanachs des Muses; les autres, versés en masse dans ces boîtes carrées par la faillite ou le rabais, malheureux naufragés qui cherchent un port et ne trouvent qu'une mort plus ignominieuse. Quelquefois pourtant, ils ont un meilleur sort et trouvent des collectionneurs enragés dont ils font le bonheur.*

*Tel bijou qui n'était chez Boulard qu'un bouquin  
Aujourd'hui par mes soins vêtu de maroquin  
Triomphe au premier rang de ma modeste église  
Pauci sed electi, telle est notre devise  
Mais ces amis de choix, pendant plus de vingt ans,  
Ont flotté sur les quais, battus des quatre vents*

" Ce ne sont pas seulement les vieux livres qu'on désigne sous le nom de bouquins ; on flétrit de la même épithète tous les ouvrages qu'on ne lit pas, ouvrages en prose et en vers, surtout en vers, qui après avoir été imprimés au frais de leurs auteurs, n'ont peut-être pas trouvé un seul acheteur chez le libraire qui avait consenti à prêter son nom comme éditeur. Les bouquins ne sont pas tous dans les boîtes des étalagistes et sur les rayons des librairies, nombre de bibliothèques publiques et particulières en possèdent une grande quantité; mais c'est souvent avec les bouquins que l'on commence à former un noyau de collection, et d'ailleurs il en faut pour tous les goûts, et tel bouquin qui fera baïller un homme dont le goût littéraire est épuré sera considéré comme un chef-d'oeuvre par un maniaque. Ajoutons aussi qu'il y a quelquefois de vieux bouquins qui sont réellement plus utiles, qui renferment plus de renseignements précieux que tel livre richement habillé de maroquin et doré sur tranche. Mais ce n'est là qu'une exception, et bien que certains collectionneurs aient pu trouver quelquefois une rareté bibliographique dans le fouillis des librairies de de rebut, il est certain qu'en général on n'y voit que des bouquins sans valeur, et le bouquiniste sait lui-même à quoi s'en tenir sur le mérite de ses bouquins, dont le prix varie de 0.f 10 à 2 f, rarement au-delà. Les Alde ou les Elzevirs ne pullulent pas dans ses boîtes; mais en revanche les essais poétiques, les oeuvres dépareillées des classiques, les vieux annuaires du bureau des longitudes, les romans passés de mode, y sont entassés pêle-mêle, et tout cela se vend à la longue, parce que le bon marché finit quelquefois par tenter quelques uns de ces oisifs qui se promènent sans but et qui bouquinent pour passer le temps ."

L'article bouquiniste n'est pas plus élogieux :

"... On distingue deux sortes de bouquinistes: ceux qui ont une boutique à laquelle ils donnent souvent le nom de librairie ancienne et moderne et ceux qui exposent

"leurs bouquins dans des boîtes, sur les parapets de nos quais, ou, en général, sur la voie publique. Quelques bouquinistes de la première espèce ont eu une véritable célébrité : ( suit l'exemple de Verbeyst, qui accumule des livres rares ) ... Verbeyst, qui savait le prix de sa collection n'était pas pressé de s'en défaire, et n'était marchand qu'à ses heures; souvent il refusa de se déranger pour un pair d'Angleterre. (...)

"En général, les bouquinistes ne sont ni riches ni lettrés; cependant il arrive que sous le paletot usé, fripé du pauvre industriel se cache parfois un savant bibliophile (...)  
(Suit une anecdote dans laquelle un bouquiniste se révèle être un éminent latiniste, Achaintre ).

" Achaintre, au reste, était une exception; la plupart des bouquinistes, qui ont pour rayons les parapets de nos quais sont Normands comme les marchands de salades ; ils connaissent mieux le prix des pommes que celui des livres; ils ne jugent guère la valeur de leur marchandise que d'après ceux qui la marchandent. Un bouquiniste un peu retors surprend dans vos yeux le désir que vous avez de posséder un livre, et il le taxe à proportion de l'intensité de ce désir, intensité qu'il a su lire dans un geste, même dans une indifférence affectée. Le seul Manuel du libraire qu'il étudie, c'est la physionomie des acheteurs ; l'un sourit, l'autre soupire; celui-ci fronce les sourcils, celui-là pince les lèvres; un cinquième plus exercé touchera vingt volumes avant de mettre la main sur celui qu'il convoite : tous enfin se trahissent d'une façon particulière qui n'échappe pas à l'étalagiste, aussi fin, aussi astucieux qu'un diplomate.

" La clientèle ordinaire des bouquinistes se compose de tous les oisifs qui se promènent et qui s'arrêtent devant leur étalage pour passer le temps. Mais ils ont aussi des clients habituels : ce sont les bouquineurs, dont nous avons déjà parlé sous le nom de bibliomanes. Le bouquineur est un homme qui passe sa vie à parcourir chaque jour les quatre coins de Paris pour voir si, dans les boîtes des bouquinistes , il ne rencontrera pas quelque trésor bibliographique égaré là par mégarde. (... ) "

De ce portrait caricatural de la librairie d'occasion ressortent deux aspects qui nous semblent particulièrement intéressants.

D'abord, Pierre Larousse ne cesse d'affirmer le caractère essentiellement marchand de ce commerce: les livres proposés n'ont, à quelques exceptions près, aucune valeur culturelle: (" tous les ouvrages qu'on ne lit pas...") ,ni même esthétique, puisqu'ils sont "sales et déchirés ". Seul semble donc compter l'aspect marchand, et Pierre Larousse le souligne à plusieurs reprises: lorsqu'il mentionne le prix des ouvrages, malgré tout vendus "parce que le bon marché finit quelquefois par tenter... " ,ou encore lorsqu'il compare les bouquinistes à " des marchands de salade ", qui "connaissent mieux le prix des pommes que celui des livres ".

L'accusation portée contre ces bouquinistes, qui vendent des livres sans valeur comme des produits ordinaires, sans tenir compte du fait que le livre est un objet culturel, est renforcée par la comparaison avec d'autres libraires d'occasion : "ceux qui tiennent une boutique à laquelle ils donnent souvent le nom de librairie ancienne et moderne ",dont "certains ont eu une véritable célébrité ". Ceux-là ont des livres rares, et connaissent la valeur de leur collection au point de refuser de s'en défaire.

Il y aurait alors une bonne librairie d'occasion, tenue par des libraires soucieux de l'aspect culturel et esthétique du livre, et une mauvaise librairie d'occasion, qui ne chercherait qu'à écouler une marchandise sans valeur.

Cette opposition, si elle est moins couramment répandue aujourd'hui, trouve des échos tant chez les libraires que chez les clients. Un libraire lyonnais s'est défendu d'être libraire d'occasion et tenait à son statut de libraire d'ancien, en soulignant que les bouquinistes ne proposaient pas les mêmes ouvrages que lui. Un autre, en prenant connaissance de mon enquête, a insisté sur le fait qu'ancien et occasion n'étaient pas comparables. Enfin, lors de la diffusion de mon questionnaire sur le Quai de la Pêcherie, plusieurs personnes ont marqué cette opposition , dans des termes parfois proches de ceux de Pierre Larousse . Les commentaires qui suivent émanent tous de



clients de la librairie d'occasion:

*" J'achète des livres d'occasion, mais pas sur les quais."*

*" Il y a plus de choix en boutiques."*

*" Ce marché, c'est un rebut pour touristes, des fonds de tiroir."*

*" Les bouquinistes ne peuvent pas présenter de livres assez étoffés. Il n'y a pas assez de recherche. Certains libraires sont très bien, à Saint-Jean ou à Ainay. Mais en général les libraires manquent d'instruction, de culture. "*

*" C'est dommage de vendre des livres comme des salades. Les libraires sont incultes ."*

*" Ici, c'est trop cher pour ce qu'ils ont. Si on demande quelque chose de précis, les prix grimpent."*

Cette dernière citation n'est pas sans rappeler Pierre Larousse, pour qui le bouquiniste "surprend dans vos yeux le désir que vous avez de posséder un livre, et (...) le taxe à proportion de l'intensité de ce désir."

Enfin, un client rappelle que:

*" Ce n'est pas le même public sur les quais et dans les boutiques. Ici, les ouvrages sont moins chers, mais pas rares: il n'y a pas de livres du XVIIe ou du XVIIIe siècle. Les vendeurs ne sont pas les plus cultivés."*

Ainsi, si le discours de Pierre Larousse paraissait être aujourd'hui dépassé, il trouve cependant des échos dans les représentations actuelles. L'accusation portée par Pierre Larousse contre les bouquinistes a perdu de sa violence, mais elle reste présente. La distinction entre la librairie d'ancien et celle d'occasion demeure, pour certains, une distinction de valeur, entre un commerce où le livre est précieux, respecté, et un autre où il n'est qu'un objet marchand.

Si nous avons insisté sur les représentations de la librairie d'occasion que révèlent le Dictionnaire universel du XIXe siècle ,

c'est que les représentations du public sont sous-tendues par cette distinction entre la bonne et la mauvaise librairie d'occasion. L'une des personnes interrogées soulignait que le public différait dans l'un et l'autre lieu. Aussi, comme il y a une bonne et une mauvaise librairie d'occasion, il semble qu'il y ait un bon et un mauvais client.

Le bon client, c'est le bibliophile, opposé le plus souvent, au XIXe siècle, au bibliomane. Pierre Larousse, dans son article *bibliophile* souligne que " le bibliophile aime les livres, comme le bibliomane, mais il les aime d'un amour plus éclairé, qui n'exclut pas l'amour de la science." Le ton de l'article est légèrement condescendant pour les bibliophiles. Mais ceux-là ne se confondent pas avec les clients ordinaires des bouquinistes : "collectionneurs enragés ", "maniaque(s)", les clients de la librairie d'occasion sont ou bien des oisifs qui cherchent à passer le temps, ou bien des bibliomanes. Les premiers sont peu motivés par le livre lui-même, les seconds lui consacrent leur vie. A la différence du bibliophile, souligne Pierre Larousse dans son article *bibliomanie* , le bibliomane s'attache aux livres "*non pour pouvoir les lire ou pouvoir les procurer à ceux qui veulent les lire, mais pour la vaine gloriole de les posséder. La plupart des bibliomanes recherchent surtout les livres rares; mais il y a parmi eux beaucoup de variétés: il y a ceux qui ne veulent que des volumes d'un certain genre, ou non coupés, ou imprimés en italiques, ou en gothiques, et qui font des collections de telle ou telle catégorie, s'attachant plus au titre des ouvrages qu'à leur contenu; et il y a ceux à qui tous les livres vont, par cela seul que ce sont des livres .*"

L'opposition entre le bon et le mauvais client de la librairie d'occasion est donc clairement établie. Mais Pierre Larousse souligne que la frontière entre l'un et l'autre est facile à franchir:

*" Du sublime au ridicule, il n'y a qu'un pas; du bibliophile au bibliomane, il n'y a qu'une crise. Le bibliophile devient souvent bibliomane, quand son esprit décroît ou quand sa fortune s'augmente, deux graves inconvénients auxquels les plus honnêtes gens sont exposés, mais dont le premier est bien plus commun que l'autre."*

L'ensemble de la clientèle de la librairie d'occasion est donc soupçonnée : au mieux bibliophiles, les clients de la librairie

d'occasion sont en majorité des oisifs et des collectionneurs enrégés.

La Grande Encyclopédie (1) va plus loin encore dans ce sens .

L'entrée au mot *bouquiniste* renvoie directement à l'article *bibliomanie*.

Sans reprendre la totalité de cet article , on peut noter que la bibliomanie "est une passion exclusive, qui tient beaucoup de celle du collectionneur." L'auteur note que " le bibliomane, animé par le désir qu'il veut satisfaire, ne recule devant aucun frais matériels ni devant aucune fatigue physique."

Le bibliomane "ne dédaigne pas de marchander à l'occasion, ce qui devient pour lui un nouvel attrait." Il "dévore" les catalogues des libraires, et il hante les quais de la Seine:

*" ...Ce n'est pas seulement aux bouquinistes qui ont boutique que le bibliomane s'adresse. Il aime aussi à faire ses recherches et à préparer ses acquisitions parmi les livres eux-mêmes, autrement dit à bouquiner .Aussi les bouquinistes-étalagistes trouvent-ils une clientèle au moins aussi nombreuse, sinon plus, que leurs autres confrères. Leur domaine, à Paris, comprend les quais, qui sont par excellence, les quais Saint-Michel, des Grands Augustins, de Conti, Malaquais et Voltaire. Le premier et le dernier ne se sont couverts de livres, d'une façon étendue, que depuis une dizaine d'années environ, mais les autres ont un droit de cité qui remonte fort loin dans l'histoire ."*

Si le ton de l'article semble plus neutre que celui de Pierre Larousse, l'auteur insiste sur le caractère dangereux de cette manie:

*" On vient de donner un aperçu des effets les plus bénins de la bibliomanie. Il nous reste à parler de ce que Bolliand-Mermet appelle "son délire et ses dangers". "*

Le public de la librairie d'occasion, tel que le conçoivent ces deux dictionnaires, est donc essentiellement composé de collectionneurs, que la passion des livres rapproche de maniaques.

Le public que nous avons interrogé ne semble pas adhérer à cette

(1) La Grande encyclopédie, inventaire raisonné des sciences, des lettres et des arts .

représentation de lui-même. Trois personnes interrogées sur leurs motivations parlent de "passion", une quatrième de "vice". Une personne se définit comme "un maniaque des bouquins", une autre tient à souligner qu' "il n'est pas un fanatique", et que seules des raisons financières le poussent à fréquenter le marché. Mais ces discours restent très minoritaires.

L'un des libraires que nous avons rencontrés a en revanche beaucoup insisté sur le caractère "maniaque" du client. Il affirmait que la moitié des clients comme des bouquinistes "étaient des malades", et que si le bouquiniste pouvait gagner sa vie, c'est qu'il satisfaisait aux "obsessions" de sa clientèle. Les exemples de collectionneurs qu'il donnait sont à rapprocher de la description que fait Pierre Larousse des bibliomanes.

Les représentations, a-priori désuètes, de ces deux dictionnaires gardent donc une certaine actualité. L'image très négative du client de la librairie d'occasion semble être moins répandue aujourd'hui. Mais on continue à se représenter le public comme une clientèle de collectionneurs, même si le terme n'est plus péjoratif. Le stéréotype du client de la librairie d'occasion reste encore, pour beaucoup, à l'image d'un Sylvestre Bonnard.(1).

## 2. LES SOUVENIRS DE LIBRAIRES

Les mémoires de libraires d'occasion que nous avons pu consulter sont assez différents les uns des autres: le plus ancien date de 1920, le plus récent de 1984. Certains se définissent comme des bouquinistes, d'autres comme des libraires d'ancien. Mais malgré leurs différences, ces ouvrages présentent certaines similitudes.

La majorité de ces textes présentent un grand nombre d'anecdotes qui concernent les clients, les collègues ou les fournisseurs des libraires. Beaucoup consacrent une bonne partie de leur ouvrage aux personnalités célèbres ou remarquables qu'il ont cotoyées. En revanche, ces libraires sont assez peu bavards sur ceux qui constituent la majorité

---

(1) FRANCE, Anatole. Le crime de Sylvestre Bonnard.

de leur clientèle: c'est l'anecdote, la personnalité hors du commun qui sont retenues, plutôt que ce qui constitue l'ordinaire de leur profession.

Plus que l'origine sociale de leur clientèle, ce sont les comportements qui retiennent l'attention des libraires. Marcel Thourel (1) tente une typologie des clients, dans laquelle il distingue ceux qui glânent, les bibliomanes, ceux qui cherchent quelques livres précis, etc.

Perlette Chartier, dans un chapitre intitulé " Ceux qui achètent ", définit elle aussi ses clients par des comportements : " ceux qui aiment la lecture, et qui, sans voler, entendent néanmoins ne jamais payer" , "les chercheurs" , "les rêveurs" (2).

Parmi ces comportements, l'accent est mis, là encore, sur celui des collectionneurs. Louis Lanoizelée souligne par exemple:

*"J'étais devant mon étalage de neuf heures du matin à dix-neuf et même vingt heures. Et cela tous les jours de la semaine. J'ai même vu des amateurs qui, en automne, la nuit presque venue, regardaient dans les boîtes au moyen de lampes électriques de poche." ( 3)*

Cette clientèle de collectionneurs serait, selon certains, assez hétérogène:

*" J'avais comme clients des savants, des professeurs, toute la gamme des professions libérales et même des ecclésiastiques. J'ai eu aussi des employés et des ouvriers qui aimaient la pensée écrite et les livres ." (3)*

De même, dans un article du Messageur, un bouquiniste d'Annecy souligne:

*" Le professionnel ne s'étonne pas de recevoir des garçons de 16 ans disposés à vendre leur première mobylette pour payer les trois exemplaires ne figurant pas dans leur collection de l' " Illustration " de 1914-1918 ou de petits retraités prêts à se priver de tabac pour compléter la série du "Messageur Boiteux." "*

(1) op. cit.

(2) CHARTIER, Perlette. Jadis libraire rue du Bât d'argent.

(3) LANOIZELEE, Louis. Souvenirs d'un bouquiniste des quais de Paris.

*" Ils ont tous âges et vivent dans tous les milieux ceux qui poussent la porte du bouquiniste avec le secret espoir que cette escale auprès des rayons ou des boîtes leur donnera, peut-être, l'occasion d'emporter la pièce rare qu'il fera bon déguster le soir venu sous la lampe et, si possible, dans la solitude.*

*Malgré tout ce qui les sépare, ils se lient volontiers car bien plus solide est ce qui les rassemble ."* (1)

La clientèle des collectionneurs, vue par quelques libraires, serait donc une clientèle socialement hétérogène, que rassemble l'amour du livre. Ce qui distingue les groupes de clients entre eux serait une affaire de comportements, plus que de classes sociales ou de cultures différentes.

L'image d'une communauté unie par la même passion du livre, passion qui gommerait toute distinction sociale, doit pourtant être nuancée. Marcel Thourel note que, à côté des désœuvrés et des collectionneurs (termes qui rappellent étrangement ceux de Pierre Larousse) , il existe une clientèle plus populaire:

*" J'ai vu le désœuvré qui feuillette sans but, j'ai vu, surtout à mes débuts, une clientèle populaire ne recherchant pas dans le livre une source d'enseignement ou d'accès à la culture, mais une part de rêve que je lui louais pour quelques sous. Pour les ménagères qui, faisant leur marché, prenaient un ou deux livres par semaine, c'était un moment d'évasion que je procurais et l'oubli de soucis quotidiens qui, à l'époque, ne manquaient pas.*

*Les amateurs d'aventure s'incarnaient dans les héros de romans policiers, fort prisés à l'époque, et chacun de se retrouver dans les personnages d'Agatha Christie, de Peter Cheney et de San Antonio dont ce fut la grande vogue.*

*Le contenu de mes étalages s'améliorant par des achats renouvelés, j'ai connu aussi les "fouineurs" , tels ceux qui fréquentent les "puces" des grandes villes. Ceux-là, toujours à l'affût du livre*

(1) SOUDAN, Pierre. Le bibliophile peut faire une découverte chaque jour. Le Messager, 5 septembre 1980.

*"dont la valeur littéraire et marchande aura échappé à la sagacité ou à la connaissance du vendeur. Ce client-là, pour peu qu'il soit enclin aux confidences, fera à son insu la meilleure des publicités au marchand s'il a fait un "chopin"; la vantardise aidant, il claironnera qu'il s'agit de la meilleure affaire de sa vie et de se gausser du marchand "qui n'y connaît rien" " (1)*

Cet extrait est intéressant à plusieurs titres: d'abord parce qu'il établit une distinction entre une clientèle populaire, lectrice de romans, et une autre, socialement plus mal définie, qui regroupe les collectionneurs. Distinction aussi entre ceux qui achètent "par besoin d'évasion" ,et ceux qui font de cet achat un investissement gratifiant, parce qu'il leur permet de montrer leur connaissance des livres et de faire " une bonne affaire".

Cette distinction entre deux clientèles est nettement hiérarchisée: les "fouineurs" n'apparaissent que lorsque " le contenu des étalages s'amélior(e)." On trouve la même remarque dans l'ouvrage de Perlette Chartier qui, nouvellement installée, établit une distinction entre les lecteurs de romans policiers et des clients plus sérieux:

*" Le travail courant consistait à vendre, acheter, échanger des romans policiers.Mais les nombreuses allées et venues de cette clientèle ne laissaient qu'une maigre recette. Certes, quelques Messieurs se dirigeaient vers les meilleurs livres, surtout après l'arrivée d'une dizaine de caisses provenant de notre affaire à Nice, mais l'ensemble n'était pas considérable ." (2)*

Il y aurait donc, d'une part une clientèle lectrice de romans, plutôt populaire, et de l'autre le groupe de ceux qui achètent des "bons " livres, qui connaissent leur valeur et les collectionnent. En forçant un peu le trait, on pourrait parler d'une distinction entre un groupe de " profanes " et un autre d'"initiés" ,celui-là réunissant collectionneurs et bouquinistes.

L'autre élément qui nous semble intéressant pour notre étude dans le texte de Marcel Thourél, c'est la présence d'une clientèle féminine, assez peu évoquée par les bouquinistes. Il y aurait, selon certains d'entre eux, une prédominance des hommes. "La majorité de nos clients sont des hommes" ,note Perlette Chartier (2).

---

(1) op. cit.

(2) op. cit.

Curieusement, les deux passages qui citent une clientèle essentiellement féminine concernent la location de livres. Si Marcel Thourel parle de ménagères, Perlette Chartier évoque les bourgeoises qui fréquentent son cabinet de lecture :

*" Quelle clientèle avais-je donc? J'allais m'en rendre compte. Elle fut féminine essentiellement, et presque toute de milieu bourgeois. Les hommes achètent, les femmes louent, du moins en était-il ainsi en ce temps-là.*

*Dès le début, on me demanda des nouveautés. Obéissant aux suggestions qui m'étaient faites, j'achetai en majorité ce que j'appellerai des "romans de train" . Ainsi commença la course aux derniers parus, course effrénée qui fit tomber tout un pan de mes illusions." (1)*

On notera là encore, que la distinction entre bonnes et moins bonnes lectures est affirmée, ces dernières causant des désillusions à cette pauvre libraire !

Les discours des libraires tendent donc à distinguer les clients par des comportements, plutôt que par leur appartenance sociale. S'il existe une forte corrélation entre un groupe social et un comportement, celui-ci est noté, comme cette corrélation entre location et public féminin. Mais l'accent reste mis essentiellement sur les comportements des clients, ou encore sur la validité de leurs lectures ou de leur collection. Très rares sont les textes qui précisent la profession qu'exerce tel ou tel client. C'est Perlette Chartier qui est la plus prolixe, en citant "le régisseur, le percepteur, le comptable ", ou encore des médecins et des prêtres. Mais ce type de renseignements est très peu courant.

L'image que donnent ces récits de bouquinistes de leur public est donc relativement hiérarchisée selon les comportements des lecteurs. L'appartenance à un groupe social ne mérite pas d'être notée, sauf si elle révèle une forte corrélation entre ce groupe et une pratique, ou encore si elle permet de souligner la communauté hétérogène des

---

(1) op. cit.



collectionneurs. Mais, entre les lecteurs de romans policiers et les autres, entre ceux qui lisent des livres et ceux qui se contentent de les acheter, s'établit une hiérarchie des comportements.

Si nous avons insisté sur les représentations de la clientèle que révèlent les dictionnaires et les souvenirs de bouquinistes, c'est d'une part, parce que ce sont les seules sources écrites actuellement, et d'autre part, parce que ces représentations peuvent avoir un intérêt pour notre étude: l'enquête effectuée sur le Marché aux Livres devrait permettre de comparer ces représentations avec les pratiques observées à Lyon .

## II LE PROJET DE RECHERCHE: OBJET ET METHODOLOGIE .

Si les textes que nous avons évoqués mettent l'accent sur une clientèle de collectionneurs et de bibliophiles, on peut pourtant se demander si ce public constitue effectivement la majeure partie de la clientèle de la librairie d'occasion. On peut légitimement prétendre qu'il existe un public plus occasionnel, pour lequel la décision d'acheter dans une librairie d'occasion procède d'une logique différente de celle du bibliophile. C'est la composition de cette clientèle, ses pratiques d'achat et de lecture, que nous nous sommes proposé d'étudier. Celles-ci nous semblent d'autant plus intéressantes que la librairie d'occasion présente certaines caractéristiques (prix bas, existence d'un lieu de vente en plein air, possibilité pour le client de vendre des ouvrages), qui sont susceptibles d'attirer des groupes d'individus ne fréquentant pas ou peu les autres points de vente du livre.

Nous nous proposons dans cette deuxième partie de voir dans quelle mesure une enquête sociologique auprès de ce public peut intéresser plus largement une sociologie de la lecture. Nous présenterons ensuite notre méthodologie et les difficultés que nous avons rencontrées.

#### A. DEFINITION DE L'OBJET DE RECHERCHE

En étudiant le public de la librairie d'occasion, il ne pouvait être question pour nous de concevoir celui-ci comme un groupe fermé, sans rapport avec l'ensemble du lectorat français. Dans la mesure où ce public peut fréquenter d'autres lieux de vente, il aurait été réducteur de nous limiter à l'étude des pratiques du public dans la librairie d'occasion uniquement. Si nous voulons apporter des éléments de réflexion à une sociologie de la lecture, il était nécessaire de voir si les pratiques d'achat et de lecture de ce public présentaient des particularités par rapport à celles des consommateurs (acheteurs et lecteurs) du livre en général.

En débutant cette étude, trois questions nous semblaient essentielles pour l'étude du public des librairies d'occasion.

## 1. LA COMPOSITION SOCIALE DU PUBLIC

Les discours des libraires, nous l'avons dit, renseignent mal sur les origines sociales de leur clientèle. Pourtant l'achat de livres comme la lecture restent en France des pratiques " marquées " socialement: on sait que l'âge, l'origine sociale, le niveau d'études ou le lieu de résidence des individus déterminent fortement leurs pratiques de lecture. Il nous paraissait donc important de savoir quelles catégories socio-professionnelles étaient représentées parmi le public des librairies d'occasion. Celui-ci est-il socialement le même que celui qui fréquente les autres points de vente du livre ?

Situer les origines sociales et le niveau d'études du public nous semblait intéressant à plusieurs titres. Cela permettait, d'une part, de voir comment ce public s'intégrait socialement à l'ensemble du lectorat français. D'autre part, la connaissance de la composition sociale du public soulève le problème de l'importance du prix dans les pratiques d'achat. Lors de l'apparition du livre de poche, certains avaient pensé que le prix peu élevé des ouvrages permettrait une démocratisation des pratiques de lecture et d'achat. On constate aujourd'hui qu'il n'en a rien été, et que les consommateurs de livres de poche sont en majorité des personnes qui avaient déjà accès au livre. On peut se demander si le prix, généralement bas, des ouvrages proposés dans les librairies d'occasion, entraîne un élargissement de sa clientèle, ou s'il existe un phénomène comparable à celui de la consommation de livres de poche.

Enfin, la connaissance de la composition sociale du public devrait permettre d'évaluer l'importance d'une clientèle féminine, généralement jugée très marginale dans les récits de bouquinistes.

## 2. LES PRATIQUES D'ACHAT ET DE LECTURE

Il paraît nécessaire de connaître les pratiques de lecture de ce public. En effet, la connaissance des pratiques de lecture devrait permettre de déterminer si le public des librairies d'occasion est un

public aux pratiques spécifiques, ou si celles-ci sont comparables à celles du lectorat français. Les faibles lecteurs fréquentent-ils la librairie d'occasion ? Les pratiques de lecture de ce public sont-elles hétérogènes, ou au contraire peut-on constater une certaine homogénéité des pratiques ?

La connaissance des pratiques d'achat, quant à elle, nous semblait importante à plusieurs titres.

En effet, s'il existe un public qui fréquente exclusivement la librairie d'occasion, on peut supposer qu'une bonne part de ce public diversifie ses sources d'achat de livres. Quels sont les lieux privilégiés d'achat de ce public ? Là encore, la comparaison de nos résultats avec ceux obtenus au niveau national nous paraissait digne d'intérêt.

De plus, nous nous sommes intéressés aux critères qui déterminent la fréquentation d'une librairie d'occasion. Si la rareté des ouvrages ou leur caractère esthétique détermine un type de clientèle à fréquenter la librairie d'occasion, d'autres motivations doivent être prises en compte : le prix, bien sûr, peut être l'une d'entre elles. Mais il faut aussi tenir compte du fait que la librairie d'occasion présente une physionomie particulière.

En effet, dans nombre de librairies d'occasion, l'absence d'un classement strict permet au client de fureter, de découvrir lui-même le livre qu'il va acheter. Cela peut contribuer à motiver sa fréquentation. La possibilité de marchander, le plaisir de rechercher une bonne affaire peuvent aussi constituer des motivations.

Dans les librairies d'occasion, l'offre est plus ouvertement marchande que dans les librairies traditionnelles. Les livres sont un objet de négociation, et l'achat d'un livre qu'on juge être "une bonne affaire" peut devenir un investissement gratifiant. Ce caractère marchand de l'offre contribue-t-il à amener un public qui, d'ordinaire, achète peu, parce que le livre y serait traité comme un produit marchand et non plus culturel, (ce que regrettaient Pierre Larousse et quelques unes des personnes interrogées) ? Cette hypothèse méritait d'être infirmée ou confirmée.

Enfin, l'existence d'un lieu de vente en plein air est peut-être susceptible d'amener une clientèle de promeneurs : la sortie chez les bouquinistes cumulerait alors le plaisir de la découverte de livres à celui de la promenade.

Ces caractères particuliers de la librairie d'occasion devaient être pris en compte dans l'étude des motivations du public: il est possible que certains fréquentent la librairie d'occasion plutôt pour ces caractères, qui font de la librairie d'occasion un lieu de vente un peu différent des autres, que pour l'offre de livres proprement dite. Aussi les stratégies d'achat du public et ses pratiques de lecture nous semblaient-elles être un point central de notre étude .

### 3. LES PRATIQUES DE VENTE ET D'ECHANGE DU PUBLIC

La librairie d'occasion présente un autre caractère particulier, qui est de permettre au client de devenir vendeur . Ce renversement possible des rôles explique sans doute la polysémie du terme "bouquiniste", qui peut désigner tant le libraire que le client. (1)

La connaissance de ces pratiques de vente et d'échange de livres était donc l'un des enjeux de notre recherche. En effet, il nous semblait intéressant de connaître la proportion de clients qui alimentent eux-mêmes le circuit du livre d'occasion en vendant ou en échangeant leurs livres . La vente d'ouvrages est-elle plutôt le fait de "bons" clients, ou touche-t-elle aussi des clients plus occasionnels ? Il est probable que la pratique de vente indique un rapport particulier au livre: mais est-ce plutôt un rapport de familiarité, l'indice d'une certaine "désacralisation " du livre, ou plutôt la marque d'une indifférence par rapport au livre ?

Les circonstances qui amènent des gens à vendre des livres peuvent aussi être révélatrices ; on peut vendre des livres dans une période de difficultés financières, mais on peut aussi pratiquer un renouvellement régulier de sa bibliothèque, pour acquérir des ouvrages qui semblent plus intéressants. Dans ce dernier cas, la librairie d'occasion devient un mode d'approvisionnement en livres qui cumule l'avantage économique et la possibilité de renouveler fréquemment sa bibliothèque.

Le but que nous nous étions fixé en entreprenant notre étude était

---

(1) Le Litttré définit le bouquiniste comme "celui qui achète et vend de vieux livres ."

donc d'obtenir des informations tant sur la composition sociale du public, sur ses pratiques de lecture et d'achat, mais aussi sur les raisons et les circonstances qui déterminent sa fréquentation de la librairie d'occasion. L'existence de données nationales sur l'achat de livres et la lecture devait permettre de déterminer si le public des librairies d'occasion est un public aux pratiques spécifiques ou s'il présente les mêmes caractères que l'ensemble du lectorat français.

## B. METHODOLOGIE

Nous avons déjà signalé la rareté des sources écrites concernant la librairie d'occasion. Les souvenirs de libraires ne sont pas forcément un reflet exact de la réalité, et aucune enquête, à notre connaissance, n'a été réalisée sur la composition sociale ou les pratiques du public des librairies d'occasion.

Nous avons donc dû recourir à l'élaboration d'un questionnaire d'enquête. Celui-ci a été proposé aux clients des librairies d'occasion selon deux modalités: une enquête directe auprès des personnes fréquentant le Marché aux Livres du Quai de la Pêcherie, et une enquête indirecte auprès des clients des librairies elles-mêmes. Les difficultés auxquelles nous avons été confronté lors de l'administration de ce dernier nous ont amené à nous consacrer plus particulièrement au public du Marché aux Livres, et à simplifier l'exploitation des données recueillies en librairie. C'est l'ensemble de la démarche de notre travail que nous voudrions exposer ici, avant d'en venir aux résultats eux-mêmes.

### 1. L'ELABORATION DES QUESTIONNAIRES,

Dans la mesure où nous voulions recueillir des données sur les pratiques du public, il était obligatoire de s'adresser directement à lui: interroger les libraires, encore une fois, n'aurait pas fourni une image très exacte de ces pratiques. Dès lors que nous voulions interroger les clients, le problème du lieu où nous pouvions les toucher s'est posé. En effet, si une enquête sur le Quai de la Pêcherie ne posait pas de problèmes particuliers, il nous était matériellement impossible de passer ne serait-ce qu'une journée dans chacune des librairies d'occasion lyonnaises pour y interroger les clients.

De plus, il nous semblait difficile de poser le même questionnaire au public du Marché aux Livres et à celui des librairies. En effet, les raisons qui incitent une personne à pousser la porte d'une librairie peuvent être différentes de celles qui amènent la même personne à fréquenter un marché de plein air.



Ce sont ces raisons qui nous ont décidés à élaborer deux questionnaires distincts : l'un, destiné à la clientèle du Marché aux Livres, a été proposé directement aux intéressés ; l'autre, déposé dans les librairies d'occasion lyonnaises.

Les deux questionnaires, quoique différents sur certaines questions ont été bâtis sur le même modèle. Ils comportent 19 questions, qui sont en majorité des questions fermées. Le choix des questions fermées s'est imposé, car si elles imposent à la personne interrogée une grille de réponses, elles ont l'avantage de faciliter l'exploitation des données.

Chacun de ces questionnaires se compose de trois parties.(1).

La première, commune aux deux questionnaires, concerne la situation familiale et professionnelle de la personne interrogée. Nous avons choisi de ne pas alourdir cette première partie: le questionnaire serait alors devenu trop long et aurait risqué de lasser les personnes interrogées.

La question n° 2, portant sur la situation professionnelle, a été volontairement laissée ouverte, pour limiter les risques d'erreur: on ne se reconnaît pas toujours dans une grille limitée de professions.

La question n° 3, concernant le lieu de résidence, devait permettre d'évaluer la répartition géographique du public touché, mais aussi de voir dans quelle mesure la proximité des librairies d'occasion influait sur la fréquentation.

La deuxième partie du questionnaire ( questions 5 à 10 ) porte sur les pratiques d'achat et de lecture. Nous nous sommes volontairement écartés du modèle d'enquête que constitue Pratiques culturelles des Français (2), dans lequel la question du nombre d'achats de livres et de lecture portait sur les douze derniers mois. Ce délai nous a semblé très long, et susceptible d'engendrer des erreurs d'appréciation chez les personnes interrogées. Qui se souvient avec précision de tous les livres qu'il a lus ou achetés pendant un an ? Nous avons choisi de réduire le délai aux trois derniers mois. Il est évident que ce choix ne peut éliminer toutes les erreurs d'appréciation, mais il peut sans doute réduire une marge d'erreurs inévitable.

La question n° 8 a été volontairement ouverte. En effet, plutôt que d'imposer une grille sur le genre de livres lus, on a préféré demander aux gens les titres de leurs dernières lectures. Cette formulation impose un dépouillement plus contraignant. Mais elle évite

(1) Les deux questionnaires sont présentés en annexe.

(2) FRANCE. MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. DIRECTION DES ETUDES ET DE LA PROSPECTIVE. Les pratiques culturelles des Français: 1973-1989

les effets gênants d'une grille, qui est souvent sous-tendue par une hiérarchie implicite des genres (1).

La troisième partie de notre questionnaire est consacrée plus particulièrement à la librairie d'occasion, aux raisons qui déterminent sa fréquentation et aux critères d'achat d'un livre d'occasion.

Dans le questionnaire destiné aux librairies, une question est consacrée à la fréquentation du Marché aux Livres. Inversement, dans le questionnaire destiné aux clients du Marché aux Livres, la question de la fréquentation des librairies a été posée. Ceci devait permettre une meilleure appréciation de la fréquentation du marché de l'occasion.

Une question portant sur le niveau d'études (n° 18) et qui aurait dû logiquement s'intégrer à la première partie de notre questionnaire a été rejetée à la fin. En effet, cette question implique fortement les individus, et il nous semblait donc maladroit de la poser au début du questionnaire.

Enfin, une place a été laissée pour d'éventuels commentaires. Il nous paraissait important d'offrir aux personnes interrogées la possibilité d'affiner ou de compléter un témoignage, dans un questionnaire fermé qui limitait beaucoup leurs possibilités d'expression.

## 2. LA REALISATION DE L'ENQUETE

Les deux questionnaires étant destinés à deux publics, sinon différents, du moins accessibles par des biais différents, le mode d'administration de ces questionnaires a emprunté deux formes.

Si l'enquête directe n'a pas posé de problèmes particuliers, nous nous sommes heurtés à des difficultés dans le cas des questionnaires déposés en librairie, difficultés qui ont considérablement modifié notre approche initiale.

### a) L'enquête sur le Marché aux Livres

Avec l'accord des bouquinistes, l'enquête a été réalisée sur le marché même.

Elle s'est déroulée tous les samedis et dimanches, du samedi 5 mai au samedi 9 juin 1990.

---

(1) cf. PARMENTIER, Partick. Lecteurs en tous genres. Pour une sociologie de la lecture .

Le choix des personnes interrogées s'est basé sur un comptage strict: une personne sur quatre s'est vue proposer le questionnaire. En effet, Jean-François Barbier-Bouvet (1) a souligné les effets pervers d'une enquête laissée au bon vouloir de l'enquêteur: inconsciemment, celui-ci a tendance à interroger des personnes dont l'allure générale, l'âge ou le sexe lui font penser qu'il s'agit d'une personne susceptible d'être interrogée; inversement, il a tendance à éviter les personnes qui, pour une raison ou une autre, ne lui "plaisent" pas. En imposant un comptage strict, nous pensons avoir évité en majeure partie ce biais. Seules ont été retenues, en dehors de ce comptage, les personnes qui se sont proposées spontanément à l'enquête, soit cinq personnes. Il ne nous semblait pas possible de refuser d'interroger quelqu'un. De plus, la neutralité de l'enquêteur n'était pas remise en cause dans ce cas.

Etant en contact direct avec le public, nous avons tenu à noter tous les commentaires exprimés, tout au long du questionnaire comme lors de la dernière question. Ainsi la fréquentation des bibliothèques, ou encore l'importance d'une lecture de consultation, l'idée -continue, ont-elles pu être notées, alors même que la question n'était pas posée. Les opinions recueillies sur les bouquinistes, ou encore la différence entre libraire d'ancien et libraire d'occasion proviennent également de cette collecte. Dans la mesure du possible, nous avons essayé de transcrire fidèlement les propos des personnes interrogées. Mais il va de soi que cela n'a pas été toujours possible, et que nous ne pouvions pas décemment retenir quelqu'un pendant vingt minutes pour noter scrupuleusement ses propos.

Dans l'ensemble, l'enquête s'est bien déroulée: les refus de réponses ont été très limités, et rares ont été les personnes qui ont produit un questionnaire très incomplet.

#### b) L'enquête auprès des libraires.

Le second questionnaire a posé beaucoup de problèmes, et il convient de s'arrêter sur les raisons qui ont motivé cet "échec".

Lors de l'élaboration de ce questionnaire, nous étions conscients que le mode d'administration de celui-ci posait des problèmes. En effet,

---

(1) cf. BARBIER-BOUVET, Jean-François. La fin et les moyens: méthodologies des enquêtes sur la lecture. Pour une sociologie de la lecture.

cela supposait l'accord, et même la participation du libraire, celui-ci proposant le questionnaire à ses clients. Si certains libraires pouvaient être intéressés par les résultats, nous devions nous attendre à un certain nombre de refus.

Plus grave, ce type d'enquête auto-administrée, pose le problème du nombre de réponses. Il est évident que seules des personnes motivées prennent la peine de répondre à un questionnaire qui ne leur est pas imposé. Aussi pouvions-nous nous attendre à un faible taux de réponses.

Enfin, le client proposant le questionnaire au client, des résultats biaisés étaient à craindre : il est plus facile pour un libraire de proposer un questionnaire à un bon client qu'à une personne de passage. Aussi devions-nous prévoir une sur-estimation du nombre d'habituels, de bons clients.

Malgré tous ces inconvénients, nous avons choisi de maintenir ce questionnaire: aucun autre mode d'administration n'était possible, compte tenu du temps et des moyens dont nous disposions.

Le questionnaire a été proposé à toutes les librairies d'occasion lyonnaises. Certaines librairies d'ancien ont également été contactées, parce que nous pensions être à même de comparer la fréquentation des premières et des secondes.

Contrairement à notre attente, le nombre de refus émanant des libraires a été faible: 13 d'entre eux ont accepté de diffuser notre questionnaire, contre 4 refus. Le nombre de questionnaires déposés a varié entre 30 et 5, certains libraires ne pensant pas pouvoir consacrer beaucoup de temps à leur diffusion.

En revanche, le nombre de réponses a été particulièrement faible. 8 libraires nous ont fourni quelques questionnaires. Mais l'ensemble des réponses ne dépasse pas les 40, alors que plus de 250 questionnaires ont été déposés.

Les raisons qui expliquent ce taux particulièrement faible de réponses sont diverses.

Une première série de raisons concerne le manque de disponibilité des libraires. Certains d'entre eux ont limité le nombre de questionnaires déposés, en expliquant qu'ils n'auraient pas le temps de s'y consacrer. La plupart d'entre eux ont pourtant déposé les questionnaires dans un endroit bien visible des clients, en général sur leur bureau.

Mais, par manque de temps ou parce qu'ils étaient peu convaincus de l'intérêt de l'enquête, ils l'ont plus rarement proposé explicitement à leurs clients. Quelques semaines après notre passage, la plupart des questionnaires étaient devenus inaccessibles, soit parce que les libraires les avaient rangés, soit parce qu'ils étaient oubliés sous des piles de livres ou de papiers.

Il ne s'agit pas pour nous de mettre en cause la bonne volonté des libraires: proposer le questionnaire à chacun de leurs clients aurait nécessité un temps dont ils ne disposaient pas souvent. Même alors que certains s'étaient déclarés intéressés par les résultats de cette étude, d'autres préoccupations les retenaient, et les questionnaires ont été tout bonnement oubliés .

Une seconde série de raisons tient à la diffusion du questionnaire. D'après les libraires eux-mêmes, de nombreux clients se sont montrés réticents à l'idée de remplir le questionnaire, dans la mesure où ils n'étaient pas convaincus de la discrétion du libraire. Rien ne leur assurait, en effet, sinon la bonne foi du libraire, que celui-ci ne jetterait pas un oeil sur leurs réponses. Cette réticence a été notée par plusieurs libraires; l'un d'entre eux a proposé de déposer, devant ses clients, les questionnaires dans une boîte, pour faire preuve de sa discrétion. Mais il est à peu près certain que la crainte d'être lus par le libraire a eu une influence sur le taux de réponses. Cette influence est sans doute d'autant plus sensible que, comme nous l'avons dit, les libraires étaient naturellement enclins à proposer le questionnaire à des bons clients, avec lesquels ils entretiennent des relations suivies. Aussi ces clients n'ont-ils pas eu envie que l'image qu'ils donnent aux libraires se trouve modifiée par ces informations.

Au vu des difficultés rencontrées et du faible taux de réponse, il nous a paru impossible de nous en tenir à notre projet initial. Juger du public des librairies d'occasion en exploitant une quarantaine de questionnaires eût été peu rigoureux.

Nous avons donc décidé de centrer notre étude sur l'enquête réalisée sur le Marché aux Livres, dont les résultats nous paraissent moins contestables. Il est probable que cette restriction élimine une partie du public. Mais l'enquête sur le Quai de la Pêcherie a permis tout de même de toucher des personnes qui fréquentent les librairies.

Les réponses recueillies dans les librairies sont présentées plus loin. Mais il nous semblait impossible de proposer une interprétation de celles-ci.

### 3. L'EXPLOITATION DES DONNEES

Le traitement des données a été réalisé sur le logiciel WORKS qui permet d'interroger par données croisées.

Dans la mesure où la majorité des questions étaient fermées, ce traitement des données n'a pas posé véritablement de problèmes.

Cependant, plusieurs données ont fait l'objet d'un travail préalable.

La profession des personnes interrogées a été codée selon la grille des catégories socio-professionnelles que propose l'INSEE. La Nomenclature des professions et catégories socio-professionnelles PCS a été notre principal outil de travail.

Ce codage ,qui est aussi utilisé dans Pratiques culturelles des Français (1) ,permettait donc les comparaisons.

Aux questions n° 5, 7 et 10, portant sur le nombre d'achats de livres et sur le nombre de livres lus, nous avons toujours privilégié une estimation basse. De nombreuses personnes nous ont répondu en proposant une fourchette de chiffres (" entre 30 et 60 " ,par exemple). C'est toujours le chiffre le plus bas que nous avons retenu. Ce choix est sans doute arbitraire, mais la cohérence de nos résultats nous y obligeait.

La question n° 8: "Quels sont les titres des deux derniers livres que vous avez lus ? " a imposé un dépouillement long des réponses. En proposant une question ouverte, nous voulions éviter d'enfermer les lecteurs dans une grille des genres. Mais, d'autre part, dresser une liste des titres cités sans établir aucune classification,même sommaire, du type de livres lus, nous paraissait assez peu parlant .

Nous avons donc choisi de distinguer trois grands types de lecture: la lecture de romans, celle d'ouvrages de type documentaire, et enfin celle d'ouvrages plus divers, qui n'entrent ni dans la catégorie du roman ni dans celle du documentaire, et qui regroupe la lecture de pièces de théâtre ou de poésie.

(1) op. cit.

Il nous a paru également intéressant de relever lesquels parmi ces livres pouvaient être considérés comme des nouveautés. En effet, ces nouveautés font l'objet d'une promotion, que ce soit par l'intermédiaire de la presse écrite ou télévisée, ou par le biais du bouche à oreille. Aussi nous paraissait-il intéressant d'évaluer grossièrement quelle partie du public était visiblement sensible à l'actualité littéraire. Nous avons considéré comme nouveauté un livre publié depuis le début de l'année 1989. Ce délai peut paraître long, mais il faut tenir compte du fait que la promotion "officieuse" d'un livre (le bouche à oreille) est plus longue à produire des effets.

En ce qui concerne les ouvrages documentaires, nous avons procédé à une indexation plus fine. En effet, il s'agissait pour nous de savoir si la prédilection des Français pour les livres d'histoire, par exemple, que notent les Pratiques culturelles des Français (1) se retrouvait dans le public que nous avons rencontré.

Nous avons donc indexé, assez grossièrement puisqu'une indexation très fine n'aurait pas apporté beaucoup plus, l'ensemble des ouvrages documentaires cités. La classification Dewey (2) a servi à cette indexation. Les indices comportent trois chiffres.

Tout ce travail préalable à l'exploitation des données s'est révélé très long. L'obstacle principal que nous avons rencontré a été le nombre important de titres approximatifs, qui nous a obligé à des recherches parfois laborieuses.

Cependant, les différentes étapes de ce travail sur les livres lus par les personnes interrogées nous ont paru nécessaires: en dégagant une classification par grands types, puis en appliquant aux textes documentaires les grandes classes de la classification Dewey, il nous semble avoir évité l'écueil d'une grille d'interprétation qui aurait, par exemple, distingué le roman policier des "oeuvres de la littérature classique", pour reprendre la typologie des Pratiques culturelles des Français (1).

A la question n° 16, concernant le prix d'achat du livre d'occasion, c'est le prix maximum qu'un client accepte de payer pour un livre d'occasion que nous avons retenu.

(1) op. cit.

(2) BETHERY, Annie . Abrégé de la classification décimale de Dewey.

Enfin, la question n° 18 portant sur les diplômes possédés a été exploitée selon la grille de l'INSEE, qui distingue six niveaux scolaires. Les Pratiques culturelles des Français (1) ont choisi en 1981, de regrouper les niveaux 3 et 2 de cette classification pour n'obtenir qu'une classe " Baccalauréat et plus ". Mais si ce regroupement peut paraître pertinent au niveau national, une enquête comme la nôtre, centrée sur une population urbaine et acheteuse de livres, se devait, nous semble-t-il, reprendre la classification plus poussée de l'INSEE.

Les résultats de notre étude sont présentés dans les pages suivantes. Nous y avons noté les données recueillies en librairie, bien que celles-ci ne nous paraissent pas très significatives.

En ce qui concerne les données sur le public du Marché aux Livres, qui constituent le point central de notre étude, nous avons là encore choisi de limiter la partie interprétative de notre travail. En effet, dans la mesure où c'est la première fois que le public des librairies d'occasion fait l'objet d'une étude, il est difficile de tirer des conclusions définitives. Notre étude ne peut constituer qu'un travail d'approche du sujet, dont les tendances seront peut-être confirmées ou infirmées dans des travaux ultérieurs.

(1) op. cit.



### III PRESENTATION DES RESULTATS

Nous avons proposé le questionnaire à 276 personnes. 62 d'entre elles ont refusé de nous répondre. Les résultats obtenus se basent donc sur 214 questionnaires.

#### A. LA CLIENTELE DU MARCHE AUX LIVRES

Le tableau présenté page 49 permet de mettre en évidence plusieurs points:

##### 1. Une clientèle majoritairement masculine

Les femmes ne constituent qu'un tiers de la clientèle du Marché aux Livres. Il semble donc que les récits de bouquinistes, qui mettent en scène une clientèle essentiellement masculine, reflètent une situation réelle.

Il est difficile d'avancer une hypothèse qui explique la faible fréquentation des femmes, et ceci d'autant plus que ce fait contredit les évolutions actuelles que notent les auteurs de Pratiques culturelles des Français. Ils constatent en effet que "... les femmes arrivent aujourd'hui en tête pour la plupart des pratiques liées au livre et à la lecture." (1). En 1981, on notait déjà que " la part des acheteurs apparaît un peu plus importante chez les femmes (57,9% , contre 53,7% d'acheteurs chez les hommes ) " (2).

Si ces chiffres sont en contradiction avec les évolutions actuelles, il faut noter pourtant que la fréquentation féminine semble très liée à l'âge. C'est à partir de 50 ans, et surtout après 60, que l'écart se creuse entre hommes et femmes. Les personnes de plus de 50 ans représentent près de 29% de la clientèle masculine, alors que les femmes de cette tranche d'âge ne sont plus que 13,7% de l'ensemble de la clientèle féminine. Inversement, la proportion des moins de trente ans est plus importante chez les femmes que chez les hommes.

Peût-être, mais ceci reste une hypothèse, faut-il mettre en rapport la faible fréquentation des femmes, et surtout des plus âgées

(1) op. cit.

(2) Il s'agit des mêmes Pratiques culturelles, mais dans l'édition de de 1981.

COMPOSITION SOCIALE DU PUBLIC

	HOMMES		FEMMES		TOTAL	
	nb	en %	nb	en %	nb	en %
Nb de personnes interrogées	141	65,9	73	34,1	214	100
<u>AGE</u>						
Moins de 20 ans	7	5%	8	11%	15	7%
20-29 ans	34	24,1%	28	38,4%	62	29%
30-39 ans	35	24,8%	12	16,4%	47	22%
40-49 ans	25	17,8%	15	20,5%	40	18,7%
50-59 ans	20	14,1%	7	9,6%	27	12,6%
60 ans et +	18	12,8%	3	4,1%	21	9,8%
Sans réponse	2	1,4%	0	0%	2	0,9%
<u>C.S.P</u>						
Agriculteurs	0	0%	0	0%	0	0%
Artisans, commerçants, chefs d'entr.	6	4,3%	0	0%	6	2,8%
Cadres et professions intell. sup.	35	24,8%	12	16,4%	47	22,0%
Professions intermédiaires	35	24,8%	24	32,9%	59	27,6%
Employés	17	12%	15	20,5%	32	14,9%
Ouvriers	16	11,4%	2	2,7%	18	8,4%
Retraités	13	9,2%	3	4,1%	16	7,5%
Autres inactifs	17	12%	16	21,9%	33	15,4%
- dont étudiants	14	10%	11	15%	26	12,1%

TABLEAU I

d'entre elles, avec le poids d'une tradition masculine de la librairie d'occasion. Aujourd'hui encore, la majorité des bouquinistes : comme des clients est constituée d'hommes. Mais on peut penser que cette clientèle est en voie de féminisation, si l'on tient compte de l'importance actuelle d'une clientèle féminine jeune. Cette hypothèse demanderait, bien sûr, à être vérifiée dans quelques années.

## 2. Une clientèle jeune

58% de la clientèle du Marché aux Livres a moins de 40 ans, et 12% d'entre elle est lycéenne ou étudiante. La grande majorité de cette clientèle exerce une activité professionnelle: trois personnes seulement de cette classe d'âge déclarent être à la recherche d'un emploi.

Cette tendance semble correspondre à ce que notaient les auteurs des Pratiques culturelles des Français en 1981 : la part des acheteurs "croît entre 15 et 39 ans (...) pour diminuer à partir de 40 ans."

Il faut noter pourtant que dans le cas de la librairie d'occasion, c'est entre 20 et 30 ans que se concentrent 29% de la clientèle.

## 3. La prédominance de deux catégories socio-professionnelles

Les professions intermédiaires, avec 27,6% et les cadres et professions intellectuelles supérieures, avec 22% , constituent à eux seuls la moitié de la clientèle du Marché aux Livres.

Cette prédominance semble s'inscrire plus largement dans un rapport privilégié aux livres, puisque les enquêtes au niveau national relèvent la même tendance. Les Pratiques culturelles des Français soulignent qu'en 1989, sur 100 personnes qui achètent souvent des livres, 20 font partie des " cadres et professions intellectuelles supérieures " et 22 des professions intermédiaires, alors que ces deux catégories ne représentent respectivement que 9% et 14% de l'échantillon retenu.

La fréquentation du Marché aux Livres de Lyon est donc, pour

moitié, le fait de personnes qui, même au niveau national, ont un rapport privilégié aux pratiques liées au livre.

Cette prédominance est, dans le cas du Marché aux Livres en tout cas, à relier à la forte proportion d'enseignants. La catégorie 34 de l'INSEE, " professeurs et professions scientifiques " compte à elle seule 23 personnes, sur les 47 comptabilisées dans la catégorie " cadres et professions intellectuelles supérieures ". Si on y ajoute les instituteurs (4) , les enseignants représentent à eux seuls 13% de l'ensemble des personnes interrogées sur le Marché aux Livres.

On ne peut s'étonner de l'absence totale d'agriculteurs dans nos données, notre enquête se déroulant au coeur de Lyon. En revanche, on peut noter la sous-représentation des ouvriers, qu'ils soient qualifiés (5,6%) ou non (2,8%).

Du point de vue des catégories socio-professionnelles, il semble donc que la clientèle du Marché aux Livres soit globalement la même que celle des autres points de vente du livre. Mais les écarts constatés au niveau national sont accentués dans le cas de la librairie d'occasion lyonnaise.

#### 4. Clientèle et diplômes

Plus de 30% de la clientèle du Marché aux Livres possède un diplôme de second ou de troisième cycle, comme le révèle le tableau présenté page 52.

Cette proportion s'accroît encore si on choisit de ne pas tenir compte de la population lycéenne et étudiante, susceptible d'acquérir de nouveaux diplômes (cf. Tableau III ) .

Il s'agit donc d'une population très diplômée, même si l'on tient compte du fait que notre enquête se situait dans une grande ville. Le pourcentage de personnes qui fréquentent le Marché aux Livres croît régulièrement avec le niveau de diplômes. Mais les titulaires d'un diplôme de second ou de troisième cycle sont particulièrement sur-représentés: il représentent plus du tiers de la clientèle, alors que le recensement de 1982 sur la commune de Lyon les évaluait à environ 7% de la population de plus de 15 ans (ni scolaire, ni apprentie).

TABLEAU II: Clientèle et diplômes (étudiants et lycéens compris)

	HOMMES		FEMMES		TOTAL	
	nb	en%	nb	en %	nb	en%
Aucun diplôme CEP	12	8,5%	7	9,6%	19	8,9%
BEPC/CAP	25	17,7%	14	19,2%	39	18,2%
Baccalauréat	29	20,6%	12	16,4%	41	19,1%
Premier cycle univ.	23	16,3%	19	26%	42	19,7%
2ème et 3ème cycle univ.	48	34,1%	20	27,4%	68	31,8%
Sans réponse	4	2,8%	1	1,4%	5	2,3%

TABLEAU III: Clientèle et diplômes (étudiants et lycéens exclus )

	nb	en %
Aucun diplôme/ CEP	19	10,4%
BEPC / CAP	29	15,8%
Baccalauréat	33	18%
Premier cycle univ.	36	19,7%
2ème et 3ème cycle univ.	66	36,1%

Comme le signalent les auteurs de Pratiques culturelles des Français, à propos de l'ensemble des activités concernant le livre, le clivage se situe aujourd'hui plutôt entre titulaires d'un diplôme de premier cycle et de second cycle. L'écart entre ces deux catégories est supérieur à celui qui existe entre bacheliers et non-diplômés. Ce clivage, constaté au niveau national, vaut aussi pour notre étude.

L'étude de la composition sociale du public révèle qu'il s'agit d'un public jeune et très diplômé, en majorité masculin. Les deux catégories socio-professionnelles les plus représentées sont celles qui, au niveau national, ont les pratiques d'achat et de lecture les plus intensives.

Si on excepte le taux faible de fréquentation féminine, la plupart des caractéristiques du public du Marché aux Livres concorde avec ce que nous savons de l'ensemble du lectorat français. Mais il faut souligner que les écarts ( entre catégories socio-professionnelles, entre premier et second cycles universitaires, entre classes d'âge ), sont plus marqués dans le cas de la librairie d'occasion. Peut-être peut-on en déduire que la fréquentation de la librairie d'occasion est une pratique socialement plus inégalitaire que la fréquentation des autres points de vente du livre.

## B. LES PRATIQUES D'ACHAT ET DE LECTURE.

### 1. LES LIEUX D'ACHAT DE LIVRES

La question n° 5, portant sur les lieux privilégiés d'achat de livres, autorisait plusieurs réponses. Mais nous avons tenu à faire préciser aux personnes interrogées quel était le type de point de vente qu'elles fréquentaient le plus souvent.

Aussi, la première colonne du tableau IV présenté ci-dessous correspond-elle au lieu privilégié d'achat de livres. La seconde recense le nombre de personnes qui ont déclaré acheter souvent des livres dans ce type de lieu, même si ce n'est pas celui qu'elles fréquentent le plus souvent.

TABLEAU IV : Les lieux d'achat de livres.

	citent ce lieu comme lieu d'achat privilégié	déclarent fréquenter aussi	total de questionnaires qui citent ce lieu
Librairie de livres neufs	96	8	104
Super-marchés ou grands magasins	14	8	22
FNAC	28	29	57
Par correspondance	6	5	11
Soldeurs de livres neufs	8	9	17
Librairie d'occasion ou Marché aux Livres	48	59	107
"Puces " et salles des ventes	1	8	9
Autres	2	5	7
Sans réponse	11	0	11



De même qu'on constate que les enquêtes par correspondance ont tendance à produire une surévaluation de l'achat de livres par correspondance, il est probable que l'enquête sur le Marché aux Livres tende à surestimer la place de la librairie d'occasion.

Si on tient compte de cette surestimation, c'est la librairie de livres neufs qui reste le lieu d'achat le plus fréquenté des personnes interrogées. La librairie d'occasion et la FNAC apparaissent dans de bonnes positions, mais il faut noter le faible taux de personnes qui déclarent fréquenter les grandes surfaces, et surtout les circuits de vente par correspondance. Au regard de leur importance dans le marché du livre en France, ces deux canaux ( la vente par correspondance en particulier ) paraissent sous- représentés.

Ce phénomène peut s'expliquer en partie par la "mauvaise image" que semblent avoir super-marchés et vente par correspondance. Ces points de vente sont apparemment considérés par certains comme "illégitimes" culturellement : alors même que la question n'était pas posée, plusieurs personnes ont tenu à préciser qu'elles n'achetaient jamais leurs livres dans une grande surface ou encore par correspondance. Cette insistance nous semble être révélatrice d'une échelle de valeur qui tiendrait pour illégitime l'achat de livres par ces deux moyens.

De même, une dizaine de personnes établissent une hiérarchie entre librairie d'occasion et librairie de livres neufs. Ainsi, un client signale :

*" Au lieu de s'occuper du livre neuf, ils feraient mieux de promotionner le livre ancien et occasion. Il y a plus de chances de trouver un livre qui intéresse en ancien qu'en nouveauté."*

Ou encore ces deux personnes:

*"Je regrette qu'il n'y ait pas un rayon occasion dans toutes les librairies. C'est ce qui est excitant, parce que le neuf, c'est Pivot, etc."*

*"A part les nouveautés, je n'achète qu'en occasion. Les libraires de neuf, c'est de l'épicerie, alors qu'en occasion c'est différent."*

Deux autres personnes déclarent ne jamais acheter de livres neufs, et trois tiennent à souligner qu'elles ne vont dans les librairies de livres neufs que pour rechercher un titre précis.

Pour ce petit noyau de personnes, la distinction est nette, entre une librairie d'occasion variée, intéressante, et la librairie de livres neufs, qui pratique une politique jugée trop commerciale et trop sélective.

Cette hiérarchie entre lieux de vente n'empêche pas que la librairie de livres neufs soit l'un des lieux privilégiés d'achat de livres. Mais elle a certainement contribué à la faible représentation des grandes surfaces et de la vente par correspondance.

Parmi les 48 personnes qui citent la librairie d'occasion comme leur lieu d'achat privilégié, la prédominance d'une clientèle masculine s'accroît: les hommes représentent 81% d'entre eux.

Les catégories socio-professionnelles et les différents niveaux d'études sont représentés dans ce groupe dans les mêmes proportions que pour l'ensemble de la clientèle. En revanche, ce sont eux, plus que d'autres, qui déclarent fréquenter les "puces", les salles des ventes, ou encore les brocanteurs; ce sont eux qui déclarent acheter parfois des livres à des particuliers (ces deux derniers modes d'achat sont entrés dans la rubrique "autres " de notre tableau.

La majorité de la clientèle du Marché aux Livres déclare fréquenter plusieurs lieux d'achat. 22,4% de la clientèle, en grande majorité des hommes, fréquentent plus exclusivement les lieux réservés au livre d'occasion. Mais la grande majorité des personnes interrogées utilise le Marché aux Livres comme un moyen supplémentaire d'acquérir des livres, plutôt que comme l'unique possible. Il faut souligner encore une fois que le choix d'un lieu d'achat de livres semble ne pas être neutre, et qu'il s'accompagne souvent de jugements sur la légitimité culturelle de ces lieux.

## 2. Les achats de livres

Nous avons signalé dans notre partie méthodologique que les estimations les plus basses ont été retenues en ce qui concerne les pratiques d'achat et de lecture. Mais il faut souligner encore une fois qu'il ne s'agit que

Déclarent avoir acheté:	aucun livre	1 à 4 l.	5 à 9 l.	10 à 14 l.	15 l. et +	rappel de l'importance de la catégorie
Ensemble des personnes interrogées	14	52	30	44	71	214
En %	6,5%	24,3%	14%	20,5%	33,2%	
Artisans, commerçants, chefs d'entr.	1	1	1	0	3	6
Cadres et professions intell. sup.	4	5	4	13	20	47
Professions intermédiaires	2	15	12	11	19	59
Employés	3	9	3	11	6	32
Ouvriers	1	2	5	2	7	18
Retraités	2	3	4	3	2	16
Autres inactifs	1	17	1	3	11	33
- dont étudiants	0	14	1	2	9	26
Aucun diplôme -CEP	2	4	4	4	5	19
BEPC / CAP	3	17	5	7	7	39
Baccalauréat	4	11	6	7	13	41
1er cycle universitaire	3	10	6	6	17	42
2e et 3e cycles universitaires	2	10	9	19	27	68

TABLEAU V : Les achats de livres

d'estimations, et qu'il est probable qu'il existe un décalage entre les déclarations de pratiques et les pratiques elles-mêmes. Un petit nombre d'incohérences a pu être relevé, en croisant certaines données : ainsi, telle personne aurait acheté 10 livres en trois mois, dont 15 d'occasion. Si de telles incohérences ont pu être notées, il est à craindre que les résultats que nous donnons ne reflètent pas l'exacte réalité. Il est probable que ces résultats surestiment le nombre d'achats.

L'ensemble de la clientèle du Marché aux Livres déclare acheter beaucoup de livres (cf. Tableau V) . Seules 6,5% des personnes interrogées n'ont pas acheté de livres au cours des trois mois qui précédaient l'enquête. La majorité de la clientèle déclare avoir acheté au moins dix livres durant la même période. On est donc en présence d'une population qui, si l'on compare avec les données nationales, achète énormément.

On notera que les cadres et professions intellectuelles supérieures sont ceux qui déclarent acheter le plus de livres. Plus de la moitié des étudiants et lycéens ont acheté entre un et quatre livres, mais c'est la seule catégorie où tous déclarent au moins un achat.

Les titulaires d'un diplôme de second ou de troisième cycle sont moins de 3% à ne pas avoir acheté de livres, contre 9,7% pour les titulaires du baccalauréat, et 10,6% pour les personnes sans diplômes ou titulaires du certificat d'études.

L'appartenance à un groupe social ou la possession de diplômes semblent donc produire des variations dans les pratiques d'achat. Mais l'ensemble de la clientèle, toutes catégories confondues, achète beaucoup de livres.

L'étude des achats de livres d'occasion durant cette même période ( cf. Tableau VI) révèle que , si la grande majorité de la clientèle achète des livres, elle est beaucoup moins nombreuse à acheter fréquemment des livres d'occasion.

L'écart entre le nombre global d'achats et le nombre de livres achetés d'occasion semble confirmer l'hypothèse selon laquelle, pour la majorité des clients, l'achat dans une librairie d'occasion n'est qu'un des moyens d'acquérir des livres.

En effet, seules 36 personnes (16,8% des personnes interrogées ) ont acheté tous leurs livres d'occasion durant les trois mois précédents.

Pour les autres, la répartition entre livres neufs et livres d'occasion semble se faire en faveur du livre neuf.

Les pratiques d'achat du public du Marché aux Livres sont donc loin d'être exclusivement liées au livre d'occasion. La majorité de la clientèle fréquente d'autres points de vente, et achète des livres neufs. Cette diversification des lieux d'achat s'accompagne de pratiques d'achat assez intensives. Cette clientèle a, par ses origines sociales et son niveau d'études, un accès privilégié au livre: la fréquentation du Marché aux Livres ne constitue qu'une des options qui sont offertes à cette clientèle .

Tableau VI : L'achat de livres d'occasion

	Déclarent avoir acheté d'occasion		Rappel du % global d'achat pour la catégorie
	nb	en %	
Aucun livre	58	27,1%	6,5%
1 à 4 l.	79	37%	24,3%
5 à 9 l.	17	7,9%	14%
10 à 14 l.	14	6,5%	20,5%
15 et +	41	19,2%	33,2%
Sans réponse	5	2,3%	1,4%

### 3. La lecture de livres

Encore une fois, il faut rappeler, avec les auteurs de Pratiques culturelles des Français que " les résultats relatifs à la lecture figurent parmi ceux où le décalage entre les déclarations de pratiques et les pratiques effectives telles qu'elles peuvent être appréhendées à travers d'autres sources d'informations, apparaît le plus important: l'auto-évaluation du nombre de livres lus au cours des derniers mois par les personnes interrogées est un exercice difficile qui se traduit en général par une tendance marquée à la surévaluation " (1).

Bien que certaines réponses paraissent peu vraisemblables (trois personnes affirment par exemple lire plusieurs livres tous les jours) , il est difficile le plus souvent de mesurer cette surévaluation. Il convient donc d'être prudent lors de l'interprétation des résultats.

Cette prudence est d'autant plus nécessaire que la notion même de lecture a pu être appréciée différemment selon les personnes interrogées. Six personnes ont tenu à souligner, par exemple, qu'elles lisaient aussi des revues. Plus important, 18 personnes signalent qu'elles ne lisent pas toujours un livre de la première à la dernière ligne, mais qu'il leur arrive de pratiquer une lecture " par fragments " , pour reprendre l'expression de l'une de ces personnes. La question n'ayant pas été posée, il est probable que les gens qui signalent ce mode de lecture ne soient pas les seuls à le pratiquer. Or, il nous est impossible de savoir comment cette lecture discontinue, consultative, a été comptabilisée par les personnes interrogées: certaines ont pu inclure les livres consultés dans le nombre des livres lus, d'autres les exclure.

Le même problème se pose pour la lecture de bandes dessinées. Quelques personnes ont refusé explicitement de les compter dans leurs lectures. Mais ce refus n'a peut-être pas été le fait de tous les lecteurs de bandes dessinées.

Outre une tendance à la surévaluation, les différentes appréciations des modes de lecture rendent donc les données sur la lecture difficiles à interpréter.

Presque toutes les personnes interrogées déclarent avoir lu un livre au cours des trois derniers mois. Les lecteurs de 1 à 4 livres sont les plus "

(1) op. cit.

nombreux, mais ils sont suivis de près par les lecteurs de 15 livres et plus.

La clientèle du Marché aux Livres serait donc une clientèle qui lit, et même qui lit beaucoup, si on en croit les chiffres obtenus (cf. tableau VII) .

En croisant les données relatives à l'achat et celles relatives à la lecture, nous avons tenté de savoir si les rapports entre achat et lecture présentaient des variations sensibles ( cf. tableau VIII ).

On remarquera que les personnes qui lisent plus qu'elles n'achètent comptent une forte proportion de femmes (43% , alors qu'elles ne représentent que 34% de la clientèle ), et de retraités (plus de la moitié d'entre eux sont dans ce cas ) . Ce sont les personnes qui possèdent un diplôme inférieur au baccalauréat qui, proportionnellement, sont les plus nombreuses à lire plus qu'elles n'achètent.

Il faut ajouter que 21 personnes signalent qu'elles fréquentent les bibliothèques. Mais celles-ci se recrutent aussi chez les personnes qui déclarent acheter davantage de livres qu'elles n'en lisent .

Les personnes qui déclarent acheter plus qu'elles ne lisent ont plutôt entre 30 et 40 ans. Ce sont surtout des cadres et professions intellectuelles supérieures. 42,8% des personnes qui achètent plus qu'elles ne lisent sont titulaires d'un diplôme de deuxième ou troisième cycle.

Plusieurs explications sont possibles pour expliquer ce phénomène: peut-être les retraités (qui sont aussi souvent les non-titulaires de diplômes) disposent-ils de moins de moyens financiers pour acheter des livres. Il est possible aussi que la surestimation porte plus sur les achats, ou plus sur les lectures, selon le niveau de diplômes possédés.

Il est possible encore que la possession de livres s'accroisse en même temps que le niveau de diplômes. Les plus diplômés liraient en majorité des livres qu'ils ont achetés , alors que pour les autres, l'achat ne serait pas toujours la première source d'approvisionnement de livres. Mais ceci reste une hypothèse.

PRATIQUES DE LECTURE

Déclarent avoir lu au cours des trois derniers mois	nb	en % du total de pers. interrogées.
Aucun livre	4	1,9%
1 à 4 livre(s)	58	27,1%
5 à 9 livres	43	20,1%
10 à 14 livres	44	20,5%
15 livres et plus	55	25,7%
Sans reponse	10	4,7%

TABEAU VII



TABLEAU VIII: RAPPORT ACHATS/ LECTURES

	Achats = lectures	Achats > lectures	Achats < lectures
Ensemble des personnes interr.	48	84	69
Hommes		56	39
Femmes		28	30
Moins de 20 ans		4	4
20- 29 ans		21	24
30- 39 ans		23	12
40- 49 ans		19	12
50- 59 ans		13	6
60 et plus		4	10
Artisans, commerçants, chefs d'entr.		4	0
Cadres et professions intell. sup.		25	11
Professions intermédiaires		22	20
Employés		10	12
Ouvriers		9	5
Retraités		2	9
Autres inactifs		12	11
- dont étudiants		9	9
Aucun diplôme - CEP		4	10
BEPC / CAP		11	18
Baccalauréat		16	12
1er cycle universitaire		16	15
2e ou 3e cycle universitaire		36	13

A la question: "Quels sont les titres des deux derniers livres que vous avez lus ? ", 14 personnes ont été incapables de répondre. Nous disposons donc du témoignage de 200 personnes, qui ont cité 400 titres.

28 de ces titres n'ont pu être identifiés. Mais 184 titres de romans ont été cités, contre 160 titres d'ouvrages documentaires. Le théâtre (6 titres) , la poésie (8) , les essais (6), les souvenirs ou les ouvrages de correspondance (9 titres) , restent minoritaires.

Le roman est donc le genre le plus lu, même si l'on peut noter l'importance du nombre des documentaires.

La lecture de romans semble surtout le fait des femmes (presque 70% d'entre elles ont lu un roman, contre 50,3% des hommes ). Tous les moins de 20 ans, 70% des 20-29 ans , ont lu un roman au cours des trois derniers mois, contre 23,8% des plus de 60 ans.

En revanche, la lecture de documentaires est plutôt le fait des hommes et des plus de 50 ans. A l'exception d'une personne, la totalité des "artisans, commerçants et chefs d'entreprise " n'ont lu que des documentaires. Mais la faible représentation de cette catégorie socio-professionnelle dans notre enquête ne permet pas d'en tirer les conclusions.

Si la prédilection des femmes pour les ouvrages de fiction, qu'on note ici, est soulignée également au niveau national , le clivage que nous constatons entre les classes d'âge ne trouve pas d'écho dans les enquêtes nationales. Il nous est donc difficile de proposer une interprétation pour ce phénomène.

La liste des ouvrages les plus cités est donnée p 66.

On remarquera que cette liste compte un certain nombre de nouveautés, ce qui explique leur présence. Mais l'ensemble de la liste reste très marquée par les auteurs " classiques" . Pour les romans policiers ou pour la science-fiction, ce sont aussi les auteurs les plus classiques qui sont les plus cités,

Ce phénomène est en partie redevable aux plus jeunes des personnes interrogées: les trois pièces de Sartre, les deux titres de Maupassant, 2 de Boris Vian sont cités par des moins de 25 ans. Il est possible que quelques unes de ces lectures correspondent à une exigence scolaire.

Au total, sur les 400 titres cités, 46 sont des nouveautés: 27 romans, 14 documentaires, 2 ouvrages appartenant à la troisième catégorie.

Le nombre de nouveautés, comme la récurrence de certains titres, témoignent que la clientèle du Marché aux Livres est assez sensible à l'actualité littéraire. Plusieurs personnes ont signalé l'influence d' " Apostrophes " ou de la critique littéraire sur leurs lectures.

En ce qui concerne les documentaires, les ouvrages cités se répartissent , selon la classification de Dewey, ainsi:

Philosophie et disciplines connexes : 30 titres

dont 13 classés en "phénomènes para-normaux .Pseudo-sciences "

11 classés en psychologie.

Religion: 9 titres

Sciences sociales : 23 titres

dont 12 en sociologie

Langage: 1 titre

Sciences pures : 7 titres

Techniques (sciences appliquées): 10 titres

Arts- Beaux-arts et arts décoratifs : 18 titres

dont 6 classés en peinture

Littérature : 2 titres, mais les ouvrages de fiction ont été considérés dans la catégorie " romans".

Géographie, histoire générales et sciences auxiliaires : 57 titres

dont 20 biographies

31 ouvrages classés en "histoire générale de l'Europe ".

On notera l'importance des livres d'histoire, soulignée également au niveau national. Les biographies, les ouvrages de para-psychologie ou de psychologie, mais aussi les livres de type sociologique, figurent en bonne place .

Il faut ajouter que 13 des ouvrages documentaires cités nous ont été signalés comme étant des lectures de type professionnel.

Globalement, les grandes tendances des pratiques de lecture et d'achat de la clientèle du Marché aux Livres rejoignent les évolutions constatées au niveau national. Le genre des livres lus, la répartition des achats dans les différents lieux de vente, correspondent aux phénomènes nationaux. Mais il faut souligner que, dans le cas du Marché aux Livres, nous avons affaire à une population dont les pratiques de lecture et d'achat sont particulièrement intensives. La composition sociale du public et la forte proportion de diplômés de l'enseignement supérieur ne sont sans doute pas étrangères à cette intensité des pratiques liées à la lecture.

#### LISTE DES AUTEURS CITES PLUSIEURS FOIS

ROMANS : Emile Ajar (2) ; Pierre Benoit ( L'Atlantide est cité 2 fois) ; Pierre Boulle (La Planète des singes est cité 2 fois) ; Albert Camus ( La Peste est cité 2 fois) ; Agatha Christie (3) ; Alexandre Dumas (2) ; Umberto Eco ( Le Pendule de Foucault est cité 6 fois ) ; Jean Giono (3) ; Hervé Guibert ( A l'ami qui ne m'a pas sauvé la vie est cité 4 fois ) ; Aldous Huxley (3) ; John Irving ( 4 ) ; Alexandre Jardin ( Fanfan est cité 2 fois ) ; Stephen King (2) ; Christian Laborde ( L'Os de Dionysos est cité 2 fois) ; Jack London (2) ; Guy de Maupassant ( Une vie est cité 2 fois) ; François Mauriac (2) ; Henry Miller (3) ; Alberto Moravia (2) ; Ellis Peters (2) ; Ellery Queen (2) ; Jean Raspail (2) ; San Antonio (2) ; Jean-Paul Sartre ( La Nausée est cité 2 fois) ; Georges Simenon (3) ; Stendhal ( Le Rouge et le noir est cité 2 fois) ; Tom Sharpe (3) ; Patrick Süskind ( Le Parfum est cité 4 fois) ; Boris Vian (3) ; Emile Zola (2)

THEATRE : Pierre Desproges (2) ; Jean-Paul Sartre (3).

TABLEAU IX : LE GENRE DES LECTURES

	Ont lu un roman depuis 3 mois			Ont lu un ouvrage documentaire depuis 3 mois		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Ensemble de la clientèle	71	51	122	79	33	112
Moins de 20 ans	7	8	15	2	2	4
20 - 29 ans	21	23	44	16	9	25
30 - 39 ans	22	5	27	16	7	23
40 - 49 ans	7	10	17	19	10	29
50 - 59 ans	10	4	14	13	4	17
60 et plus	4	1	5	13	1	14
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	1	0	1	6	0	6
Cadres et professions intell. sup.	18	6	24	21	8	29
Professions intermé- -diaires	21	16	37	25	11	36
Employés	7	12	19	6	6	12
Ouvriers	8	2	10	8	1	9
Retraités	2	1	3	7	1	8
Autres inactifs	13	13	26	5	5	10
- dont étudiants	12	11	23	5	5	10

### C. LA FREQUENTATION DE LA LIBRAIRIE D'OCCASION.

#### 1. Fréquence des sorties chez les bouquinistes

Fréquentent le Marché aux Livres	nb	en%
Toutes les semaines	49	22,9%
Tous les quinze jours	23	10,8%
Une fois par mois	52	24,3%
Plus rarement	49	22,9%
Pratiquement jamais	16	7,5%
Viennent pour la 1ère fois	20	9,3%
Sans réponse	5	2,3%

Fréquentent les librairies d'occasion	nb	en %
Plusieurs fois par semaine	13	6,1%
Une fois par semaine	23	10,8%
Tous les quinze jours	11	5,1%
Une fois par mois	50	23,3%
Plus rarement	38	17,8%
Pratiquement jamais	7	3,3%
Jamais	65	30,4%
Sans réponse	7	3,2%

Pour près d'un tiers du public, le Marché aux Livres constitue le seul lieu d'approvisionnement en livres d'occasion. L'implantation du Marché aux Livres dans un lieu de plein air a donc sans doute contribué à la fréquentation d'une clientèle qui ne va pas dans les librairies d'occasion : l'étude des raisons qui motivent la fréquentation du Quai de la Pêcherie semble confirmer cette hypothèse.

Plus de la moitié de la clientèle fréquente très régulièrement le Marché aux Livres, au minimum une fois par mois. Ceux qui achètent aussi dans les librairies proprement dites sont moins nombreux. En revanche, une forte proportion d'entre eux est très assidue.

En croisant les données de fréquentation du Marché aux Livres et des librairies, on s'aperçoit que, sur les 142 personnes qui fréquentent la librairie d'occasion, même rarement, 38 (soit environ 25%) déclarent aller plus souvent dans les boutiques que sur les quais.

Aussi, d'une clientèle qui ne fréquente que le Marché aux Livres jusqu'à ceux qui vont plus souvent dans les librairies d'occasion, la clientèle du Marché aux Livres semble se composer de deux groupes, dont les logiques d'achat, peut-être les motivations, sont différentes.

## 2. Les raisons de la fréquentation

La question portant sur les motifs de fréquentation du Marché aux Livres autorisait plusieurs réponses. Nous avons demandé aux personnes interrogées de désigner le critère qui lui paraissait le plus important pour expliquer sa fréquentation. Un petit nombre de personnes n'ont pas su trancher en faveur de l'une ou l'autre des motivations (cf tableau X).

Le Marché aux Livres est avant tout, pour beaucoup, une occasion de sortie, qui cumule le plaisir de la promenade à celui de regarder ou d'acheter des livres. La qualité spécifique du marché de l'occasion, qui est de proposer des livres souvent disparus des librairies de livres neufs, ne vient qu'après le plaisir de la promenade, de la flânerie.

La proximité du Marché aux Livres joue aussi en sa faveur. Il faut souligner à ce propos que la très grande majorité du public réside dans l'agglomération lyonnaise: 62,6% des personnes interrogées habitent Lyon, 23,8% l'agglomération lyonnaise.

Aussi, les raisons qui incitent une bonne partie du public à fréquenter le Marché aux Livres sont des raisons qui ne tiennent pas directement au livre d'occasion. Bien sûr, cela ne signifie pas que la nature même du marché soit indifférente. Mais c'est le loisir, la promenade, qui priment sur la recherche de livres. Certains le soulignent en précisant qu'ils regardent plus qu'ils n'achètent.

TABLEAU X: Les raisons de la fréquentation

Viennent sur le Marché aux Livres	nombre de fois où cette raison est citée	nombre de personnes pour lesquelles cette raison est essentielle
- Parce que le marché est proche du domicile	42	22
- Parce qu'on peut flâner, prendre son temps	131	82
- Parce que les livres sont moins chers qu'ailleurs	62	18
- Parce qu'on trouve des livres qu'on ne trouve pas ailleurs	93	46
- Pour une autre raison	32	22
- Sans réponse	7	7
	<u>TOTAL :</u>	197



On remarquera d'autre part la faible importance qu'accorde le public au prix . Si beaucoup considèrent que c'est un atout du Marché aux Livres, ils sont très peu nombreux à fréquenter le Marché d'abord pour y trouver des livres moins chers.

Cette faible importance du prix dans les motivations du public est peut-être causée par une répugnance à mettre en avant des critères financiers dans une pratique culturelle. Seules quatre personnes soulignent qu'elles n'ont pas les moyens financiers qui leur permettraient de n'acheter que des livres neufs.

Si le prix a été peu cité, c'est aussi parce que le Marché aux Livres est jugé cher par certains: neuf personnes trouvent que les livres " ne sont pas moins chers qu'ailleurs " ; cinq pensent même qu'ils sont " plus chers qu'ailleurs ". Il semble que cet " ailleurs " représente plutôt les autres lieux où l'on vend du livre d'occasion que les librairies de livres neufs. C'est donc pour ceux qui, de toutes façons, achètent du livre d'occasion que le prix n'est pas un motif suffisant de fréquentation du Marché aux Livres. Mais cela n'exclut pas que la fréquentation des lieux de l'occasion en général soit motivée en partie par le prix des ouvrages.

Parmi les motifs de fréquentation qui ne figuraient pas dans la grille du questionnaire, plusieurs sont cités plusieurs fois: huit personnes signalent que le Marché aux Livres se situe sur leur trajet; quatre viennent sur le Quai de la Pêcherie parce qu'" il y a du choix ". Mais c'est aussi parce qu'ils aiment marchander, "chiner", "fouinasser", parce qu'il y a un "plaisir de la découverte" , ou encore parce que les bouquinistes sont des amis, avec lesquels il y a " un bon contact ", que certains fréquentent le Marché aux Livres.

Les spécificités de la librairie d'occasion (offre de livres qui ne sont plus dans le commerce, possibilité de marchander, plaisir de chercher ...) constituent donc bien des motifs de fréquentation. Mais le Marché aux Livres est aussi, pour le plus grand nombre, " la balade du dimanche ", comme le souligne l'une des personnes interrogées.

### 3. Les stratégies d'achat

En venant sur le Marché aux Livres, beaucoup de personnes ne savent pas vraiment ce qu'elles viennent y chercher (cf. tableau XI). Certains savent que, s'ils achètent, ce sera plutôt tel ou tel type de livres. Mais assez rares sont ceux qui partent à la recherche d'un titre ou d'un auteur précis.

Les genres recherchés par les personnes interrogées correspondent globalement à leurs lectures: sur les 75 personnes qui déclarent rechercher un genre littéraire précis, 21 cherchent des ouvrages de type historique, 8 des récits de voyage, 5 des ouvrages ésotériques. Il faut noter pourtant qu'un petit nombre de personnes se déclare intéressé uniquement par un sujet très précis ( l'entre- deux guerres, l'Arménie, Stalingrad ), et n'acheter que des ouvrages qui concernent ce thème: il pourrait bien s'agir là de collectionneurs.

Le nombre important de personnes qui viennent sur le Quai de la Pêcheurie sans rien rechercher de précis est sans doute pour beaucoup dans le fort taux de personnes qui déclarent ne jamais demander conseil aux libraires (cf. tableau XII). N'ayant pas de désirs d'achat particuliers, ils n'ont pas besoin de ce conseil.

Il est probable que pour beaucoup de personnes interrogées, la visite du Marché aux Livres n'est pas nécessairement reliée à un désir d'achat. C'est une promenade, au cours de laquelle un livre est susceptible d'attirer l'attention. Si quelques personnes, essentiellement des étudiants, ajoutent qu'ils viennent sur le Marché aux Livres quand ils ont besoin de livres, ceux-ci restent très minoritaires (4).

L'étude des critères d'achat nous semblait intéressante, car nous voulions savoir dans quelle mesure l'achat du livre d'occasion obéissait à une logique propre à celui-ci. La rareté d'un livre, son caractère esthétique ou son prix peu élevé peuvent être déterminants. Mais il est possible aussi que le choix d'un livre d'occasion s'opère, comme pour un livre neuf, à partir du titre, de l'auteur ou du genre de l'ouvrage.

Comme pour les motifs de fréquentation, nous avons demandé aux gens de désigner le critère d'achat le plus important pour eux.

TABLEAU XI: Les attentes des clients

En venant sur le Marché aux Livres, cherchent:	nb	en% des réponses
Rien de précis	112	47,5%
Un genre littéraire précis	75	31,8%
Un titre précis	19	8,1%
Un auteur précis	17	7,2%
Des journaux, des cartes postales, des revues	6	2,5%
Sans réponse	7	
TOTAL	236 *	

\* Certaines personnes ont donné deux réponses.

TABLEAU XII: La demande de conseils

	nb	en %
Ne demandent pas conseil	187	87,3%
Demandent parfois conseil	16	7,5%
Demandent conseil	4	1,9%
Sans réponse	7	3,3%

TABLEAU XIII : Les critères d'achat

	citent ce critère	considèrent ce critère comme le principal
Le titre ou l'auteur	114	81
La qualité du texte	19	15
Le prix	37	7
Le genre littéraire	50	26
La rareté du livre	46	21
L'aspect du livre	54	22
Autre raison	9	6
Sans réponse	7	

Là encore, un certain nombre de personnes n'ont pas pu décider entre plusieurs critères.

Nous avons ajouté au tableau XIII le critère de qualité d'un texte, qui n'apparaissait pas dans notre questionnaire, mais qui a été cité spontanément par plusieurs personnes.

Il apparaît que les qualités qui décident à l'achat d'un livre d'occasion ne sont pas foncièrement différentes, pour la plupart des gens, de celles qui décident à l'achat d'un livre neuf. Le titre, l'auteur, le genre littéraire sont les critères les plus cités, et souvent les plus importants. Le caractère esthétique d'un livre, sa rareté, sont pris en compte, mais ne sont déterminants que pour un plus petit nombre de personnes. Le prix du livre, là encore, paraît peu important.

La démarche d'achat du public des librairies d'occasion paraît donc se calquer sur celle du livre neuf: ce n'est pas tant parce qu'un livre est rare, ou bien relié, qu'on se décide à l'acheter ; c'est plutôt parce qu'on connaît le nom de l'auteur, parce que le genre ou le titre inspirent le futur lecteur.

L'idée selon laquelle le public des librairies d'occasion se composerait en majorité de " bibliomanes ", attentifs uniquement à l'aspect d'un livre ou à son originalité, ne se trouve donc pas confirmée par notre enquête.

Si le prix des ouvrages n'est pas une raison suffisante pour fréquenter le Marché aux Livres, s'il ne représente pas non plus une incitation importante à l'achat, la grande majorité des personnes interrogées déclarent pourtant acheter le plus souvent des livres à moins de cent francs (cf. tableau XIV) . Le nombre de personnes qui achètent décroît en même temps que le prix s'élève.

Si l'importance du prix semble avoir été négligée dans les motivations d'achat, il s'avère donc que la grande majorité des gens profitent pourtant de la présence d'ouvrages à moins de trente ou soixante francs.

Il semble donc que les stratégies d'achat du public du Marché aux Livres ne soient pas, le plus souvent , spécifiquement en rapport avec le livre d'occasion. On flâne, on "furète", sans doute plus que

dans une librairie, mais ceci tient à la situation même du marché, espace ouvert en centre-ville. Le marché se présente comme un lieu d'animation culturelle, plutôt que comme un lieu de vente où l'on vient chercher un ouvrage déterminé. Lorsqu'on achète, même si l'on achète moins cher, la décision d'achat procède des mêmes critères que pour l'achat d'un livre neuf: titre, auteur, genre du livre. S'il existe une clientèle qui fréquente le Marché aux Livres pour y trouver des ouvrages précis, des livres devenus rares, des illustrations ou des reliures de qualité, cette clientèle semble être minoritaire.

TABLEAU XIV: Prix moyen d'un achat d'occasion

Achètent le plus souvent des ouvrages dont le prix est:	nb	en %
Au plus de 30 francs	66	30,8%
Au plus de 60 francs	43	20,1%
Au plus de 100 francs	38	17,8%
Au plus de 200 francs	19	8,9%
Supérieur à 200 francs	12	5,6%
Déclarent que le prix est sans importance	20	9,3%
Sans réponse	16	7,5%

#### D. LES PRATIQUES DE VENTE ET D'ECHANGE

Il nous paraissait important de connaître les pratiques de vente et d'échange pour plusieurs raisons. D'une part, nous pouvions ainsi estimer la part de ceux qui alimentent eux-mêmes le circuit du livre d'occasion. D'autre part, il nous semblait que la vente ou l'échange de livres pouvait être l'indice d'une familiarité avec le circuit du livre d'occasion.

Les résultats obtenus (cf. tableau XV) montrent que plus de la moitié des personnes interrogées n'ont jamais eu recours à la vente. Si beaucoup d'entre eux n'ont sans doute jamais ressenti l'envie ni la nécessité de vendre, cette question a suscité aussi quelques réactions de principe: huit personnes préfèrent donner leurs ouvrages; un client signale qu'"il ne faut jamais vendre".

Les personnes qui ont déjà vendu des livres se recrutent à tous les âges (sauf chez les moins de vingt ans), et dans tous les milieux socio-professionnels. Les circonstances qui amènent à la vente sont de divers ordres.

27 personnes déclarent s'être "débarrassés" de livres qui ne les intéressaient plus. C'étaient "des livres trop lus", des "livres qu'on ne lit plus", des "livres qu'on ne lit qu'une fois". Beaucoup ont précisé le type d'ouvrages, comme pour souligner leur peu de valeur: des "polars", des "San-Antonio", des "poches". Il s'agit d'"éliminer" des livres dont la possession n'est plus sentie comme gratifiante ou utile.

Dans le même ordre d'idées, six personnes déclarent avoir vendu des ouvrages qui ont servi à leur scolarité ou à l'exercice de leur profession. Dépassés ou devenus inutiles, ces ouvrages sont vendus.

Pour 17 personnes, la vente d'ouvrages est rendue nécessaire par le manque de place. C'est "quand l'étagère s'écroule", que ces personnes se décident à vendre.

Pour 14 personnes, la vente d'ouvrages a correspondu à une période de difficultés financières. Pour 6 autres, c'est une circonstance particulière qui a amené à vendre des livres: un déménagement, un décès,

un grenier qu'on vide, sont autant d'occasions ponctuelles de vente de livres.

11 personnes déclarent vendre des livres quand ils les ont en double. Parfois, c'est quand on a trouvé une meilleure édition, un livre en meilleur état, qu'on vend celui qu'on possédait. Il ne s'agit plus là d'ouvrages jugés inintéressants.

Enfin, 18 personnes vendent leurs ouvrages pour renouveler leur bibliothèque. Il s'agit parfois de vendre "pour faire un achat plus important". Le plus souvent, c'est "pour en acheter d'autres" que ces personnes vendent leurs livres. Pour quelques uns, la vente semble très liée au développement d'une collection :

*" Je vends les livres qui ne sont pas de mon domaine, ou quand j'en ai trop sur un domaine, ou quand je change de domaine ".*

Deux autres personnes parlent de vendre quand il y a un changement de leur "pôle d'intérêt."

Enfin, dix personnes préfèrent échanger leurs livres, parfois " avec des personnes qui recherchent les mêmes auteurs", le plus souvent pour pouvoir en lire plus.

Globalement, il existe donc une quarantaine de personnes qui vendent ou échangent leurs livres pour un tirer un avantage lié au livre et à la lecture: pouvoir acheter ou lire d'autres livres, acquérir une meilleure édition ou un livre en meilleur état. Pour les autres, les raisons qui motivent la vente ne sont pas toujours liées au livre lui-même: occasions ponctuelles, crises financières ou problèmes de place amènent à se débarrasser de livres qu'on juge inintéressants.

La vente de livres demeure occasionnelle pour la plupart des personnes interrogées. Seules 5,1% d'entre elles pratiquent régulièrement la vente ou l'échange.

TABLEAU XV: La vente et l'échange de livres

Pratiquent la vente ou l'échange	nb	en %
Jamais	118	55,1%
Une fois	26	12,1%
Plusieurs fois	51	23,8%
Régulièrement	11	5,1%

## E. LES RESULTATS OBTENUS EN LIBRAIRIE

Pour des raisons que nous avons expliquées par ailleurs; nous avons choisi de ne pas assortir ces chiffres de commentaires.

Nombre de questionnaires: 33  
 dont 29 émanent d'hommes,  
 4 de femmes

<u>Age</u>	Moins de 20 ans	1
	20- 29 ans	8
	30- 39 ans	7
	40-49 ans	3
	50- 59 ans	5
	60 ans et plus	4
	Sans réponse	5

### Catégories socio-professionnelles

Artisans, commerçants chefs d'entreprise	1
Cadres et professions intell. sup.	8
Professions inter- médiaires	3
Employés	5
Ouvriers	1
Retraités	4
Autres inactifs	6
- dont étudiants	5
Sans réponse	5

<u>Diplômes</u>	Aucun diplôme/ CEP	3
	BEPC/ CAP	4
	Baccalauréat	9
	1er cycle univ.	5
	2e ou 3e cycle	8



Lieux d'achats cités

Librairie de livres neufs	11
Super-marché ou grand mag.	3
Correspondance	3
FNAC	8
Soldeurs	7
Occasion	27
Autres	1
Sans réponse	2

Fréquentation des lieux de l'occasionBoutiques

Plusieurs fois/ semaine	10
1 fois/ semaine	14
Tous les 15 j.	2
1 fois/ mois	5
Sans réponse	2

Marché auxLivres

Toutes les semaines	9
Tous les 15 j.	4
1 fois/ mois	4
Rarement	6
Pratiquement jamais	6
Jamais	3
Sans réponse	1

Lieu de résidence

Lyon	21
L'agglomération	5
Ailleurs	6
Sans réponse	1

Pratiques d'achatNombre global d'achats  
en trois mois

1 à 4	3
5 à 9	2
10 à 14	8
15 et plus	17

Nombre d'achats  
en occasion

1 à 4	4
5 à 9	9
10 à 14	3
15 et plus	15

Sans réponse, pour chacune des deux questions : 2

Pratiques de lectureNombre de livres  
lus en trois mois

0	1
1 à 4	4
5 à 9	7
10 à 15	6
15 et plus	11
Sans réponse	4

Le dépouillement des livres cités ne nous a pas paru nécessaire, dans la mesure où certaines librairies spécialisées (notamment en science-fiction) nous ont fourni beaucoup plus de réponses que d'autres.

Stratégies d'achat

Généralement, le client cherche:

Rien de précis	14
Un genre litt.	15
Un titre précis	8
Un auteur précis	9
Des journaux, cartes, etc	4

<u>Demande de conseils</u>	Oui	7
	Non	25
	Sans réponse	1

Motif principal de fréquentation d'une librairie d'occasion

-Proximité de la librairie	4
-Accueil du libraire	6
-Livres moins chers	6
-Livres qu'on ne trouve pas ailleurs	8
-Spécialisation de la librairie	3

Critère principal d'achat d'un ouvrage

- Titre/Auteur	7
- Genre litt.	3
- Aspect	2
- Rareté	4
- Prix	3
- Autres	1

Prix moyen dépensé pour un livre d'occasion

30 F. au plus	11
60 F. au plus	9
100 F. au plus	3
200 F. au plus	4
Prix sans importance	3

#### IV. ELEMENTS DE CONCLUSION

Les résultats obtenus sur le Marché aux Livres de Lyon montrent donc que la fréquentation du marché de l'occasion est plutôt le fait d'une clientèle jeune, très diplômée, et en majorité masculine. Dans cette clientèle, les catégories socio-professionnelles qui, au niveau national, ont un accès privilégié au livre, sont sur-représentées.

Même si l'on tient compte de leur surévaluation probable, les pratiques de ce public en matière d'achat de livres et de lecture sont particulièrement intensives.

S'il existe bien un public de " collectionneurs enragés", pour citer Pierre Larousse, celui-ci ne constitue qu'une minorité de la clientèle. Pour la majorité du public du Marché aux Livres (puisque nous savons peu de choses de celui des librairies proprement dites), la fréquentation du marché de l'occasion n'est pas exclusive de toute autre, et l'achat de livres d'occasion ne constitue même qu'une petite partie de ses achats de livres.

L'étude des stratégies d'achat de ce public montre bien que, pour une grande partie des personnes interrogées, les caractères particuliers du livre d'occasion comptent moins que l'animation culturelle que constitue le Marché aux Livres.

Il semble donc bien que la fréquentation de ce marché lyonnais soit plutôt une pratique de surenchère culturelle (diversification des lieux d'achat, promenade dans un lieu marqué culturellement...). Si l'on pouvait penser que la présence d'un lieu de vente en plein air, que l'offre de livres à un prix souvent peu élevé, pouvaient attirer une clientèle qui d'ordinaire lit peu et achète peu de livres, force est de constater qu'il n'en est rien. Au contraire, la fréquentation de ce marché apparaît comme plus discriminante socialement et culturellement que celle des autres points de vente du livre: l'intensité des pratiques d'achat et de lecture, la sur-représentation (plus marquée qu'au niveau national) de deux catégories socio-professionnelles et des plus diplômés, semblent confirmer cette hypothèse. Pour ceux-là, la fréquentation du Marché aux Livres s'ajoute à des pratiques d'achat et de lecture déjà intensives.

L'implantation géographique très centrale de la librairie d'occasion contribue sans doute à cette situation: les travaux de Robert Escarpit ont montré la position centrale d'un réseau lettré (1). Mais il faut noter aussi que les caractères propres à la librairie d'occasion sont susceptibles d'accentuer la discrimination sociale qui existe toujours concernant les pratiques liées au livre.

Certains ont pu penser que l'absence d'un classement strict, dans les librairies d'occasion, pouvait contribuer à la fréquentation d'un public d'ordinaire éloigné du livre: saisir la logique d'un classement présuppose une connaissance du livre, et ceux qui ne la possèdent pas se voient donc contraints, ou à renoncer, ou à demander une aide qui est souvent sentie comme un aveu d'échec. Dans les librairies d'occasion, l'absence d'un classement évident permettrait de demander une aide sans avoir le sentiment d'un échec, de fureter sans paraître désorienté (2).

Il nous semble, au vu des résultats obtenus, que cette absence de classement contribue au contraire à favoriser une clientèle qui possède une bonne connaissance des livres. La majorité des personnes interrogées ne demande pas conseil au libraire, et choisit ses ouvrages grâce au titre et au nom de l'auteur: cette démarche implique de savoir s'orienter dans un classement très approximatif. Elle suppose surtout que les titres et les auteurs des ouvrages soient connus de l'éventuel client. Aussi, plutôt que de favoriser un public qui maîtrise mal le classement des livres, l'apparent désordre ne fait-il que renforcer la prédominance des personnes les plus familiarisées avec le livre.

L'analyse de la décision d'achat que fait Françoise Benhammou (3) nous semble expliquer en partie cette prédominance. Pour elle, la décision d'achat d'un livre intervient lorsque l'"univers de références" de l'individu coïncide avec les caractères de l'ouvrage: c'est parce qu'il reconnaît dans le livre des éléments qu'il maîtrise déjà, qui lui sont familiers, que le client porte son choix plutôt sur tel ouvrage que sur tel autre. Françoise Benhammou suggère également que le choix d'un lieu d'achat est souvent en rapport avec cet "univers de références" du client.

(1) op. cit.

(2) PRIVAT, Jean-Marie et VINSON Marie-Christine. Les intermédiaires de lecture. IN Pratiques.

(3) BENHAMMOU, Françoise. La consommation marchande de livres en France: un essai d'interprétation économique. IN Economie et culture

Si l'on considère les caractères de la librairie d'occasion, force est de constater que l'"univers de références" qu'elle propose est loin d'être accessible à tous. Les livres ne sont pas classés, la signalisation est inexistante. Le plus souvent, les ouvrages proposés ne sont pas très récents et ne font donc plus l'objet d'une promotion. Aussi, la connaissance d'un titre, d'un auteur, ne doit rien à l'actualité, et c'est parce qu'on possède déjà, avant de venir sur le Marché, des informations sur le livre que le choix est possible. C'est donc plus naturellement chez ceux qui disposent d'une "culture littéraire" étendue que se recrutent le public des librairies d'occasion. La sur-représentation des diplômés du second cycle universitaire doit sans doute à ce phénomène. De même, la plus grande partie du public est issue de milieux où une sociabilité autour du livre est courante. Ce qu'écrivent Danielle et Francis Marcouin à propos du lecteur averti semble être le cas de la majorité des personnes interrogées sur le Marché aux Livres:

*" Sociabilité directe par le contact avec d'autres amateurs, sociabilité indirecte par le truchement de revues, d'articles critiques, de catalogues. Le connaisseur n'est pas celui qui a tout lu, dans sa partie, mais qui sait se reconnaître dans la jungle des noms. Aisance qui s'oppose au malaise du non-initié, peu attentif aux noms d'auteurs, et à qui l'on proposera, pour le rassurer, des séries.*

*Ce malaise est d'autant plus développé qu'il s'appuie sur une idée magique du lecteur averti. Celui-ci n'aurait pas eu à acquérir sa compétence, et il affecte souvent une parfaite indépendance, comme s'il ne se laissait jamais influencer par les critiques. (...). En fait, indépendamment de leurs qualités, on voit bien qu'ils (les critiques) tissent autour de ces auteurs des réseaux, un circuit de guidage et d'accompagnement qui empêche les livres d'être présentés " en tas ", dans l'anonymat le plus complet. Il est passionnant de s'interroger sur tout ce qui précède l'acte d'acheter ou d'emprunter tel livre plutôt que tel autre: le lecteur " à l'aise" est sans doute celui qui a bénéficié du plus grand nombre d'aides, souvent très indirectes et méconnues, mais qui lui donnent son assurance." (1)*

---

(1) MARCOUIN, Danielle et Francis. Le partage de la lecture.  
Pour une sociologie de la lecture

Aussi, si la fréquentation de la librairie d'occasion apparaît plus discriminante que celle des autres points de vente du livre, il est possible que cela tienne à la nature même du marché de l'occasion: pouvoir choisir sans l'aide d'un classement, sans l'appui d'une information récente (la critique) , implique d'avoir acquis une compétence particulière, qui peut être le fait d'une scolarisation poussée comme de l'appartenance à un milieu où les pratiques liées au livre sont très socialisées.

Il ne s'agit là, bien sûr, que d'une hypothèse. D'autres travaux seraient nécessaires, pour savoir si la sur-représentation d'un public lettré est aussi accentuée dans d'autres villes françaises. L'hypothèse selon laquelle la nature même de la librairie d'occasion entraînerait une sélection du public reste une hypothèse et notre travail ne peut constituer qu'une première approche du sujet.



## BIBLIOGRAPHIE

## INTRODUCTION

Comme nous l'avons signalé, il existe peu d'ouvrages sur la librairie d'occasion. Cependant, pour mieux situer celle-ci dans l'ensemble du marché du livre en France, il nous a paru nécessaire d'introduire dans cette bibliographie des ouvrages concernant les canaux de distribution du livre en France.

La sociologie de la lecture constitue le deuxième pôle de notre bibliographie. Après quelques ouvrages généraux indispensables pour fonder une méthodologie et connaître les pratiques de lecture des Français, nous avons réuni plusieurs études portant sur l'offre du livre dans quelques villes. Ces études nous renseignent à la fois sur le marché du livre dans ces villes, et sur les pratiques d'achat de leurs habitants. Aussi sont-elles centrales pour notre étude.

La dernière partie de notre bibliographie regroupe les ouvrages traitant plus particulièrement du livre d'occasion ou du livre soldé. Nous avons choisi d'y présenter, entre autres références, quelques mémoires de libraires et quelques articles de dictionnaires: ces textes portent sur la clientèle des appréciations qui nous ont semblé intéressantes.

Pour chacun des aspects envisagés, les ouvrages portant plus précisément sur Lyon ont été regroupés à la fin de chaque partie.

## A. LE MARCHÉ DU LIVRE EN FRANCE

- 1 - BAPTISTE-MARRAY. Eloge de la librairie avant qu'elle ne meure.  
Cognac: Le temps qu'il fait, 1988. 129 p.

Comme son titre l'indique, ce livre développe un discours alarmiste sur la situation actuelle de la librairie, menacée de devenir un lieu anonyme. L'auteur regrette la convivialité des librairies-salons de lecture, qui mêlaient livres anciens et nouveautés. Il propose que toute librairie se livre au commerce du livre soldé, afin d'éviter le pilon à des ouvrages de qualité.

- 2 - BENHAMMOU, FRANCOISE. Le marché du livre: un état des travaux.  
Revue française de sociologie, juillet-septembre 1986, n° XXVIII-3,  
pp. 545-558.

L'auteur insiste sur la rareté des travaux économiques sur le livre, et sur la nécessité de construire des schémas qui rendent compte de l'ensemble du fonctionnement du marché.

- 3 - BRETON, JACQUES . Le livre français contemporain: manuel de bibliologie. Malakoff: Solin, 1988, 2 vol., 803 p.

On consultera plus particulièrement la quatrième partie, "Vente", qui présente une synthèse, parfois polémique, de la situation actuelle de la librairie.

- 4 - FRANCE. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ET DE LA PROSPECTIVE. Les points de vente du livre en France . Paris: La Documentation Française, 1987. 267 p.

Dirigée par Paul Claval, cette enquête étudie les réseaux de vente du livre en France, à travers douze départements. Le poids du réseau urbain y est souligné. La typologie de la librairie qui se dégage de cette étude exclut la librairie d'occasion, sinon comme un moyen de promotion. En effet, ce sont les fichiers d'éditeurs et l'appartenance à un syndicat professionnel qui ont servi à relever les librairies.

- 5 - RENARD, HERVE. Les canaux de vente du livre. Cahiers de l'économie du livre , mai 1989, n°1, pp. 10-25.

Cet article présente les différents types d'enquêtes portant sur le marché du livre. Les méthodes employées diffèrent selon les organismes ( INSEE, SOFRES, SNE ...), ce qui explique la disparité des résultats. En conclusion, l'auteur propose une nouvelle grille d'enquête sur les pratiques d'achat de livres en France.

- 6 - RENARD, HERVE. Les achats de livres des Français, 1981-1988.  
Cahiers de l'économie du livre, mars 1990, n°3, pp. 4-56.

Cet article révèle les résultats de l'enquête réalisée par la Sofres depuis 1981. Après une étude de la méthode employée, Hervé Renard analyse l'évolution du marché du livre. Fait important pour notre étude, il constate l'évolution favorable que connaît le marché de l'occasion et des soldes.

- 7 - ROUSSY, BERNADETTE. Librairie. Paris: Centre d'Etudes du Commerce et de la Distribution, 1987. 162 p. Collection Dossiers Professionnels.

Cet ouvrage reprend différentes statistiques concernant la distribution et la consommation du livre, avant d'aborder des problèmes de gestion plus proprement professionnels. La place du livre d'occasion varie selon ces enquêtes. L'auteur attribue la stagnation de la consommation de livres à un report des achats sur les livres de poche, les soldes et les occasions.

- 8 - VALERO, LYDIE et HARRONIS, JEAN. La diffusion du livre en Rhône - Alpes. Actualité Rhône-Alpes du livre, décembre 1982, n° 0, pp. 28-35.

Cet article donne des indications assez générales sur la diffusion et l'édition dans la région.

## B. LA SOCIOLOGIE DE LA LECTURE

### 1. Ouvrages de méthodologie

- 9 - BENHAMMOU, FRANCOISE. La consommation marchande de livres en France: un essai d'interprétation économique. Economie et culture: 4ème conférence internationale sur l'économie de la culture, Avignon 12-14 mai 1986. Paris: La Documentation Française, 1989. Vol. 3: industries culturelles, pp. 111-124.

L'étude de la décision d'achat d'un livre est l'objet de cet article, essentiellement méthodologique. L'auteur souligne que la décision d'acheter tel livre est toujours sous-tendue par un univers de référence, qu'il importe de connaître si l'on veut établir une typologie des comportements des acheteurs. Le lieu d'achat serait alors comme un reflet de l'univers de référence de l'individu.

10 - DUMAZEDIER, JOFFRE et HASSENDORFER, JEAN. Eléments pour une sociologie de la production, de la diffusion et de l'utilisation du livre. Bibliographie de la France , 15 juin, 29 juin et 6 juillet 1962, pp. 1-100.

11 - GHIGLIONE, RODOLPHE et MATALON, BENJAMIN. Les enquêtes sociologiques : théories et pratiques . Paris: Colin, 1978. 301 p.

Un ouvrage clair, qui présente les grands principes de l'entretien, du questionnaire, en abordant des problèmes pratiques. Le traitement des données et l'interprétation des résultats y sont également traités.

12 - POULAIN, MARTINE (dir.). Pour une sociologie de la lecture: lectures et lecteurs dans la France contemporaine . Paris: Cercle de la Librairie, 1988. 241 p. Collection Bibliothèques.

Les textes réunis dans cet ouvrage constituent une synthèse des recherches actuelles en sociologie de la lecture. Les auteurs soulignent l'insuffisance des données quantitatives et prônent une sociologie plus attentive aux phénomènes de légitimité des lectures et d'appropriation des textes. Un ouvrage important, parce qu'il met en évidence des problèmes méthodologiques et des concepts indispensables à toute sociologie de la lecture.

## 2. Quelques chiffres sur la lecture en France

13 - DONNAT, OLIVIER. Les Français et la lecture: un bilan en demi-teinte. Cahiers de l'économie du livre , mars 1990, n°3, pp. 57-70.

Cet article présente une synthèse et une analyse de l'évolution des pratiques de lecture mises en évidence par la récente édition des Pratiques culturelles des Français (cf. infra) . On y constate la féminisation du lectorat, son vieillissement, mais aussi une amélioration modérée de la diffusion du livre en France.

14 - FRANCE. MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ET DE LA PROSPECTIVE. Les pratiques culturelles des Français: 1973-1989 . Paris: La Documentation Française; La Découverte, 1990. 275 p.

Cet ouvrage fondamental présente des données chiffrées sur l'ensemble des pratiques culturelles des Français. Une partie est plus particulièrement consacrée aux pratiques liées au livre. On pourra aussi consulter l'édition précédente du même ouvrage, qui comportait une question sur les lieux d'achat.

- 20 - ESCARPIT, ROBERT. Les publics du livre . Le livre français, hier aujourd'hui , demain. Sous la direction de Julien Cain, Robert Escarpit et Henri-Jean Martin. Paris: Imprimerie Nationale, 1972. pp. 207-209.

Cet article complète l'ouvrage précédent et le nuance. L'auteur précise que les interpénétrations des deux circuits de lecture sont nombreuses: l'hyper-marché comme la télévision constituent des "lieux de rencontre " entre les deux groupes. Plus loin, Robert Escarpit s'interroge sur les moyens de motiver une population à la lecture, et souligne l'importance de la proximité dans les pratiques de lecture.

- 21 - LABLANCHE, PHILIPPE. La distribution du livre dans une ville moyenne: Chaumont .Villeurbanne: Ecole Nationale Supérieure de Bibliothécaires, 1986. 75 f.,2 cartes.

Philippe Lablanche a appliqué à Chaumont le modèle d'études proposé par la B.P.I (cf. supra). Cette étude d'une ville moyenne souligne les disparités de l'offre entre grandes villes et villes de moyenne importance.

#### SUR LYON

- 22 - BARBIER,FRANCOISE ; BERNON ,JEAN et SIMMONET, GENEVIEVE. Atlas de la lecture à Lyon . Villeurbanne: Ecole Nationale Supérieure de Bibliothécaires, 1978. 83 f.

Inspiré des travaux de R. Escarpit, les auteurs ont étudié deux arrondissements de Lyon, très différents l'un de l'autre. Les librairies d'ancien et d'occasion, mais aussi de location de livres, sont pris en compte dans cette étude, qui est malheureusement un peu vieillie.

- 23 - PAVIOL, M. (et alii). Livres et lecteurs à Lyon: six enquêtes psychosociologiques en 1965 . Lyon: Bibliothèque municipale,1968. 174 p.

Cette étude est essentiellement consacrée au réseau de lecture publique lyonnais. Cependant, les auteurs ont aussi examiné les points de vente du livre et les motivations de lecture de certains habitants. Bien qu'en partie périmée, l'analyse cartographique de l'implantation des librairies peut être utile pour mesurer les évolutions.

### 3. Les types de lecteurs et leurs motivations

- 16- ASSOCIATION NATIONALE POUR LA FORMATION ET LE PARFECTIIONNEMENT PROFESSIONNEL EN LIBRAIRIE ET EN PAPETERIE. Le métier de libraire. Nouv. éd. corr. Paris: Promodis, 1988. 317 p.

On consultera plus particulièrement le chapitre consacré aux "Visages de la clientèle". Ce chapitre reprend les résultats de l'enquête élaborée par SERVICES et ORGANISATIONS (SERVO), en 1976. Les auteurs dégagent une typologie de la clientèle, qui prend en compte les pratiques d'achat, de lecture, le type de livres lus et les lieux d'achat.

- 17 - SYNDICAT NATIONAL DE L'EDITION. Etudes sur la lecture et le livre en France . Paris: Syndicat national de l'édition, 1960. Non paginé.

Cet ouvrage présente les résultats d'une enquête réalisée par l'IRES en 1960. Si les chiffres sont périmés, le mérite de cette étude est d'avoir tenté d'approcher les motivations de lecture des Français. Les conclusions présentées sont parfois caricaturales, mais la distinction entre les pratiques réelles de lecture et les représentations et discours des personnes interrogées reste intéressante.

### 4. Enquêtes sur la distribution du livre dans quelques villes

- 18 - BIBLIOTHEQUE PUBLIQUE D'INFORMATION. SERVICE DES ETUDES ET DE LA RECHERCHE. L'offre du livre à Paris . Paris: Centre Georges Pompidou, 1982. 3 vol. , 224 p.

Cette enquête sur trois arrondissements de Paris tente de dégager une nouvelle typologie des points de diffusion du livre à Paris. La méthode employée renouvelle les travaux de Robert Escarpit (cf. infra) , et se révèle très intéressante. L'analyse cartographique souligne la concentration des librairies d'occasion et d'ancien au coeur de Paris.

- 19 - ESCARPIT, ROBERT et LEBAS, MIREILLE. Nouvel atlas de la lecture à Bordeaux . Bordeaux-Talence: Maison des sciences de l'homme, 1976. 45 p.

Cette refonte de l'Atlas de la lecture à Bordeaux (1963) présente les différents points de vente du livre et distingue un circuit populaire et un circuit lettré du livre, qui s'opposent tant dans l'implantation que dans la présentation et le choix des livres. En 1963, cette enquête était la première du genre, et a inspiré certains des travaux présentés ici. L'opposition entre les deux circuits du livre mériterait d'être nuancée, mais l'importance de l'implantation des librairies dans le tissu urbain reste toujours valable.

## C. LIBRAIRES D'OCCASION ET LIBRAIRES D'ANCIEN.

### 1. Répertoire

- 24 - BASANE, DENIS. Guide des librairies d'ancien et d'occasion: 307 adresses parisiennes classées par quartiers, 192 adresses provinciales classées par départements, index alphabétique et par spécialités . Paris: Hudschnid et Bouret, 1983. 221 p.

Ce répertoire, déjà en partie périmé, recense les principaux libraires d'ancien lyonnais et leurs spécialités. Il n'est, bien entendu, pas exhaustif puisque la majeure partie de l'ouvrage est consacrée aux libraires parisiens.

### 2. Libraires d'ancien et bibliophiles

- 25 - BAUDRILLARD, JEAN. Le système des objets . Paris: Gallimard, 1968. 288 p.

Deux chapitres intéressent notre étude, l'un consacré à l'objet ancien, l'autre à la collection. Jean Baudrillard souligne le caractère symbolique plus que fonctionnel de l'objet ancien, et les motivations souvent irrationnelles des collectionneurs. L'interprétation psychanalytique qu'il en fait est contestable, mais reste intéressante.

- 26 - BONNEFOY, CLAUDE. Libraires d'ancien, libraires heureux ?  
Bulletin du livre , septembre 1976, n°296, pp. 44-49

Les libraires de livre ancien échappent, nous dit l'auteur, aux problèmes que connaissent les libraires dans leur ensemble. Ils n'ont rien à craindre de la concurrence des grandes surfaces et bénéficient d'une clientèle fidèle. C'est une bonne connaissance des livres, la spécialisation dans un domaine et la vente sur catalogue qui leur vaut leur succès. Claude Bonnefoy insiste sur le rôle double de l'amateur de livres, qui est à la fois un fournisseur et un client. Les libraires interrogés soulignent que leur clientèle est plus intéressée par la qualité des textes que par des ouvrages purement bibliophiles.

- 27 - HESSE, RAYMOND. Histoire des bibliophiles de France de 1820 à 1930.  
Tome 2 :Les sociétés d'après-guerre, Paris: Giraud-Badin, 1931. 300 p.

Cet ouvrage présente le Cercle lyonnais du livre, spécialisé dans les ouvrages régionalistes. Son intérêt pour notre étude réside dans le fait que les professions des membres sont citées. Il se dégage de l'article une morale du bibliophile. En effet, les membres déplorent "l'esprit de lucre" de certains amateurs et interdisent aux adhérents de leur société de vendre leurs ouvrages.



### 3. Libraires d'occasion.

- 28 - Les bouquinistes: une dernière chance pour les livres. Bibliographie de la France- Biblio , juin 1979, n° 26, pp. 21-24.

Cet article présente succinctement l'histoire des bouquinistes des quais parisiens et leur situation actuelle.

- 29 - LEFEVRE, DOMINIQUE. Les marchands d'esprit. L'Express , avril 1982, n° 1608.

L'auteur propose un panorama assez général de la librairie d'occasion.

- 30 - SENEAL, DIDIER. Livres d'occasion: où trouver des bonnes affaires, à quel prix ?. Lire , juin 1989, n° 165, pp. 43-54.

L'auteur présente quelques librairies d'occasion de Paris et de province. Leurs clients sont souvent des collectionneurs, essentiellement masculins. L'ensemble est suivi de quelques conseils à l'acheteur potentiel. Le mérite de cet article est de souligner la diversité des librairies, tant dans le choix d'ouvrages que dans le fonctionnement.

- 31 - RENARD, HERVE. Les demi-soldes de la culture: le sort des livres invendus. Bulletin des bibliothèques de France, novembre-décembre 1983, T 28, n° 6, pp. 625-636.

L'auteur étudie le circuit des soldes d'éditeurs, rachetés par des grossistes soldeurs. Les éditeurs estiment que cette pratique permet d'allonger la vie du livre, mais aussi d'attirer une clientèle qui, d'ordinaire, lit peu. C'est essentiellement pour cette dernière affirmation que nous avons retenu cet article, dont le propos est un peu éloigné de notre sujet.

### SUR LYON

- 32 - DAMOUR, CAROLINE. Choc Corridor: une librairie spécialisée en littérature policière . Villeurbanne: Ecole Nationale Supérieure de Bibliothécaires, 1984. 50 f.

Caroline Damour présente cette librairie lyonnaise, qui en 1984 était principalement vouée au commerce de l'occasion. Le fonctionnement de cette librairie, son organisation et sa clientèle sont au centre de cette étude.

33 - P. M. Le marché aux bouquinistes. Lyon-Matin , 14 juin 1987.

Ce court article présente le Marché aux Livres et la démarche qui a abouti à sa création.

34 - P. M. En attendant la distribution de nouvelles cartes. Lyon-Matin , 21 décembre 1987.

L'auteur expose les difficultés qu'a connues le Marché aux Livres à fidéliser sa clientèle. Pour celui-ci, l'obstacle majeur réside dans le fait que les collectionneurs ne fréquentent pas assez ce marché, parce que " Lyon n'est pas Paris".

35 - PRIVAT, JEAN-MARIE et VINSON, MARIE-CHRISTINE. Les intermédiaires de lecture . Pratiques , septembre 1989,n° 63, pp. 63-101.

Les auteurs, enseignants, relatent une expérience pédagogique qui s'est déroulée dans les librairies d'occasion lyonnaises. Il s'agissait de faire découvrir à des enfants que l'origine sociale éloigne du livre, l'un des circuits de vente du livre. Le choix des librairies d'occasion permettait une approche plus facile, car l'accessibilité économique des livres proposés, la possibilité de marchander et de manipuler les ouvrages, l'absence d'un classement strict qui présupposerait un savoir sur le livre, font des librairies d'occasion un lieu intermédiaire entre une distribution élitiste du livre et un circuit plus populaire.

On pourra consulter également les dossiers de presse constitués par la salle de Documentation Régionale de la Bibliothèque Municipale de Lyon, dont une série concerne plus particulièrement l'édition et la librairie dans la région Rhône- Alpes.

#### 4. Articles de dictionnaires

36 - LAROUSSE, PIERRE. Grand dictionnaire universel du XIXème siècle, français, historique, géographique, biographique, mythologique, bibliographique. Paris: Larousse, 1865-1876.

37 - Grande encyclopédie : inventaire raisonné des sciences, des lettres et des arts / par une société de savants et de gens de lettres; sous la direction de MM Berthelot, Hatwig Derenbourg, F. Camille Dreyfus, A. Ciry (et alii). Paris: H. Lamirault, sd. 31 vol.

Pour ces deux dictionnaires, nous conseillons la lecture des articles "bouquinistes", "bibliomanes" ou "bibliophiles", qui renseignent sur les représentations qui ont existé concernant la librairie d'occasion.

### 5. Souvenirs de libraires

- 38 - DODEMAN, CHARLES. Bouquinistes, bouquineurs, bouquins . Paris: ed. Gallus, vers 1920. 204 p.

Ce bouquiniste parisien présente, de façon anecdotique, différents aspects de son métier et de son public. L'ouvrage est amusant, mais relève plutôt d'un "folklore" des bouquinistes.

- 39 - DOMMERGUES, MARCEL. Le carquois du libraire. Monte-Carlo: Ed du Rocher, 1979. 150 p.

L'auteur, libraire d'ancien, raconte des anecdotes sur la vente, l'achat de livres et les personnages célèbres qu'il a côtoyés.

- 40 - LACROIX, PAUL. Les amateurs de vieux livres . Paris: Ed. des Cendres, 1988. 44 p. Collection Oubliettes.

Paul Lacroix (1806-1884), qui se faisait appeler le "bibliophile Jacob", passe en revue les catégories des amateurs de livres : bouquinistes, bibliophiles et bouquineurs.

- 41 - LANOIZELEE, LOUIS. Souvenirs d'un bouquiniste des quais de Paris. Lausanne: l'Age d'homme, 1978. 207 p.

Cet ouvrage présente, outre des considérations sur les amateurs de livres, une série de portraits des personnages marquants que l'auteur a rencontrés.

- 42 - SOUDAN, PIERRE. Le bibliophile peut faire une découverte chaque jour. Le Messager, 5 septembre 1980.

Cet article présente les considérations d'un libraire d'Annecy concernant sa clientèle.

- 43 - THOUREL, MARCEL. Souvenirs d'un bouquiniste de province . Toulouse:  
Ed. Midia, 1987. 127 p.

Cette autobiographie d'un bouquiniste de Montauban offre un panorama des différents modes de vente, de la vente sur les marchés à la vente par catalogues. Un chapitre est consacré au " client, cet inconnu", dans lequel l'auteur tente une typologie des publics.

- 44 - VERY, PIERRE. Léonard ou les délices d'un bouquiniste. Paris:  
Ed. d'Aujourd'hui, 1975. 79 p. Collection Les Introuvables.

Ecrit en 1928, cet ouvrage présente l'itinéraire de Léonard, alter-ego de Pierre Very, qui fut lui aussi bouquiniste.

#### SUR LYON

- 45 - CHARTIER, PERLETTE. Jadis libraire rue du bât d'argent. Lyon:  
impr. Rey, 1984. 218 p.

Ces mémoires présentent l'avantage pour nous de se dérouler à Lyon et de fournir des indications relativement nombreuses sur l'origine sociale de la clientèle . Mais le ton de l'ouvrage tient souvent du persiflage.

ANNEXES





- 11 - En plus du Marché aux Livres ,allez-vous dans des boutiques qui vendent du livre d'occasion ? -oui   
- non

Si oui ,y allez-vous : - plusieurs fois par semaine ?   
- environ une fois par semaine ?   
- environ ,une fois par mois ?   
- plus rarement ?   
- pratiquement jamais ?

- 12 - Quand vous venez ici ,le plus souvent :  
- vous cherchez un titre précis ?   
- vous ne cherchez rien de précis et vous regardez la plupart des livres exposés ?   
- vous cherchez un livre appartenant à un genre précis (policier ,livre d'art,roman,etc...)   
Lequel ?

-vous cherchez un auteur précis ?   
- vous cherchez plutôt des journaux ,des cartes postales ,des gravures ?

- 13- Généralement ,vous préférez :  
- demander conseil au libraire ?   
- chercher vous-même l'ouvrage susceptible de vous plaire ?

- 14 - Pour quelles raisons venez-vous sur le Marché aux Livres ?  
- Parce que celui-ci est proche de votre domicile ?   
- Parce que vous aimez pouvoir flâner ,prendre votre temps ?   
- Parce que les livres sont moins chers qu'ailleurs ?   
- Parce que vous trouvez des livres qu'on ne trouve pas ailleurs ?   
- Pour une autre raison .Laquelle ?

Plusieurs raisons sont possibles .Laquelle est pour vous la plus importante ?

- 15 - Quand vous achetez un livre d'occasion ,quelles sont les qualités su livre qui vous décident à l'acheter ?  
**Plusieurs raisons sont possibles .**  
- Le titre ou l'auteur ?   
- Le prix ?   
- Le genre littéraire (roman ,poésie,essai,etc...) ?   
- L'aspect du livre :reliure ,qualité du papier , des illustrations ou de l'impression ?   
- La rareté du livre :édition rare ou ancienne ?   
- Une autre raison .Laquelle ?

Parmi ces raisons ,laquelle est pour vous la plus importante ?



16 - Le plus souvent ,vous achetez des livres d'occasion :

- entre 10 et 30 francs ?
- entre 30 et 60 francs ?
- entre 60 et 100 francs ?
- entre 100 et 200 francs ?
- à plus de 200 francs ?

17 - Avez-vous déjà vendu ou échangé des livres à un libraire d'occasion ?

- non ,jamais .
- oui ,une fois .
- oui ,plusieurs fois .
- oui ,régulièrement .

Si oui ,en quelles occasions vendez-vous ou échangez-vous des livres ?

18 - Pour nous permettre d'analyser les résultats de cette étude en fonction des caractéristiques des personnes interrogées ,pouvez-vous m'indiquer :

- si vous possédez un diplôme de fin d'études  
(certificat d'études ,C.A.P. ,Baccalauréat,etc...) ?

OUI           NON

Si oui ,quel est le diplôme le plus élevé que vous possédiez ?

19 - Avez-vous des informations ou des commentaires à apporter ?



- 3 - Vous habitez :                   - Lyon ?  
   - l'agglomération lyonnaise ?  
   - ailleurs .Précisez :

- 4 - Avez-vous des enfants ? - non .  
   - oui .

Si oui ,combien ?

- 5 - Le plus souvent ,vous achetez vos livres :  
   - dans une librairie de livres neufs ?  
   - dans un super-marché ou un grand magasin ?  
   - à la F.N.A.C. ?  
   - par correspondance ?  
   - chez un soldeur de livres neufs ?  
   - dans une librairie d'occasion ou sur le  
  Marché aux Livres du Quai de la Pêcheurie ?  
   - ailleurs ,autrement .Précisez :

- 6 - Combien de livres ,environ ,avez-vous achetés ,pour vous-même ou pour  
quelqu'un d'autre ,depuis trois mois ?

- 7 - Et combien ,environ ,en avez-vous lus depuis trois mois ?

- 8 - Quels sont les titres des deux derniers livres que vous avez lus ?  
Merci d'indiquer le titre précis .

- 9 - Vous venez dans une librairie d'occasion :  
   - plusieurs fois par semaine ?  
   - environ une fois par semaine ?  
   - environ une fois par mois ?  
   - plus rarement ?  
   - pratiquement jamais ?

- 10 - Depuis trois mois ,combien avez-vous acheté de livres d'occasion ,  
environ ?

- 11 - Quand vous entrez dans une librairie d'occasion ,le plus souvent :
- vous cherchez un titre précis ?
  - vous ne cherchez rien de précis et vous regardez tous les rayons de la librairie ?
  - vous cherchez un livre appartenant à un genre précis (policier ,livre d'art ,roman,etc...). Lequel ?
  - vous cherchez un auteur précis ?
  - vous cherchez plutôt des journaux ,des cartes postales ,des gravures ?



- 12 - Généralement ,vous préférez :
- demander conseil au libraire ?
  - chercher vous-même l'ouvrage susceptible de vous plaire ?

13 - Pour quelles raisons venez-vous dans une librairie d'occasion ? Plusieurs raisons sont possibles .Soulignez celle qui vous semble la plus importante .

- Parce que celle-ci est proche de votre domicile ?
- Parce que vous aimez l'accueil qui vous y est fait ?
- Parce que les livres sont moins chers qu'ailleurs ?
- Parce que vous trouvez des livres qu'on ne trouve pas ailleurs ?
- Parce que la librairie est spécialisée dans un domaine qui vous intéresse ?
- Pour une autre raison .Laquelle ?

14 - Quand vous achetez un livre dans une librairie d'occasion ,quelles sont les qualités du livre qui vous décident à cet achat ? Plusieurs réponses sont possibles .Soulignez celle qui vous paraît la plus importante .

- Le titre ou l'auteur ?
- Le prix ?
- Le genre littéraire (roman ,poésie ,essai,etc...) ?
- L'aspect du livre : reliure ,qualité du papier , des illustrations ou de l'impression ?
- La rareté du livre :édition rare ou ancienne ?
- Une autre raison .Laquelle ?

15 - Le plus souvent ,dans une librairie d'occasion ,vous achetez des livres :

- entre 10 et 30 francs ?
- entre 30 et 60 francs ?
- entre 60 et 100 francs ?
- entre 100 et 200 francs ?
- à plus de 200 francs ?

- 16 - Avez-vous déjà vendu ou échangé des livres à un libraire d'occasion ?
- non , jamais .
  - oui , une fois .
  - oui , plusieurs fois .
  - oui , régulièrement .

Si oui, en quelles occasions vendez-vous ou échangez-vous des livres ?

- 17 - Connaissez-vous le Marché aux Livres , Quai de la Pêcheurie ?
- oui
  - non

Si oui , y allez-vous :

- toutes les semaines ?
- tous les quinze jours ?
- environ une fois par mois ?
- plus rarement ?
- pratiquement jamais ?

- 18 - Pour nous permettre d'analyser les résultats de cette étude en fonction des caractéristiques des personnes interrogées, merci d'indiquer :
- si vous possédez un diplôme de fin d'études (certificat d'études , C.A.P , Baccalauréat , etc...)

oui  non

Si oui , quel est le diplôme le plus élevé que vous possédiez ?

- 19 - Si vous avez des informations , des commentaires à ajouter , merci de les écrire ci-dessous .

MERCI.



\* 9 5 7 4 9 9 8 \*