

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

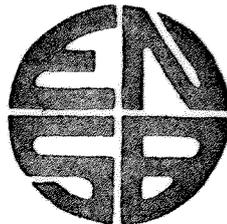
VERONIQUE SERER

Une librairie dans sa ville :  
"La Sorbonne", à Nice

Directeur de mémoire :  
Monsieur J.François BARBIER-BOUVET

ANNEE : 1984-1985

21 ème PROMOTION



ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES BIBLIOTHEQUES

17-21, Boulevard du 11 Novembre 1918 - 69100 VILLEURBANNE

DIPLOME SUPERIEUR DE BIBLIOTHECAIRE

---

Mémoire de fin d'études

---

VERONIQUE SERER

---

UNE LIBRAIRIE DANS SA VILLE :

" La Sorbonne" , à Nice

---

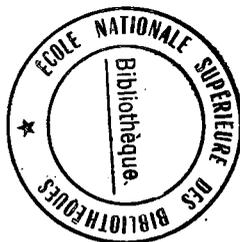
Directeur de mémoire :

Monsieur Jean-François BARBIER-BOUVET

1985

36

Année 1984-1985



21<sup>e</sup> promotion

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES BIBLIOTHEQUES

17 - 21, boulevard du 11 novembre 1918- 69 100 VILLEURBANNE

SERER (Véronique).- Une Librairie dans sa ville : "La Sorbonne", à Nice/ Véronique Serer; sous la dir. de M. Barbier-Bouvet.- Villeurbanne : Ecole Nationale Supérieure des Bibliothèques, 1985.- XVI-60p.;30 cm.

Mémoire E.N.S.B : Villeurbanne : 1985

Librairie, Nice  
Lecture, sociologie

Enquête sur le public d'une librairie niçoise : fidélisation, ventilation des achats, habitudes de lecture.

S O M M A I R E  
\*\*\*\*\*

1- PROLOGUE .....	p 1
Présentation du public interrogé : données chiffrées .....	p 3
2- " LA SORBONNE "	
Fidélisation à "La Sorbonne" .....	p 5
Les qualités et les défauts de "La Sorbonne" selon ses clients .....	p 8
Ventilation des achats .....	p 11
Interview de M.Seyrat, patron de "La Sorbonne" .....	p 14
3- LE PUBLIC	
Considérations générales .....	p 18
Les lecteurs occasionnels .....	p 23
Les petits lecteurs .....	p 26
Les moyens lecteurs .....	p 29
Les gros lecteurs .....	p 32
4- TYPOLOGIE DES GENRES	
Liste préférentielle des clients de "La Sorbonne" .....	p 37
Le roman .....	p 39
Les bandes dessinées .....	p 40
La science-fiction .....	p 42
Le roman policier .....	p 44
Les essais .....	p 46
Les biographies .....	p 48
La littérature classique .....	p 49
Répartition des achats selon les points de vente .....	p 50
Influences .....	p 51
5- LA CIRCULATION DU LIVRE .....	p 52
Fréquentation des bibliothèques .....	p 57
Nature des prêts et des emprunts .....	p 58
6- EPILOGUE .....	p 60
7- ANNEXES	
Méthodologie.....	p I
Questionnaire soumis aux clients .....	p VI
Achats du jour .....	p XII
Bibliographie .....	p XV

P R O L O G U E

\*\*\*\*\*

Si le choix de Nice comme ville où situer cette enquête est le fait du hasard, celui de la librairie "La Sorbonne", en revanche, dès lors, s'imposait. La "Sorbonne" est, à Nice, la librairie la plus connue et sans doute aussi, la plus fréquentée. On la retrouve fréquemment citée dans les listes scolaires distribuées par les professeurs, à la rentrée. C'est peut-être dû à une implantation déjà ancienne, plus de cinquante ans, ainsi qu'à une situation géographique favorable: près d'une grande poste, proche du centre ville et d'un grand lycée, le lycée Masséna. Ceci ne suffirait peut-être pas à expliquer son succès, mais tel n'est pas notre propos.

C'est le public de cette librairie que nous avons voulu sonder. Une librairie est, qu'on le veuille ou non, le miroir de ce qui se lit dans une ville et le fait que les gens acceptent de déboursier de l'argent en un temps où la lecture est souvent perçue comme un luxe, pour acheter certains livres plutôt que d'autres, peut être révélateur pour la future bibliothécaire que je suis.

Faute de temps et de moyens, l'éventail du public ne s'étend qu'à quatre-vingt personnes (pour plus de détails sur la méthodologie, voir le topo en annexe). Cet éventail nous paraît suffisant cependant pour être représentatif de certaines tendances (voir également le tableau page suivante).

L'enquête a été réalisée sur plusieurs jours, du mardi 20 mars au samedi 30 mars 1985.

Nous remercions ici M. Seyrat d'avoir bien voulu nous laisser " envahir " son trottoir.

PRESENTATION DU PUBLIC INTERROGE

\*\*\*\*\*

Nombre de clients interrogés : 80

Sexe des clients interrogés : 47,5 % de femmes  
52,5 % d'hommes

Répartition par âge :

- de 20 ans : 4%  
de 20 ans à 25 ans : 19%  
de 26 ans à 29 ans : 24% 43%  
de 30 ans à 39 ans : 15%  
de 40 ans à 49 ans : 16%  
de 50 à 59 ans : 12%  
de 60 ans à 69 ans : 7,5% }  
+ de 70 ans : 2,5% } 10%

Répartition par catégories socio-professionnelles :

Agriculture : 1%  
Patrons, industrie, commerce : 4%  
Professions libérales, cadres supérieurs : 12,5%  
Cadres moyens : 30%  
Employés : 7,5%  
Ouvrières : 3%  
Personnel de service : 1%  
Autres: artistes, clergé, police : 1%  
Inactifs: - retraités : 7% }  
- étudiants, élèves : 16% } 30%  
- autres inactifs : 7% }

Divers : 1%

Non-réponses : 1%

Répartition par niveau d'étude :

- du niveau baccalauréat : 16%

Niveau baccalauréat : 18%

Supérieur (1er & 2nd cycle) : 41%

Supérieur (3ème cycle et grandes écoles) : 25%

Répartition par nationalité :

Française : 93%

Marocaine : 3%

Tunisienne : 1%

Suisse : 1%

Allemande : 1%

Française + allemande : 1%

Répartition par lieu d'habitation :

Nice : 61%

Communes limitrophes : 5%

Entre 15 et 40 Km de Nice : 22%

Départements limitrophes (Var et Alpes de Haute-Provence) : 4%

Touristes (1) : 8%

(1) = Paris, Lyon, Colmar, Berne (Suisse), Maroc etc...

" L A S O R B O N N E "

I/ LA FIDELISATION A "LA SORBONNE"

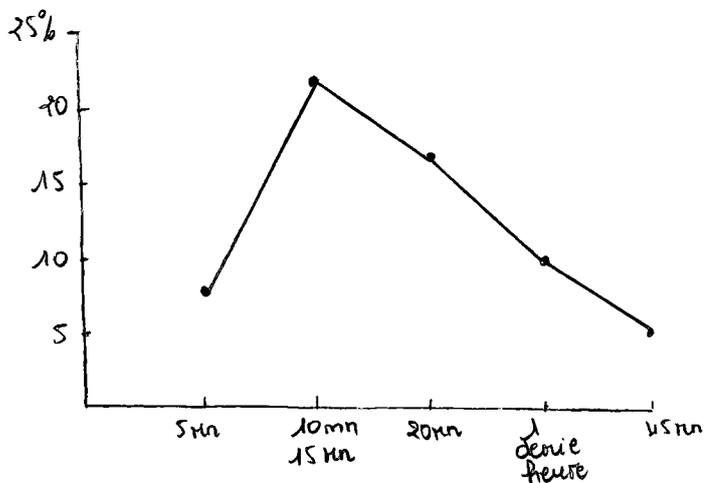
\*\*\*\*\*

Nous l'avons déjà précisé en prologue, la "Sorbonne" est (avec la FNAC), la librairie la plus connue des habitants de la ville de Nice. A la question "Est-ce la première fois que vous venez ? " 94% des personnes ont répondu "non". Depuis trois mois, seulement 22,5% des clients n'étaient pas venus. 31% étaient venus deux ou trois fois, 17,5% quatre ou cinq fois et 29% étaient venus plus de six fois (soit plus de deux fois par mois), dont certains jusqu'à vingt et trente fois!...

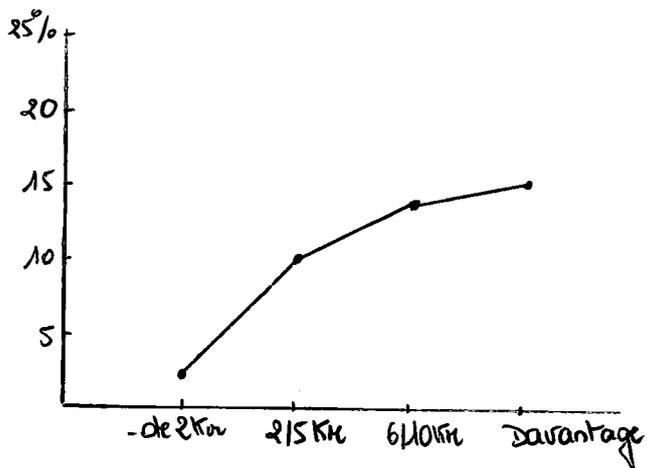
Si la plupart des clients sont niçois (61%), on note quand même que seulement 5% des personnes habitent des communes directement limitrophes et que pour 22% venir à "la Sorbonne" demande un trajet de 15 à 40km; le reste étant pour 4% des habitants de départements limitrophes (Var, Alpes de Haute-Provence) et pour 8% des touristes (Paris, Colmar, Lyon, Saint-Etienne, Suisse, Maroc etc...). On constate donc que "la Sorbonne" a un impact au delà de la ville même où elle est située. Ne nous y trompons tout de même pas: 50% des personnes étaient venues à pied le jour où nous les avons interrogées, contre 36% en voiture (8% en bus, 6% en deux-roues), ce qui signifie que la moitié des clients habite ou travaille relativement près de la librairie. Le temps mis en effet pour venir n'excède pas 45mn et pour 56% de ces piétons, le détour a demandé au maximum 20 mn. Plus explicite encore est le fait que seulement 15% de tous les clients déclarent avoir fait plus de 10 km, alors qu'ils sont 34% à habiter à un minimum de 15 km de Nice (voir le schéma page suivante). La question pratique joue donc éga-

lement un rôle dans la clientèle de "La Sorbonne".

Temps mis par les clients pour venir, à pied ou en bus (58%)



Nombre de kilomètres faits par les clients pour venir en voiture ou en deux-roues



EST-CE LA PREMIERE FOIS QUE VOUS VENEZ ?

Oui : 6 %

Non : 94 %

COMBIEN DE FOIS ETES VOUS VENU(E) DEPUIS LE MOIS DE JANVIER ?

Nombre de fois	Pourcentage	Nombre de fois	Pourcentage
1ère	22,5 %	10	11 %
2/3	31 %	12	1 %
4/5	17,5 %	15	1 %
6/7	10 %	20	2,5 %
8	2,5 %	30	1 %

COMMENT ETES VOUS VENU(E) ?

A pied : 50 %	En voiture : 36 %
En bus : 7,5 %	En 2 roues : 6,5 %

Si "A pied" ou "en bus", combien de temps cela vous demande-t-il ?

5 minutes : 7,5 %	Une demie-heure : 9 %
10/15 minutes : 21 %	Trois quarts d'heure : 5 %
20 minutes : 16 %	

Si en voiture ou en deux roues, combien de kilomètres faites-vous pour venir ?

moins de 2 km : 2,5 %	20 km : 4 %
2/5 km : 10 %	30/90 km : 5 %
6/10 km : 14 %	100 km : 2%
15 km : 4 %	

II/ LES QUALITES ET LES DEFAUTS DE "LA SORBONNE"  
SELON SES CLIENTS \*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*

Est-ce tout? Est-ce seulement le côté pratique de sa situation qui attire~~nt~~ les clients à "La Sorbonne"? Pour mieux cerner les raisons de cette fidélisation tout de même assez flatteuse pour la librairie, nous avons tout d'abord interrogé les personnes sur le motif de leur entrée à "La Sorbonne", ce jour-là précisément. On verra qu'il entre très peu de hasard dans cette décision.

A la question "Parce que la vitrine vous a attiré(e)?", 2,5% seulement ont répondu affirmativement. La vitrine de "La Sorbonne" est pourtant régulièrement renouvelée selon l'actualité: les futurs invités d' "Apostrophes", l'année Hugo ou les "grands défunts" du moment comme Chagall ou Michaux...14% ont alors déclaré y être entrés parce qu'ils aimaient la librairie et qu'ils voulaient voir les nouveautés. Ce sont les seuls qui sont entrés sans idée préconçue d'achat, hormis encore 2,5% entrés en flânant et 1% pour accompagner quelqu'un. Pour le reste des clients, c'est le livre à acheter qui fut le motif de l'entrée.10% d'entre eux sont venus parce qu'ils avaient un achat à faire et que "La Sorbonne" était sur le chemin; 22% sont venus exprès cette fois-là mais ne sont pas des clients exclusifs de "La Sorbonne"; 12,5% sont entrés parce qu'ils étaient certains d'y trouver le livre recherché, et enfin 36% parce qu'ils viennent toujours à "La Sorbonne" (notons tout de même qu'il s'agit là du sentiment qu'ils ont de ne venir qu'à "La Sorbonne", car une autre question nous

a permis de vérifier qu'ils ne sont en réalité que 21% "d'irréductibles").

Devant tant de fidélité, il paraissait intéressant de savoir comment le public évaluait le service rendu par le libraire. Nous avons dénombré quatre qualités: Accueil-Choix-Compétence des vendeurs-Classement des livres dans la librairie.

C'est un véritable plébiscite! (Nous comparons en priorité avec la FNAC car c'est, à priori, le concurrent le plus dangereux de "La Sorbonne". Pour la comparaison avec les autres établissements, voir le tableau pages suivantes). 70% trouvent à "La Sorbonne" le meilleur accueil de la ville (contre 12,5% à la FNAC). 82,5% sont satisfaits du choix (contre 21% qui l'estiment plus vaste ou égal à la FNAC). 76,5% trouvent les vendeurs plus compétents que leurs homologues de la FNAC (15% seulement d'adeptes). Enfin, 59% trouvent que le classement des livres est plus satisfaisant à "La Sorbonne" qu'à la FNAC. (33% pensent l'inverse).

Rappelons tout de même que ces réponses sont extrêmement situées puisqu'elles sont données exclusivement par les clients de "La Sorbonne". Pour rectifier un peu ce plébiscite, il faut noter que 5% trouvent l'accueil aussi bon à la FNAC qu'à "La Sorbonne"; le choix, pour 10% d'entre eux est aussi varié chez l'un que chez l'autre; pour 12,5% les vendeurs sont tous aussi compétents; enfin, 10% trouvent que le classement des livres est aussi astucieux chez les deux établissements. Il semble cependant que ce dernier point soit le plus faible de "La Sorbonne" (tout est relatif). En effet, alors que pour les autres qualités, "La Sorbonne" devance très nettement la FNAC, y compris, chose étonnante à priori, pour le choix, c'est sur le classement que les avis sont les plus partagés: 59% à "La Sorbonne"

mais tout de même 33% à la FNAC, qui réalise là son meilleur score. Il était fréquent de rencontrer des clients qui adulaient "La Sorbonne" et pourtant, préféraient le classement à la FNAC.

En revanche, il semble que les clients de "La Sorbonne" soient assez jaloux de l'accueil du libraire. En effet, alors que la FNAC devance toujours les "autres librairies", l'accueil qui y est fait ne satisfait que 12,5% des clients (dont 5%, rappelons-le le trouvent égal à celui de "La Sorbonne") contre 15% à ces autres librairies. Additionné au score de "La Sorbonne", cela fait 85%... En cette circonstance, il semble que l'attitude des acheteurs en librairie n'ait pas tellement évolué depuis dix ans. En 1975, en effet, paraissait dans "Bibliographie de la France-Biblio", un article sur les acheteurs en librairie, et, à une question posée sur la FNAC, la plupart se déclaraient contre. Il est vrai qu'en 1975, la FNAC existait depuis peu et que depuis elle est entrée dans les mœurs. "La FNAC, je suis contre, disait quelqu'un, je tiens à mon libraire pour me renseigner (...)" (1). C'est une réflexion qu'effectivement nous avons entendu lors de l'enquête. Pourtant, il faut bien reconnaître que 50% des clients de "La Sorbonne" vont également à la FNAC et lorsque l'on pose la question sur les influences, seulement 1% reconnaît celle du libraire! Il apparaît d'ailleurs que, bien que portée aux nues par la grande majorité de ses clients, "La Sorbonne" compte 79% d'infidèles, c'est-à-dire de personnes qui fréquentent également d'autres points de vente. Notons cependant que la complémentarité n'est pas recherchée seulement à la FNAC, puisque 50% des gens vont également dans d'autres librairies.

(1) Bibliographie de la France-Biblio, Partie chronique, 1975, n° 11, p 327-356

### III/ VENTILATION DES ACHATS

\*\*\*\*\*

Devant ce fait, il nous est alors apparu intéressant de savoir comment les clients ventilent leurs achats. Achetaient-on, par exemple, certains types d'ouvrages à "La Sorbonne" et réservait-on un autre type d'achat à un autre point de vente? C'est, comme l'explique M. Seyrat, le patron de la librairie, dans son interview, pages suivantes, contre ce phénomène qu'a été instaurée la carte de fidélité qui donne droit aux 5% de réduction prévus par la loi depuis que M.Lang a imposé le prix unique du livre, en 1981. Ceci apparemment, ne suffit pas. S'il est vrai qu'il n'existe aucun lieu préférentiel pour aucun genre préférentiel, il s'avère qu'en grande majorité, les gens achètent de tout partout. Bien sûr, les clients de "La Sorbonne", plutôt fidèles, comme on l'a vu, achètent en priorité à "La Sorbonne". Une exception cependant pour la Science-Fiction: ils sont 7,5% des clients à en acheter à "La Sorbonne" contre 12,5% à la FNAC. Il faudrait, pour tenter de donner une explication pouvoir comparer les rayons: peut-être la FNAC est-elle mieux achalandée et cette différence s'expliquerait alors par le critère du choix. La FNAC, cependant, hormis pour les romans où, là, la déperdition est assez importante (36% des clients de "La Sorbonne" achètent également des romans à la FNAC) n'est pas le seul concurrent important. Comme nous avons déjà pu le remarquer précédemment, les clients de "La Sorbonne", sont pour la moitié également clients d'autres librairies, et pour bien des genres ce sont vers elles qu'ils se tournent: pour les bandes dessinées (15% contre 9% à la FNAC) ou la littérature classique (24% contre 19%), par exemple. (Voir le tableau pages suivantes). Bien sûr, ce n'est guère comparable à l'avance que possède "La Sorbonne"; néanmoins, cela tendrait bien à prouver que les acheteurs

en librairie sont fidèles aux librairies. Cette constatation n'est évidemment probablement pas valable pour l'ensemble de la population niçoise. Aucune rumeur concernant la faillite de la FNAC-Nice n'a encore circulé à notre connaissance. Par contre, il faut noter que la concurrence des grandes surfaces, à part pour les B.D. (17,5% à "La Sorbonne" contre 11% en grandes surfaces), et celle des kiosques de gare est pratiquement inexistante. Toujours chez les lecteurs de "La Sorbonne", bien sûr.

TABLEAU COMPARATIF DES DIFFERENTS POINTS DE  
VENTE \*

Ce tableau est à lire horizontalement

	<u>Sorbonne</u>	<u>FNAC</u>	<u>Autres Lb</u>	<u>Gdes Surf.</u>	<u>Sans Op</u>
Accueil	70 %	12,5 %	15 %	1 %	12,5 %
Choix	82,5 %	21 %	1 %	1 %	4 %
Compétence des vendeurs	76,5 %	15 %	4 %	1 %	12,5 %
Classement des livres	59 %	32,5 %	3,5 %	0 %	15 %

(\*) Le total est supérieur à 100 % car certains clients ne pouvant donner de préférence ont donné deux réponses

VENTILATION DES ACHATS DE LA TOTALITE DES  
CLIENTS DE LA SORBONNE INTERROGES\*

	Romans	B.D.	S.F.	Policiers	Essais	Biog	Class.
Sorbonne	52,5%	17,5%	7,5%	12,5%	54 %	40 %	46 %
Autres	26 %	15 %	2,5%	5 %	25 %	17,5%	24 %
Gdes Sur	9 %	11 %	4 %	5 %	5 %	4 %	5 %
FNAC	36 %	9 %	12,5%	11 %	22,5%	14 %	19 %
Kiosques de gare	2,5%	2,5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %

(\*) Le total est parfois supérieur à 100 %, les personnes pouvant donner plusieurs réponses

INTERVIEW DE M. SEYRAT, PATRON DE "LA SORBONNE" (1)  
\*\*\*\*\*

1) EN QUELLE ANNEE FUT CREEE LA PREMIERE "SORBONNE", PAR VOTRE PERE, JE CROIS ?

-A ma connaissance (aux dires de mon père), vers 1919, par un vieux bouquiniste. C'était donc à l'origine un magasin de livres d'occasion et de gravures anciennes. Racheté par mon père en 1930 environ.

2) COMBIEN DE "SORBONNE LIBRAIRIES" Y A-T-IL ACTUELLEMENT ? ET COMBIEN D'AUTRES MAGASINS, EN COMPTANT LES "SORBONNE DISQUES" OU "INFORMATIQUE" ? (2)

\_ Dix magasins

3) QUELLE EST LA SUPERFICIE DU MAGASIN DANS LEQUEL NOUS AVONS REALISE NOTRE ENQUETE, A SAVOIR CELUI DE LA RUE HOTEL DES POSTES ?

-800 M2 environ (3)

4) COMBIEN D'EMPLOYES Y TRAVAILLENT ? EXIGEZ-VOUS, A L'EMBAUCHE, UN NIVEAU D'ETUDES MINIMUM ?

- 22 personnes, jugées davantage sur leurs compétences que sur un diplôme quelconque. Ce n'est pas un critère important.

5) A PARTIR DE QUOI AVEZ-VOUS REUSSI A CERNER VOTRE PUBLIC ? ON COMPTE EN EFFET DE NOMBREUX RAYONS SPECIALISES DANS CE MAGASIN, FORT APPRECIES DES CLIENTS ?

- L'assortiment s'est constitué en 50 ans de pratique professionnelle. (C'est M. Seyrat qui souligne)

6) VOUS SERVEZ-VOUS DE REVUES PROFESSIONNELLES POUR ETABLIR VOS COMMANDES ? SI OUI, LESQUELLES ? VOS EMPLOYES LES LISENT-ILS ?

- Livres-Hebdo (anciennement); Bibliographie de la France.

7) L'ENQUETE REVELE QUE 16% SEULEMENT DES 80 CLIENTS QUE NOUS AVONS INTERROGES ONT UN NIVEAU D'ETUDES INFERIEUR AU BAC; EN ETES-VOUS SURPRIS ?

- Non

8) L'ENQUETE REVELE EGALEMENT QUE LES PLUS FORTES VENTES SONT LES ROMANS ET LES ESSAIS, SUIVIS DE LA LITTERATURE CLASSIQUE ET DES BIOGRAPHIES. RESSENTEZ-VOUS EFFECTIVEMENT CE PHENOMENE?

- Je pense que cela dépend des périodes. A la rentrée universitaire, nous vendons davantage de livres spécialisés (droit, médecine, et sciences). A la fin de l'année, nous vendons surtout des romans et des livres d'art. Le reste de l'année c'est 50/50.

9) Y A T-IL DES RESULTATS DE L'ENQUETE QUI VOUS SEMBLENT DEMENTIR LA REALITE ?

- Non

10) DEPUIS COMBIEN DE TEMPS LA CARTE DE FIDELITE EXISTE-T-ELLE ? PENSEZ-VOUS QU'EFFECTIVEMENT CELA FIDELISE LES CLIENTS ET QUE C'EST LA CAUSE PRINCIPALE DE LA FIDELISATION TRES FORTE QUI EXISTE CHEZ VOUS ?

-Le but de la carte de fidélité est surtout d'obtenir de la clientèle qu'elle ne disperse pas ses achats en la déterminant à prendre aussi chez nous ce qu'elle peut trouver ailleurs (disques, papeterie, romans, best-sellers), ces produits à marge forte, nous permettant de continuer à promouvoir notre politique de grand choix.

11) PENSEZ-VOUS QUE LA FNAC VOUS FASSE UNE REELLE CONCURRENCE?

L'AVEZ-VOUS RESSENTI DANS VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES ?

-Oui, sur la marchandise facile à acheter (soutien des medias), celle qui rapporte au libraire. Mais surtout sur le disque, que nous avons financé, malgré des pertes importantes, pour soutenir notre image de groupe.

12) POURRIEZ-VOUS VIVRE SANS LE FORMIDABLE COUP DE POUCE QUE DONNENT A UNE LIBRAIRIE LES RENTREES SCOLAIRES ET UNIVERSITAIRES?

- L'apport de ces fameux "coups de pouce" des rentrées est bien émoussé depuis la gratuité de la maternelle à la troisième, qui a, hélas, l'inconvénient de ne plus conduire les jeunes élèves vers les librairies. En ce qui concerne "l'universitaire", les photocopiés (souvent médiocres) nuisent à la production de livres d'étudiants.

13) PENSEZ-VOUS QUE LES GENS LISENT MOINS QU'AVANT ?

- Les jeunes (12 à 20 ans) lisent moins de textes que la génération qui précède, mais beaucoup de B.D. La génération de 25-35 ans lisait plus de livres sérieux. La politique, la sociologie et les sciences humaines sont en baisse.

14) DERNIERE QUESTION EN FORME DE CLIN D'OEIL : COMBIEN DE LIVRES AVEZ-VOUS PERSONNELLEMENT LU DEPUIS UN AN ?

- Pour un chef d'entreprise (même un libraire) dont les impératifs de gestion sont importants (encore plus que dans les autres corporations: 2500 fournisseurs, 200 000 titres, 3 000 clients en compte, stock important à surveiller), le temps de loisirs se restreint de plus en plus et, le soir, la fatigue se fait sentir. Consé-

-quence: son temps de lecture diminue ainsi que son temps de vacances. Aussi :

-lu: environ 10

-parcouru l'espace d'un soir ou deux : une cinquantaine.

- (1) L'interview ayant été réalisée par correspondance, certaines réponses sont incomplètes. Nous nous en excusons.
- (2) D'après ce que nous savons, il existe, à Nice, deux autres "Sorbonne-librairies": l'une essentiellement scolaire (rue Gioffredo), et une de livres d'occasion. Il en existe également une à Cannes.
- (3) Pour comparaison, la FNAC-livres qui ouvrira le 5 juin prochain à Lyon, aura une superficie de 900m<sup>2</sup>, et sera la plus grande, après celles de Paris.

LE PUBLIC

Quatre-vingt personnes ont donc été interrogées (voir le questionnaire en annexe) sans qu'il y ait eu de préjugés ni de distinctions faites pour fausser les résultats dans un sens ou dans un autre. Si les moins de vingt ans sont peu nombreux (4% seulement), c'est le reflet d'une certaine réalité (Pour les détails de méthodologie, voir également en annexe). Je dis "certaine", car la vérité m'oblige à reconnaître que nous n'avons pas eu l'occasion d'interroger les clients le mercredi après-midi. Que l'on considère donc que cette enquête est une enquête faite auprès du public adulte de la librairie. J'ajouterai cependant que cette proportion minime n'est pas une donnée totalement fautive dans le sens où nous sommes allés interroger les gens deux samedis de suite, jour où les adolescents sont également libérés de leurs obligations scolaires. Il est probable que l'autre magasin de "La Sorbonne" les attire davantage (celui de la rue Gioffredo) non seulement parce que c'est celui qui est le plus connu du public scolaire, mais aussi parce que s'y trouvent des livres de poche, les "petits classiques" (Larousse, Bordas, Hachette...), la collection "Que sais-je?" ainsi que les livres de classe.

Telle n'est pas la seule surprise que révèle l'examen du public rencontré. Bien que l'image d' Epinal de la ville soit celle des plages surpeuplées et des stars sortant du Négresco, Nice est une ville qui compte également nombre de personnes dites "défavorisées". Combien sont-ils, à la rentrée, élèves et parents, à venir demander "L'école des fans" de Molière? et qui vous reprochent de leur avoir servi "L'école des femmes", comme il se doit! Il ne s'agit pas là de dénigrer mais bien de rappeler que cette population existe aussi, et peut-être même, surtout. Or, bien que unanimement connue

et reconnue, "La Sorbonne", semble-t-il ne prêche que des convaincus. Que l'on juge sur les chiffres: 16% seulement ont un niveau inférieur au baccalauréat. Il existe pourtant de nombreux LEP à Nice et une population âgée (ce n'est un secret pour personne) qui, en son temps, n'a pas dû avoir souvent le loisir de poursuivre très loin ses études. Pourtant, les chiffres sont là: 18% ont le niveau bac, 66% ont fait des études supérieures dont 25% ont le niveau 3ème cycle ou grandes écoles. "La Sorbonne", librairie intellectuelle ? Pas nécessairement au sens où l'on entendrait une élite du type Bernard-Henri Lévy (quoique nous en ayons rencontrés), mais une population qui a, disons une certaine culture qui n'est pas l'apanage de tous les niçois.

Peut-être, la FNAC, située en plein centre ville, a-t-elle une image plus "branchée". Il est vrai que là, rayon musique et rayon librairie sont mittoyents et que, probablement, le premier amène au second. De plus, rappelons qu'à la FNAC, on peut lire des bandes dessinées assis par terre sans que personne ne vous dérange et qu'enfin, elle est située au coeur d'un centre commercial qui marche bien, ce qui est une raison de plus, pratique, pour les lécheurs de vitrine.

Qui sont donc alors ceux qui négligent l'aspect pratique (signalons encore que Nice-Etoile, le centre commercial, bénéficie d'un parking souterrain-horriblement cher, il est vrai- alors qu'il relève du miracle de trouver une place près de "la Sorbonne") pour venir de préférence dans cette librairie?...

Le public est divers (cf. présentation p.3-4); toutes les classes socio-professionnelles de l'INSEE sont remplies. Néanmoins, les cadres sont en majorité: 42,5% (30% de cadres moyens; 12,5% de cadres supérieurs) suivis des inactifs: 37,5% parmi lesquels on dénombre 20% d'étudiants et lycéens. Enfin, 42,5% de personnes ont une raison d'être dans ce qu'on pourrait appeler "Enseignement et Culture": les professeurs, les étudiants, bibliothécaires, maîtres-assistants, musiciens.

Mais, me direz-vous il ne suffit pas d'avoir un tel public, encore faut-il qu'il revienne, et souvent. Rassurons-nous: comme nous l'avons vu, la fidélisation à "La Sorbonne" est très forte: 6% seulement des personnes y venaient pour la première fois. Car le public de "La Sorbonne" ne se distingue pas seulement par son côté intellectuel, c'est également un public qui lit beaucoup et donc, est amené à revenir fréquemment. 40% des gens ont lu plus de vingt livres en un an, ce qui fait, rappelons-le, presque deux livres par mois. Quant à ceux qui lisent environ un livre par mois, ils sont 21%, ce qui représente une honorable moyenne si l'on se souvient que la France est l'un des pays où on lit le moins, au grand désespoir du Ministère de la Culture.

Encore faut-il savoir ce qui se lit. Y a-t-il un rapport entre Barbara Cartland et Emmanuel Kant ? Sans vouloir donner de jugements de valeur, nous ferons des distinctions du point de vue "intellectualisme" des différents genres, tout en sachant la relativité qu'il faut apporter à cette notion. L'examen des achats faits à "La Sorbonne" (voir le

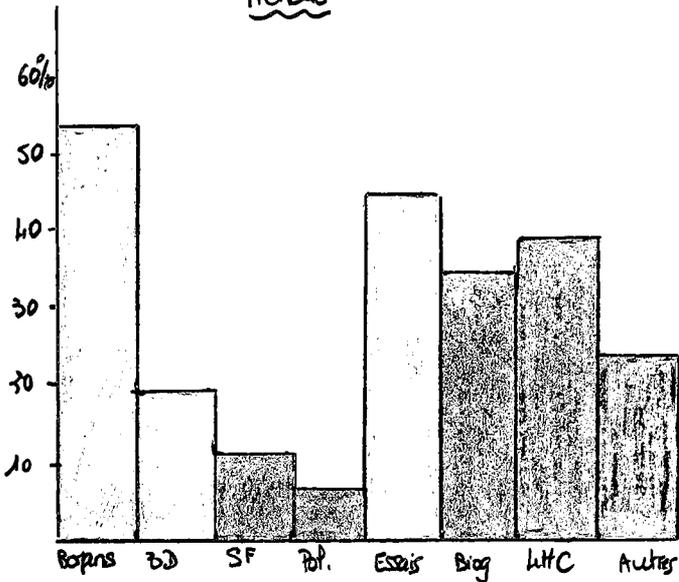
tableau page suivante) révèle que les romans représentent la majorité des achats préférentiels (54%) ,suivis aussitôt des essais (45%) et de la littérature classique (39%). Les biographies font 34% d'adeptes, les bandes dessinées 17%, la science-fiction seulement 11% et les policiers encore moins (6%).

Ne crions pas trop tôt cependant à l'intellectualisme ou à la pédanterie; certaines données viennent corriger ces résultats. En effet, s'ils en achètent peu, ils sont tout de même 18% à emprunter des policiers, 14% de la science-fiction, 21% des B.D., pour 24% qui empruntent des essais et 29% de la littérature classique. Alors, à intellectuel, intellectuel à demi ? Peut-être.

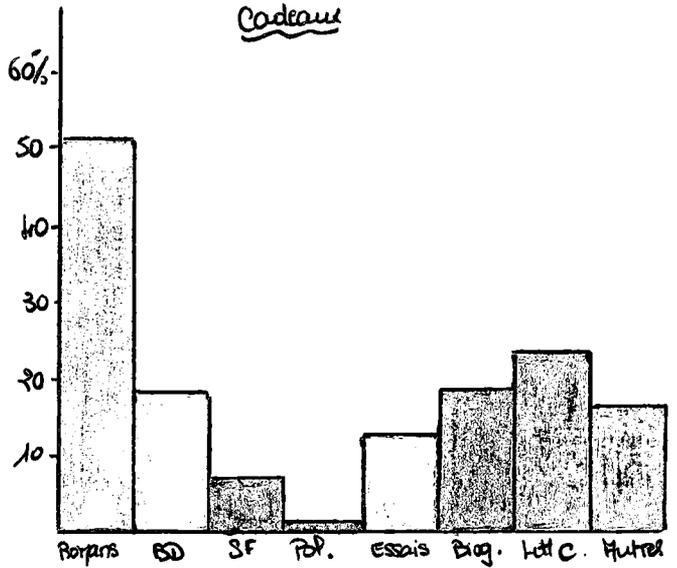
Pour plus de précisions, nous avons réparti les lecteurs en fonction du nombre de livres qu'ils avaient lus depuis un an. C'est cet examen que nous livrons, dans les pages qui suivent.

# Utilisation des livres par les lecteurs de "la Sorbonne"

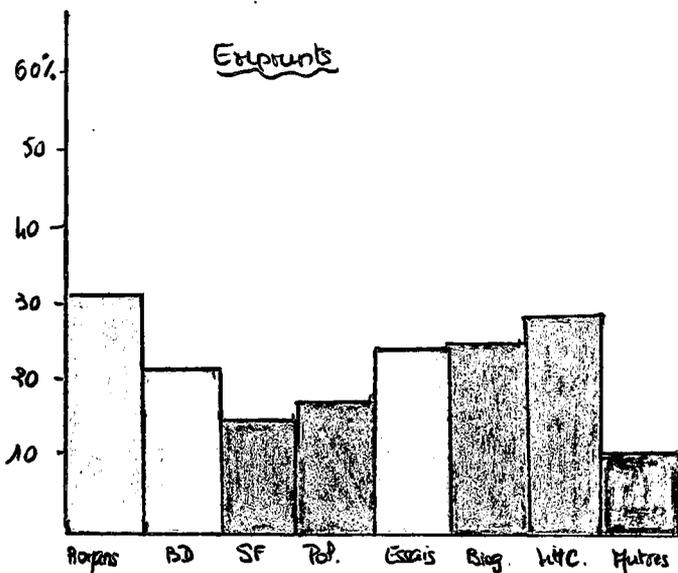
Achats



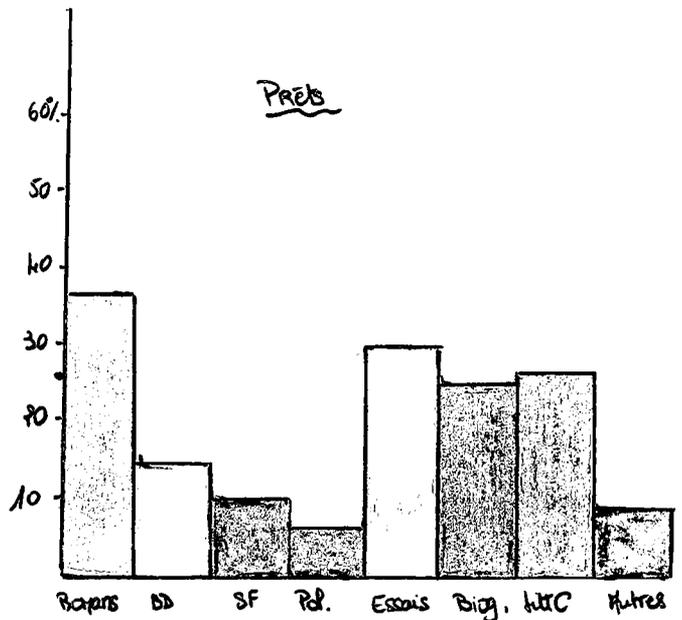
Codeaux



Emprunts



Prêts



## LES LECTEURS OCCASIONNELS

\*\*\*\*\*

■ Nous appelons ainsi, sans méchanceté, les 15% de lecteurs (contre 26%, moyenne nationale<sup>1</sup> (1) ) qui ont lu de 0 à 5 livres depuis un an, soit moins d'un tous les deux mois. Dans les achats qu'ils avaient faits ce jour-là, des livres qui relevaient de leurs préoccupations personnelles ("La femme et les médecins", "Demain le libéralisme", "La société face au racisme" etc...) ou de leurs obligations professionnelles (livres sur la pédagogie ou la comptabilité, par exemple). Rien qui permette de les cerner véritablement. Ils sont autant d'hommes que de femmes, répartis dans toutes les couches de la société, et dont le niveau d'études est variable, même si la majorité a un niveau supérieur au bac, ce qui peut surprendre dans l'absolu, mais non par rapport au niveau d'études des clients de "La Sorbonne", puisque, rappelons-le, 66% des personnes ont fait des études supérieures. Il était donc inévitable que quelques-uns se retrouvent parmi les lecteurs occasionnels. La seule particularité de ces 15% de clients, c'est que la moitié d'entre eux a entre 26 et 29 ans. Est-ce parce que c'est à cet âge que l'on entre dans la vie active, qu'on se marie ou qu'on a des enfants? Plus le temps de lire. Possible.

Plus le temps de lire de livres, alors, car la presse, elle, connaît un vif succès auprès des non-lecteurs de livres. C'est d'ailleurs auprès d'eux qu'elle remporte le plus de suffrages. En effet, 44,5% d'entre eux lisent tous les jours un quotidien,

(1) Pratiques culturelles des Français.- Dalloz, 1982.

27% le lisent plusieurs fois par semaine contre 20% qui ne le lisent jamais. Quant aux hebdomadaires, ils sont 61% à en lire un (ou plus) toutes les semaines, 18% à en lire de temps en temps et 21% à ne jamais en lire. La presse, semble-t-il donc, est davantage proche des préoccupations de ces lecteurs. Pourtant, un monsieur m'avouant (ou plutôt m'informant haut et clair) qu'il n'avait lu aucun livre depuis un an, ne m'a-t-il pas violemment prise à parti en s'exclamant: "Quand voulez-vous que je lise? Quand est-ce qu'ils lisent, tous ces gens? Vous croyez vraiment qu'ils les lisent, leurs bouquins? Ils n'ont jamais un clou à planter, chez eux? Moi, je n'ai pas le temps de lire, mademoiselle! " Soit. Je regrette cependant que l'enquête n'ait pas comporté de question du type "Combien d'heures environ passez-vous devant la télévision par semaine? "

S'ils ovationnent la presse, du point de vue de l'achat de leurs livres, les lecteurs occasionnels boudent complètement le policier et la science-fiction et, malgré le score peu élevé de ces deux genres, il est à noter qu'ils sont les seuls à les dédaigner aussi unanimement, quoiqu'ils soient 27% à emprunter de la science-fiction. Ce sont les romans et les essais qui ont leur préférence en matière d'achats pour eux-mêmes: 54,5% d'adeptes pour chacun des deux genres, bien qu'ils empruntent davantage de romans que d'essais (36% contre 27%). C'est le roman également qu'ils choisissent quand ils offrent un livre à 63,5%. Enfin, la littérature classique, si elle réalise un score honorable en tant qu'achat, cadeau et emprunt (27% à chaque fois), c'est seulement pour les prêts qu'elle rejoint les romans et les essais (36%) !...

UTILISATION DES LIVRES PAR LES  
LECTEURS OCCASIONNELS

Le tableau est à lire verticalement - Certains totaux sont supérieurs à 100 % les lecteurs pouvant donner plusieurs réponses

	Achat	Cadeau	Emprunt	Prêt
Romans	54,5 %	63,5 %	36 %	36 %
B.D.	18 %	18 %	18 %	9 %
S.F.	/	9 %	27 %	9 %
Policiers	/	9 %	/	/
Essais	54,5 %	18 %	27 %	36 %
Biograph.	27 %	27 %	18 %	9 %
Classiques	27 %	27 %	27 %	36 %
Autres	27 %	/	9 %	/

LECTURE DE LA PRESSE

	Tous les jours Régulièrement	Plusieurs fois/S. De tps en tps	1 fois/S.	Jamais
Journal	44,5 %	27 %	9 %	20 %
Hebdomadaire	61 %	18 %	/	21 %
	71,5	79	29%	

LES PETITS LECTEURS  
\*\*\*\*\*

Ils sont 24% (la moyenne nationale est de 28% (1) ) à avoir lu entre 6 et 10 livres en une année. Répartis également entre les hommes et les femmes, les niveaux d'études et les catégories socio-professionnelles, ainsi que selon les âges, il est difficile de les cerner. Certes, notre enquête révèle que nous n'avons rencontré aucun d'entre eux ayant entre 40 et 49 ans, mais notre échantillon s'avère trop restreint pour en tirer des conclusions; la coïncidence est probable. Leurs achats, faits le jour de l'enquête, ne révèlent rien non plus d'une homogénéité, puisqu'ils vont de "L'abrégé de chimie organique" au "Guide du routard", de "La culture de l'olivier" à Patrick Modiano.

Ils lisent nettement moins souvent la presse quotidienne que les lecteurs occasionnels: 28% la lisent tous les jours contre 39% jamais et 22% une fois par semaine. Les hebdomadaires recueillent davantage leurs faveurs, même si leur enthousiasme n'égale pas celui des lecteurs occasionnels: 33% les lisent toutes les semaines, 39% de temps en temps contre 28% qui n'en lisent jamais.

Ce qui surprend surtout, c'est la chute du roman dans les achats: 22% seulement d'amateurs, à égalité avec les adeptes des biographies, et derrière les 28% d'amoureux de la littérature classique et plus loin encore derrière les 50% qui font leurs délices des essais. Serait-il là notre public intellectuel ? Lire peu d'accord, mais davantage pour s'instruire que pour se distraire? Est-ce qu'en effet, ils laissent aux autres le soin de se détendre avec les

(1) Pratiques culturelles des Français. Jaffor, 1982.

romans puisqu'ils sont 50% à le choisir de préférence pour offrir, et qu'ils se réservent les lectures "éclairées", puisque, là, ils ne sont plus que 5,5% à en faire cadeau?...Mais, tout de même, aucun d'eux ne s'abaisserait jusqu'à offrir de la science-fiction ou des policiers! Des bandes dessinées, à la rigueur (22%)...Trêve de railleries. Hormis les 50% des essais en achats, et les autres 50% des romans en cadeaux, ce qui ressort surtout de l'analyse, c'est la disparité. Aucun genre ne "décolle" réellement dans les emprunts, bien qu'on retrouve la préférence des essais (27%) face aux romans (16,5%) mais les biographies font également le même nombre d'adeptes (27%)...La particularité est là, dans cette disparité que l'on retrouve notamment dans les 39% des "autres" de la colonne "achats". Ces "autres" qui sont, justement, "La culture de l'olivier", "L'Andalousie", "La cuisine végétarienne", "Livres de chant pour l'animation" ou "La Comptabilité Nationale". Sans vouloir porter de jugements hâtifs, il semble que ce soit là le public le plus divers de "La Sorbonne", de celui qui ne rejette pas la lecture en soi, mais qui s'en sert pour enrichir ses horizons personnels, qui ne sont pas précisément littéraires...

UTILISATION DES LIVRES PAR LES PETITS LECTEURS

	Achat	Cadeau	Emprunt	Prêt
Romans	22 %	50 %	16,5%	11 %
B.D.	11 %	22 %	22 %	16,5%
S.Fiction	5,5%	-	11 %	11 %
Policiers	5,5%	-	11 %	5,5%
Essais	50 %	5,5%	27 %	28 %
Biographies	22 %	11 %	27 %	22 %
Litt.Class.	28 %	11 %	22 %	16,5%
Autres	39 %	11 %	22 %	11 %

Le tableau est à lire horizontalement; les totaux sont supérieurs à 100%, les personnes pouvant donner plusieurs réponses.

LECTURE DE LA PRESSE

	Tous 1.jours Régulièrement	Plus.fois/s De tps en tps	.1 fois/s	Jamais
Journal	28%	39%	11%	22%
Hebdomadaire	33%	72%	39%	28%

## LES MOYENS LECTEURS

\*\*\*\*\*

Ainsi appelés sont ceux qui ont lu entre 11 et 20 livres depuis un an, soit un peu plus d'un livre par mois. Ils représentent 21% des clients interrogés (moyenne nationale= 25% (1) ). La répartition par sexe n'apprend rien. On note, par contre, la forte proportion (40%) de personnes qui ont entre 20 et 25 ans, alors qu'aucune n'a plus de 60 ans. Ils sont soit étudiants (33%), soit cadres moyens (40%), la plupart du temps. La majorité d'entre eux a le niveau bac au minimum, puisque seulement 13% ne l'ont pas.

La lecture du quotidien les divisent: 54% le lisent au moins plusieurs fois par semaine, 47% ne le lisent pratiquement jamais. En revanche, ils sont 53% à lire régulièrement un hebdomadaire, 20% à en lire de temps en temps et seulement 26,5% à n' y accorder aucun intérêt.

Leur point commun est le pont d'or qu'ils font au roman: 60% en achètent pour eux-mêmes et 73% le choisissent en priorité pour offrir! Ils sont d'ailleurs les seuls à avoir autant confiance en le roman en tant que cadeau, et négligent complètement les bandes dessinées et les romans policiers. Le roman est également ce qu'ils prêtent le plus souvent (46,5% d'entre eux), ce qui semble logique, puisque c'est surtout ce qu'ils achètent. La littérature classique, qui avait été un peu délaissée par les petits lecteurs, réalise, chez eux, un bon score, avec 40% qui en achètent, 20% qui en empruntent

(1)Pratiques culturelles des Français . \_ Dalloz, 1982.

et qui en prêtent. Elle est cependant négligée en tant que cadeau (6%). En règle générale, ils sont moitié moins à acheter des essais (33%) que des romans (60%), et trois fois moins nombreux à acheter des biographies (20%). Cependant, ils sont 46,5% à acheter des "autres", 33% à en offrir, et 26,5% à en emprunter et à en prêter. Il serait bon de voir quels sont ces "autres" en s'en faisant une idée grâce à leurs achats, le jour où nous les avons interrogés: "Sigmund Freud: de la cocaïne", "La climatisation", "Technique comptable", "Echecs japonais", "Jouez et gagnez en bourse"... On trouve également "Et le diable en rit encore" de Régine Deforges, "Les yeux ouverts" de Yourcenar ou "Tendres stocks" de Paul Morand. Public, semble-t-il, aussi ouvert que le précédent, mais déjà plus littéraire.

CONSOMMATION DES LECTEURS MOYENS

Le tableau est à lire verticalement - Les totaux sont supérieurs à 100 % les personnes pouvant donner différentes réponses.

	Achat	Cadeau	Emprunt	Prêt
Romans	60 %	73 %	13 %	46,5 %
B.D.	13 %		20 %	13 %
S.F.	13 %	6 %	6 %	13 %
Policiers	13 %		6 %	6 %
Essais	33 %	13 %	6 %	20 %
Biographies	20 %	13 %	13 %	13 %
Classiques	40 %	6 %	20 %	20 %
Autres	46,5 %	33 %	26,5 %	26,5 %

LECTURE DE LA PRESSE

	Régulièrement Tous les jours	De tps en tps Plusieurs fois/S.	1 fois/S.	Jamais
Journal	26,5 % — 54 %	27,5 %	13 % — 46 %	33 %
Hebdomadaire	53 % — 73 %	20 %		27 %

LES GROS LECTEURS  
\*\*\*\*\*

Gros, ils le sont par le nombre de livres qu'ils ont lu depuis un an: plus de vingt. Gros, ils le sont aussi par la proportion qu'ils représentent au sein du public de "La Sorbonne": 40%. C'est effectivement très important, le double de la moyenne nationale qui est de 19% (1). Nous remarquerons qu'il est plus masculin que les autres: 66% d'hommes, 44% de femmes. Le reste, hélas, ne confirme que ce que nous pressentons confusément: seulement 13% n'a pas le niveau bac, 33% sont inactifs, 46,5% sont des cadres. C'est également dans ce public que nous retrouvons la grande majorité des retraités que nous avons rencontrés. Chose plutôt rassurante, après tout: la retraite, temps de la lecture? Autre chose pourtant qui rassure également, parce que paradoxalement, elle démentit un peu la première: aucune tranche d'âge n'est absente de ce public, excepté les moins de vingt ans, qui sont, rappelons-le, peu nombreux dans notre enquête. Ouf! Il n'y a pas d'âge pour devenir un gros lecteur.

On découvre cependant que deux tendances s'opposent face à la presse. Il semble qu'il y ait d'une part, les gens qui ont le temps ou l'envie de la lire régulièrement (36% lisent tous les jours le journal + 18% qui le lisent plusieurs fois par semaine, soit 54%, 39% lisent toutes les semaines un hebdomadaire, 18% le lisent de temps en temps, soit 57%) et, d'autre part, ceux qui consacrent leur temps de loisirs exclusivement à la lecture des livres au détriment de la presse (10%

(1) Pratiques culturelles des Français . \_ Dalloz, 1982

lisent le journal seulement une fois per semaine et 36% jamais soit 46% de non-assidus, et 43% déclarent ne jamais lire d'hebdomadaires). La France, à nouveau coupée en deux!...

Côté consommation, ils sont plus éclectiques que les précédents publics: si le roman se taille encore la part du lion (60,5% en achètent), il n'évince pour autant pas totalement ni les essais (45,5%), ni la littérature classique (51,5%), ni les biographies (48,5%). La B.D. et la science-fiction réalisent là leur meilleur score avec respectivement 21% et 15% d'acheteurs. Notons encore que <sup>bien</sup> qu'ils soient peu à acheter des romans policiers (6%), ils sont en revanche, les plus nombreux à en emprunter (21%). Bien qu'ils se refusent absolument à en offrir. Leurs choix sont sages, quant aux cadeaux: romans et littérature classique arrivent en tête, auprès tous deux de 39% de personnes. C'est d'ailleurs cette sagesse qui frappe le plus quand on regarde la consommation: s'ils ne dédaignent de lire aucun genre, ils se prêtent admirablement bien au cadre un peu étroit de notre tableau de genres. Les "autres" ne font que 12% d'émules pour les achats et sont totalement absents des colonnes "cadeaux", "emprunts" et "prêts". Cette sagesse se retrouve effectivement au niveau des achats effectués le jour de l'enquête. Pour quelques "Horoscopes chinois", "Cristallographie" ou "Plantes Méditerranéennes", combien de romans ("L'allée du roi", "Ada ou l'ardeur", "L'aimant"...), combien de biographies ("Lelia ou la vie de George Sand", "Maïakovski", "Toulouse Lautrec"...), de littérature classique (Rabelais, Joyce, Rousseau...) etc ? C'est le public le plus facile à cerner. Culture pré-fabriquée?

Comme c'était également le public le plus nombreux, il nous a paru intéressant de cerner d'encore plus près ceux qui lisent réellement beaucoup: les "papivores", ainsi surnommés car ils lisent tous au minimum soixante livres par an, c'est à dire plus d'un livre par semaine! Ils représentent 30% des gros lecteurs et 12,5% des clients de "La Sorbonne" que nous avons interrogés. Là, "l'élitisme" s'accroît encore: aucun n'a un niveau inférieur au bac et 90% d'entre eux ont poursuivi leurs études deux ans encore au minimum. Ce sont pour la moitié des cadres, pour l'autre moitié des inactifs (retraités et étudiants). Chose qui frappe également: un "trou" entre 29 et 50 ans. Le temps de passer de l'âge de père à celui de grand-père peut-être, ou d'employé à cadre supérieur, sans doute...

Comme la plupart des autres lecteurs, ce sont de gros consommateurs de romans: 60% d'entre eux en achètent. Suivent les essais qui ont 50% d'émules et la littérature classique qui en a 40%. Il faut également noter que c'est parmi ces "papivores" que la science-fiction remporte son meilleur score: 30% en achètent. Les policiers, complètement délaissés une nouvelle fois en tant qu'achat et cadeau sont, en revanche, empruntés par 30% d'entre eux, soit autant que les romans! Il est vrai que chez ces lecteurs, c'est la littérature classique qui rencontre la plus grande audience, puisque 40% en achètent, 60% en empruntent, 40% en prêtent et 50% considèrent que c'est le meilleur cadeau que l'on puisse offrir si l'on s'est décidé pour un livre.

Ce plébiscite de la littérature classique peut néanmoins s'expliquer par le chiffre de 30% que représentent les étudiants au sein du public des "papivores". Ils sont, de par leurs

études souvent amenés à fréquenter les auteurs classiques, et il n'y a peut-être pas de quoi crier à l'académisme des "papi-vores". C'est un public, sans doute plus intellectuel que les autres, mais pas intellectualisé pour autant puisque B.D, science-fiction ou romans policiers trouvent également une part d'audience. Il semble que ce public prend tout ce que la lecture peut apporter: détente et information.

	Achat		Cadeau		Emprunt		Prêt	
Romans	60,5%	60%	39%	10%	36%	30%	39%	30%
B.D.	21 %	20%	24%	20%	21%	30%	9%	10%
S.F.	15 %	30%	9%	20%	15%	30%	9%	20%
Policiers	6 %				21%	30%	6%	10%
Essais	45,5%	50%	12%	10%	27%	40%	24%	30%
Biographies	48,5%	20%	21%	20%	33%	20%	36%	40%
Classiques	51,5%	40%	39%	50%	39%	60%	33%	40%
Autres	12 %				3%	10%		

CONSOMMATION DES GROS LECTEURS (\*)

Journal	Régulièrement Tous les jours		De tps en tps Plusieurs fois/S.		1 fois/S.		Jamais	
Journal	36%	50%	18%		10%	10%	36%	40%
Hebdomadaire	39%	30%	18%	40%			43%	30%
<u>LECTURE DE LA PRESSE</u>								

(\*) Les chiffres de la première colonne sont ceux réalisés par les gros lecteurs en général, les chiffres de la deuxième sont ceux des "papivores"

T Y P O L O G I E      D E S      G E N R E S

LISTE PREFERENTIELLE DES CLIENTS  
DE "LA SORBONNE"

\*\*\*\*\*

A la lumière des deux points de vue précédents (typologie des lecteurs et perception des différents points de vente), il nous a semblé intéressant de dresser une sorte de carte d'identité des différents genres d'ouvrages.

Tout d'abord, nous noterons que le classement préférentiel des clients de "La Sorbonne" diffère sensiblement de celui de la nation, donné en 1981, par l'Express, différences visibles malgré la typologie également différente:

Liste préférentielle des Français selon "L'Express"

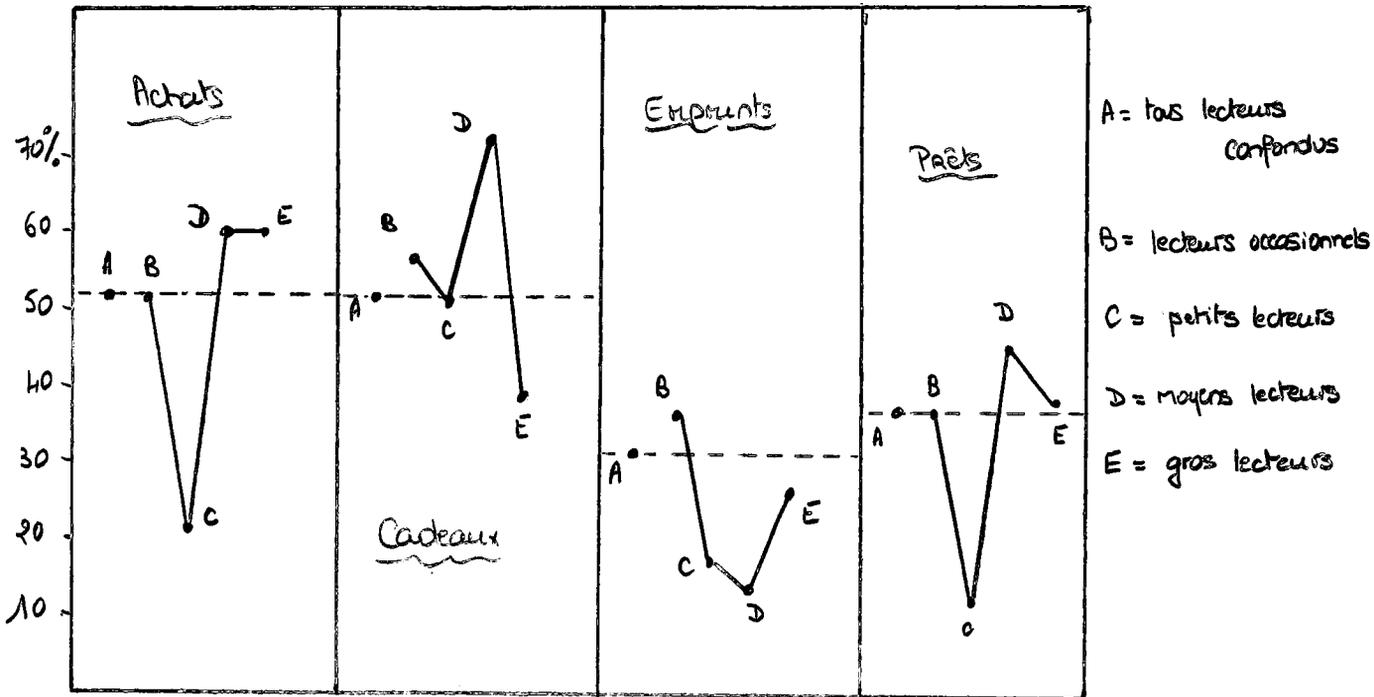
"Sorbonne"

- |                                        |                                    |
|----------------------------------------|------------------------------------|
| 1. Romans                              | 1. Romans                          |
| 2. Livres d'histoire, récits, mémoires | 2. Littérature classique           |
| 3. Policiers, espionnage               | 3. Essais                          |
| 4. Livres sur la santé, médecine       | 4. Bandes dessinées<br>Biographies |
| 5. Bandes dessinées                    | .                                  |
| 6. Documents politiques                | 6. Science-fiction                 |
| 7. Classiques<br>Sciences et technique | 7. Policiers                       |
| 9. Science-fiction                     |                                    |
| 10. Sciences Humaines, Essais          |                                    |
| 11. Livres d'art                       |                                    |
| 12. Poésie                             |                                    |
| 13. Livres religieux                   |                                    |

Cette comparaison est cependant à faire avec circonspection, l'enquête de "L'Express" ("Faut-il réapprendre à lire?", n°1559, p 66-72)

p-66-72) portant sur les lectures préférentielles; notre liste à nous est déduite des achats et des emprunts. La question n'a pas été directement posée. Il faut se souvenir qu'il est publié davantage de romans que de biographies, par exemple: comment un client pourrait-il acheter un livre non publié, même si c'est son genre de lecture préféré?

LE ROMAN  
\*\*\*\*\*

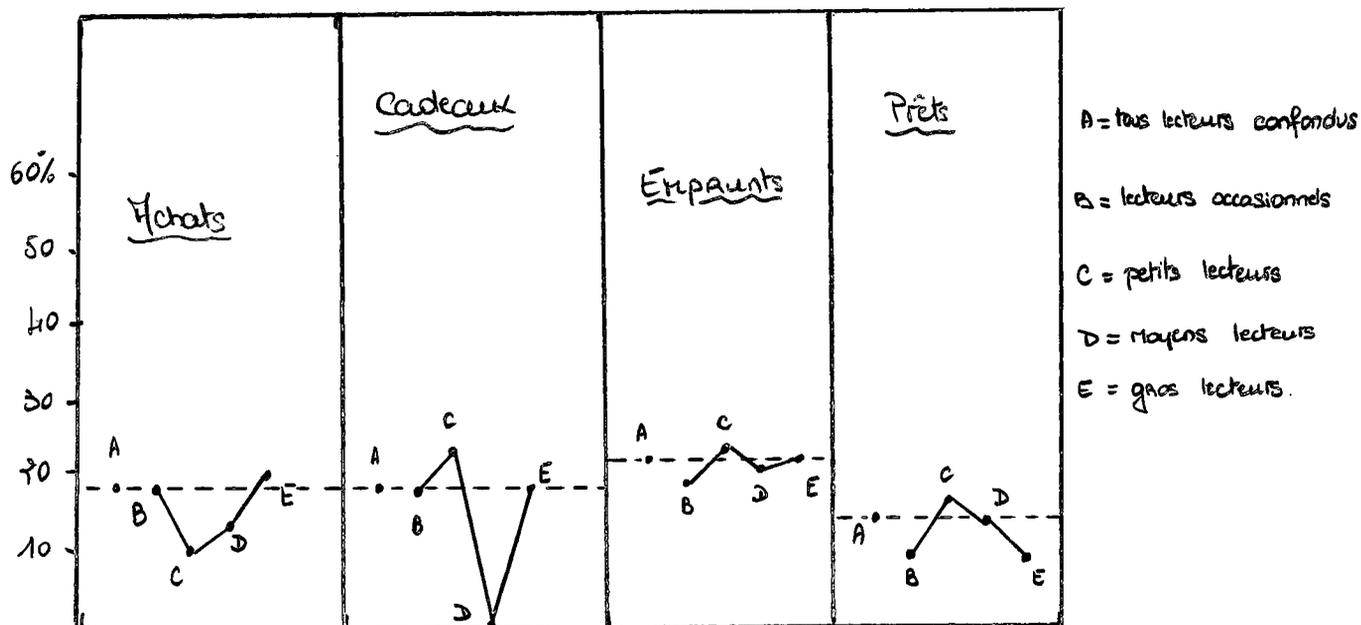


C'est le genre qui remporte le plus de suffrages, aussi bien au niveau national que chez les lecteurs de "La Sorbonne", puisqu'il y a 61% d'amateurs (taux calculé selon que la personne achète ou emprunte des romans), ceci semble-t-il chez les deux sexes et sans distinction d'âge ou de niveau d'études. Si nous devons rappeler une réticence, c'est celle des petits lecteurs (C). Ils sont ceux qui en achètent le moins, en prêtent le moins et ils en empruntent à peine plus que les moyens lecteurs (D), même s'ils sont la moitié à le choisir en cadeau.

Excepté en grandes surfaces (voir le tableau des répartitions d'achat à la fin de ce chapitre), les romans sont l'achat préférentiel (du moins auprès des clients de "La Sorbonne") : 57,5% des achats faits à "La Sorbonne", 72,5% à la FNAC, 52,5% dans les autres librairies. Grand avenir encore devant lui.

LES BANDES DESSINEES

\*\*\*\*\*



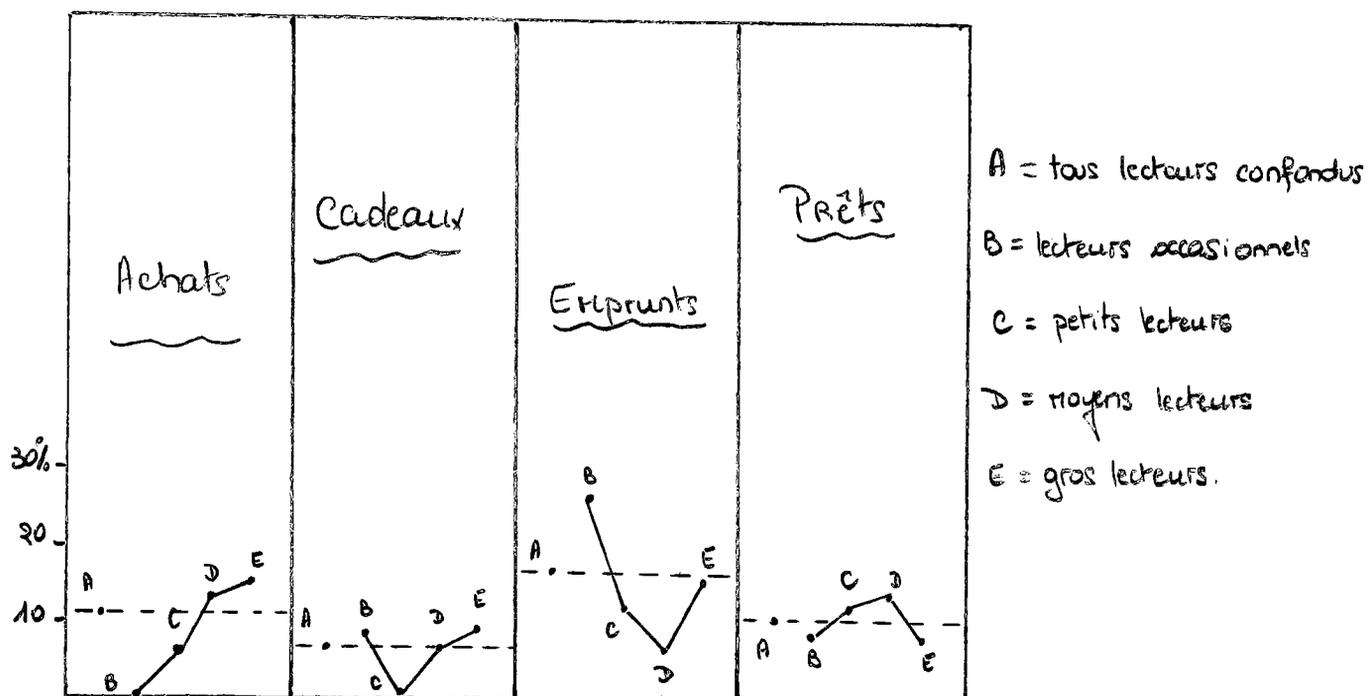
On a vu que souvent, la bande dessinée traînait en queue de peloton, autant en tant qu'achat, cadeau, emprunt ou prêt. Chez les lecteurs moyens (D), on se refuse même catégoriquement à en offrir. Genre mineur et ignoré, la B.D.? Rien n'est plus faux. C'est qu'en fait les personnes qui en achètent n'en empruntent pas (ou peu) et vice-versa, ce qui révèle qu'en réalité 42% de la population des clients en lisent, ce qui finalement place la B.D. en 4<sup>e</sup> position des préférences (5<sup>e</sup> au niveau national selon "L'Express"). Dernière précision, à "La Sorbonne", si le niveau d'études n'entre aucunement en ligne de compte, on s'aperçoit que ce sont en majorité les 26-29 ans qui en font leurs délices (30% des 42% concernés).

Enfin, alors que les bandes dessinées représentent assez peu dans les achats de la FNAC ou des librairies (Voir le tableau des répartitions d'achat en fin de chapitre), elles constituent auprès des clients de "La Sorbonne", 60% des achats qu'ils effectuent en grande surface. La B.D. serait-elle quand même considérée avec mansuétude? C'est plaisant, certes, mais on n'y accorde finalement pas plus d'importance qu'à l'achat d'un

paquet de couche-culottes?

LA SCIENCE- FICTION

\*\*\*\*\*



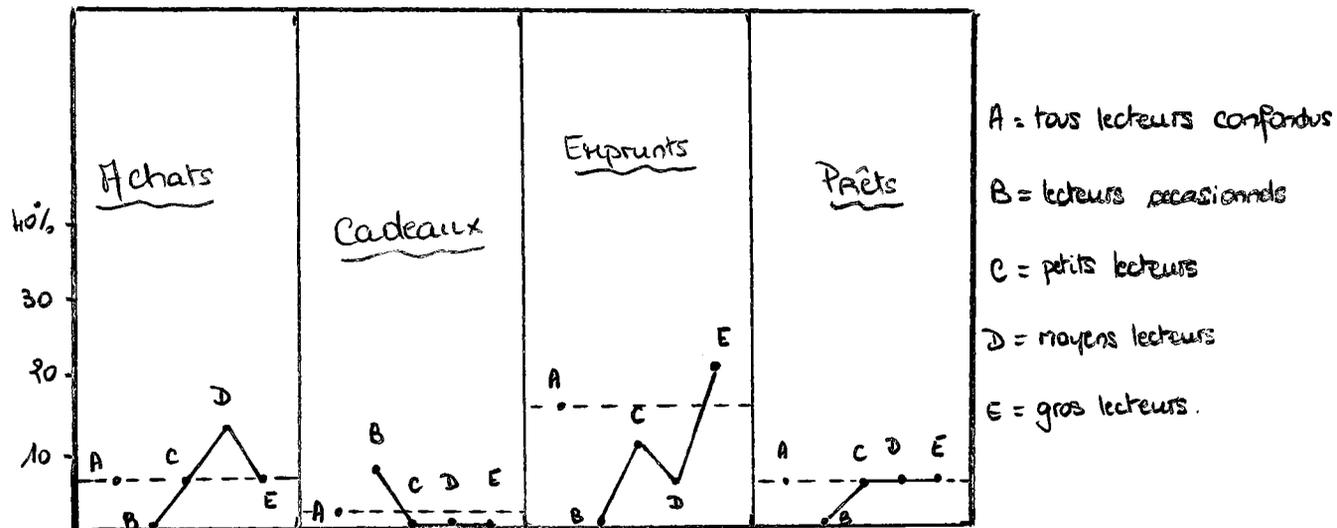
Là, aucune réhabilitation: la science-fiction demeure un genre marginal: 21% des personnes interrogées soit en achètent soit en empruntent, ce qui la place en avant-dernière position. Au niveau national, elle n'a guère plus de chance: 9<sup>e</sup> sur 13 genres dénombrés par "L'Express". Parmi les clients de "La Sorbonne", on note des refus catégoriques: celui des petits lecteurs (C) à en offrir par exemple. Pour les lecteurs occasionnels (B), le refus est plus subtil, aucun ne veut en acheter pour soi, mais ils sont 27% à en emprunter! C'est une littérature qui apparemment ne leur paraît pas digne d'investissement. Ce sont les gros lecteurs (E) qui regardent le moins à la dépense, mais ils ne dépassent pas la moyenne générale: 21% seulement. Cette moyenne n'est supplantée que par les très gros lecteurs, les "papivores", mais à peine: 30% d'entre eux seulement (cf. p 34).

En ce qui concerne les points de vente (Voir le tableau des répartitions d'achat à la fin du chapitre), il semble que la science-fiction soit touchée du même phénomène que la B.D.: c'est

surtout à la FNAC (25% des infidèles de "La Sorbonne" achètent de la science-fiction quand ils y achètent des livres) et en grandes surfaces (20%) qu'on en achète. Mais très peu en librairie. Peut-être sont-elles moins bien achalandées...

LE ROMAN POLICIER

\*\*\*\*\*

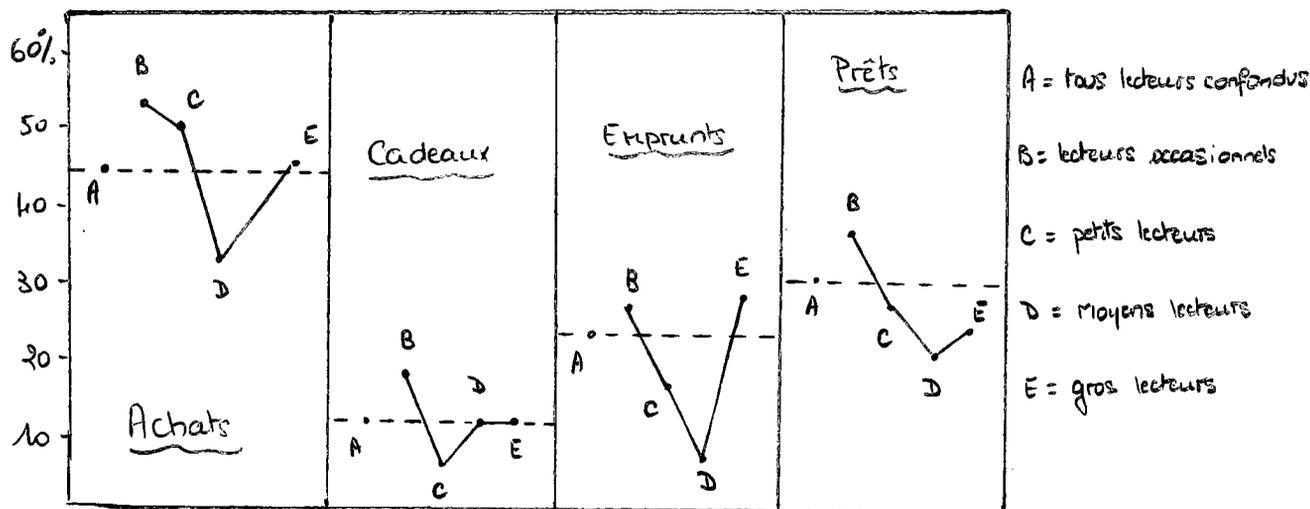


...Ou comment juger de l'intellectualisme d'un public. Alors qu'au niveau national, les "polars" sont en 3<sup>e</sup> place, ils occupent la dernière à "La Sorbonne": 19% lit ce genre de littérature. Le "blocus" est quasiment unanime: les petits lecteurs (C) y sont même totalement rebelles: c'est un type de lecture qui ne fait que leur passer entre les mains, c'est-à-dire, quand ils en font cadeau, et encore sont-ils à peine 10% à en offrir. Le plus curieux, c'est tout de même qu'ils sont les seuls à en faire cadeau... Les moins réticents sont encore les gros lecteurs (E): s'ils ne sont que 6% à en acheter, ils sont 20% à en emprunter.

C'est à nouveau en grandes surfaces que les infidèles de "La Sorbonne" préfèrent les acheter: 26,5% d'entre eux (Voir le tableau des répartitions d'achat en fin de chapitre) contre 17,5% à la FNAC et 12,5% à "La Sorbonne" même, par la totalité de ses clients. Apparemment, un point faible de l'assortiment...

LES ESSAIS

\*\*\*\*\*

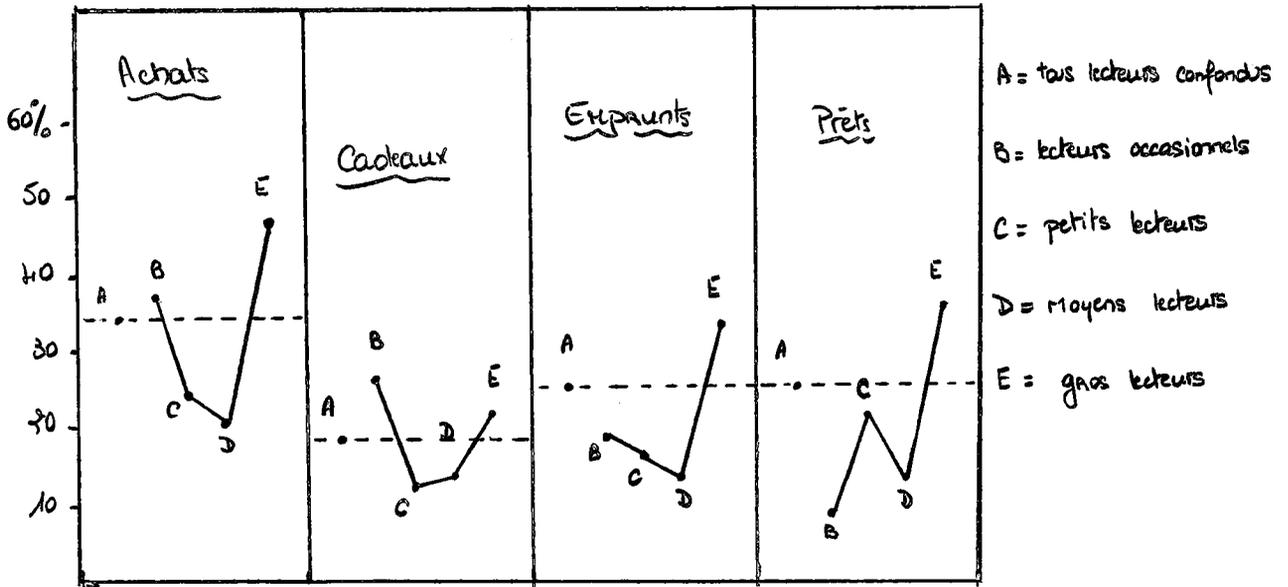


Nous ne disposons en ce cas d'aucun élément permettant de comparer avec le niveau national, la typologie n'ayant pas été faite de la même façon dans l'enquête de "L'Express". Néanmoins, le résultat recueilli auprès des clients de "La Sorbonne" (46% en sont lecteurs) ne peut que nous étonner, sachant que ce n'est guère un genre réputé distrayant. D'où l'on jugera encore de "l'intellectualisme" du public. Il faut, à ce propos, noter une chose: ce sont les lecteurs occasionnels qui en achètent et en empruntent le plus (ex-aequo avec les gros lecteurs en ce qui concerne les emprunts) (B). Serait-ce pour cela qu'ils lisent moins que d'autres? Eux aussi, lire peu mais utile? Cette constatation est d'autant plus étonnante que malgré leur peu d'intérêt pour la lecture, ce sont eux qui en offrent le plus souvent. Certes, la proportion est faible (18%), mais, justement, il est troublant de constater que ce sont des clients qui lisent peu qui offrent un genre aride parfois, et qu'on se garde en général d'offrir...

Quoi qu'il en soit, la grande particularité des lecteurs d'essais est qu'il est composé de deux fois plus d'hommes que de femmes (67% contre 33%). Notons également que sur les 25% de clients qui ont un niveau 3<sup>e</sup> cycle, 60% apprécie cette lecture.

À "La Sorbonne", les essais sont achetés pratiquement par un client sur deux (45%), pourtant il semble que ce soit à cause d'eux que l'on devient infidèle. Lorsqu'ils vont dans d'autres librairies, ils sont 50% à en acheter, 42,5% à la FNAC. Peut-être est-ce parce que c'est un genre extrêmement vaste: histoire, critique littéraire, ethnologie, politique, sociologie etc... :comment tout avoir en stock? A part quelques essais politiques, peu sont ceux qui correspondent à une mode, et il est plus ardu, je présume de constituer un fonds qui satisfasse tous les clients. (Voir le tableau des répartitions d'achat en fin de chapitre).

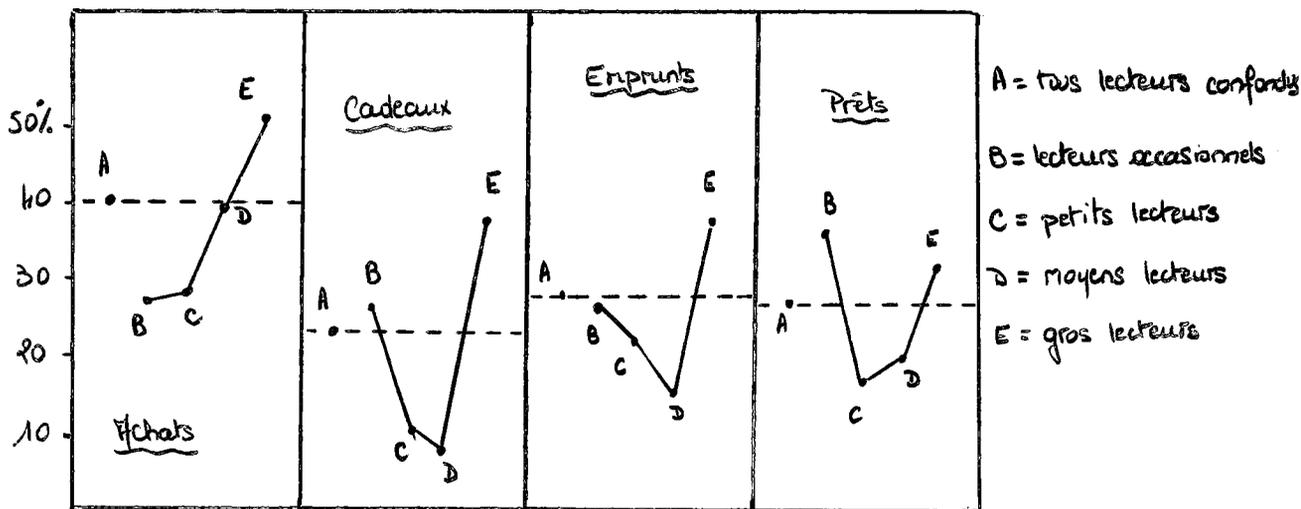
LES BIOGRAPHIES  
\*\*\*\*\*



Genre actuellement en vogue (demander aux bibliothécaires!), les biographies recueillent effectivement les suffrages de 42,5% de la population interrogée, ce qui représente en fait la même proportion que les B.D. (42%). Appréciables à tous les âges et quel que soit le niveau d'études (4<sup>e</sup> position à "La Sorbonne", 2<sup>e</sup> ? au plan national), elles ont surtout la faveur des gros lecteurs. On n'ose cependant pas trop en offrir: tous lecteurs confondus, le taux s'élève à moins de 20% (il va jusqu'à 26% seulement chez les lecteurs occasionnels (B) ); comme les bandes dessinées, une nouvelle fois.

C'est surtout en librairie qu'on trouve ses amateurs: 40% des clients en achètent à "La Sorbonne", et 32,5% des infidèles dans les autres librairies.

LA LITTÉRATURE CLASSIQUE  
\*\*\*\*\*

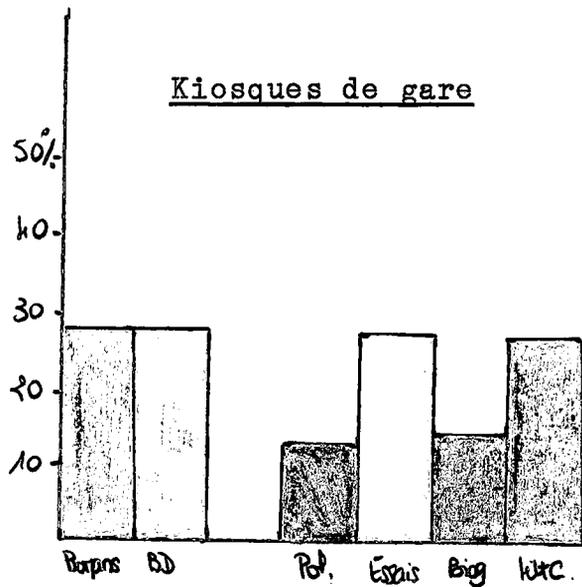
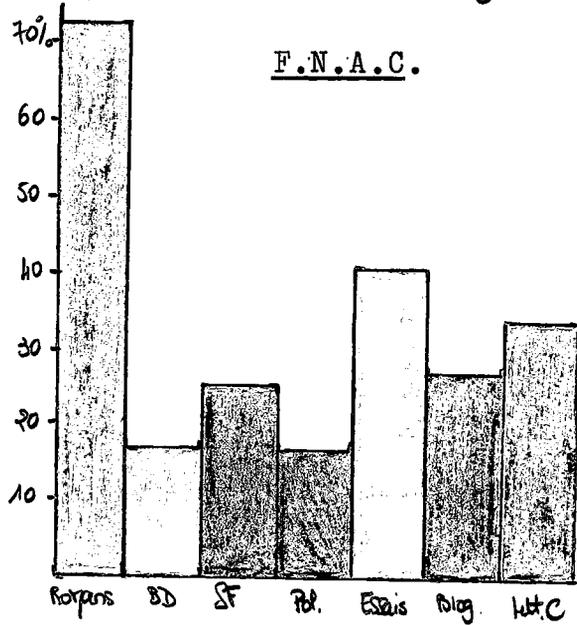
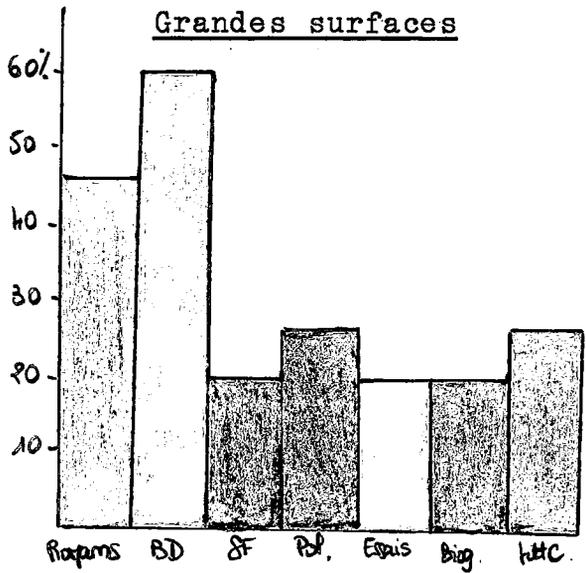
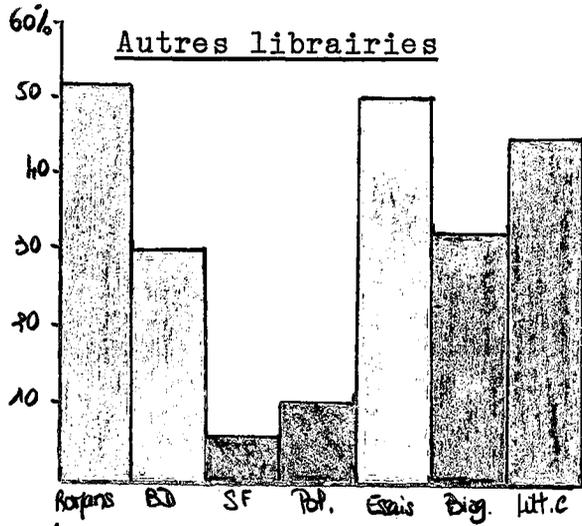
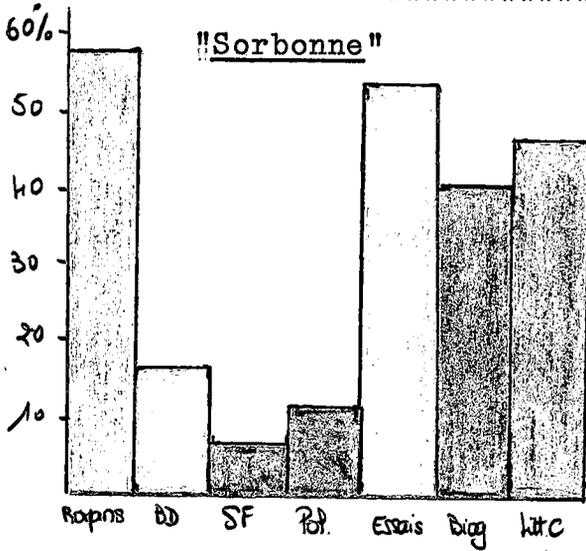


C'est la surprise du questionnaire: 50% des clients de "La Sorbonne" sont lecteurs de littérature classique. Certes, ce sont surtout les gros lecteurs qui en achètent: 51% d'entre eux contre 40% tous lecteurs confondus, mais sa place en seconde position contrecarre nettement la 7<sup>e</sup> accordée au niveau national. Notons tout de même une chose: plus on lit de livres et plus on s'achète de littérature classique: 26% des lecteurs occasionnels, 28% des petits lecteurs, 40% des moyens lecteurs et 51% des gros lecteurs.

La littérature classique est, semble-t-il, le dernier bastion des librairies: 40% des clients en achètent à "La Sorbonne", elle est achetée par 47,5% des infidèles qui vont dans d'autres librairies. Est-ce en train de changer? Elle représente également 37,5% du public qui fait aussi ses achats à la FNAC.

REPARTITION DES ACHATS DES CLIENTS DE "LA SORBONNE"

\*\*\*\*\* SELON LES POINTS DE VENTE \*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*



INFLUENCES

\*\*\*\*\*

Comment les clients de "La Sorbonne" achètent-ils? Par besoin, par coups de coeur ou influencés par la publicité? Est-ce parce que c'est un public "intellectuel" que le cadre de nos réponses a paru trop étroit? 112,5% d'entre eux ont répondu "autres influences", chacun des clients pouvant donner plusieurs réponses, le total est supérieur à 100%.

A vrai dire, les influences classiques comptent relativement peu. On achète par besoin (25%), la moitié pour les études, l'autre moitié pour la profession, ou simplement selon l'humeur sans que rien n'ait influencé précisément. C'est ce qu'ont répondu 21% des clients. 16% se fient au sujet du livre lui-même, 6% se fient plutôt à l'auteur. 4% achètent pour préparer un voyage.

En fait, il y a presque autant de raisons que de clients: l'un aura été aiguillé par la bibliographie trouvée dans un autre livre, le second, par la presse spécialisée dans sa profession, le troisième, tout simplement par le prix, un autre même, par l'épaisseur du livre!...

Le fait que ce soit un livre récent ne joue pas un rôle prépondérant puisque 12,5% seulement ont répondu qu'ils y accordaient de l'importance. Best-sellers et prix littéraires ne convainquent respectivement que 5% et 1% des clients. On accorde davantage de crédit aux critiques (35%, dont 10% ont spontanément répondu l'émission de B.Pivot -qui ne figurait pourtant pas dans notre liste- ) qu'aux conseils des amis (16%) et bien plus qu'à ceux de la famille (4%). Le libraire, lui, n'influence qu'1% des clients, moins encore que le cinéma, qui, lui, amène 5% des clients à lire le livre <sup>dont le film</sup> qu'ils ont vu est tiré. Déclin d'une profession ?

LA CIRCULATION DU LIVRE

En tant que future bibliothécaire, il m'apparaissait intéressant de savoir ce qu'une fois passé des mains du libraire à celles du client, il advenait du livre. Le garde-t-on jalousement chez soi? Le livre est-il synonyme de possession ou seulement de lecture et peu chaut-il de l'acheter ou de l'emprunter?

En masse, ils ont répondu que le fait de posséder un livre leur paraissait primordial: 92,5% de "oui" contre 7,5% de "non". Au niveau national, un sondage du Ministère de la Culture, effectué en 1981 (1) révèle que 80% des Français possèdent des livres dont la moitié environ déclarent plus de cent livres et 28% plus de deux cents. Pourquoi ce désir de possession chez les uns et cette indifférence chez les autres? A vrai dire, ceux que cet aspect laissent froid ne s'embarassent guère en général d'explications. Leur réponse est nette "Non", un point, c'est tout. Notons quand même deux réponses intéressantes et pleines de bon sens:

" Il est plus important d'avoir lu que de posséder "

(H, 45 ans, attaché commercial)

"Je n'accorde en général aucune importance au fait de posséder un livre, sauf si c'est un livre ancien, qu'il a une belle reliure. Sinon, je garde les livres dans ma tête. "

(F, 67 ans, mère de famille)

(1) Pratiques culturelles des Français .- Dalloz, 1982

Dans le "clan" des "Oui", les réponses sont plus variées, et assez difficiles à répertorier en "styles" de possesseurs. Tout de même, il se révèle qu'il y a des "faux amoureux" du livre : pour certains, c'est surtout l'aspect pratique et utilitaire qui importe puisque 30% affirment que cela leur permet de le relire que de posséder un livre (Combien relisent en réalité? L'histoire ne le dit pas...) et pour 21%, c'est la disponibilité de l'ouvrage qui est la cause du désir de possession: on aime garder le livre pour y trouver des références, des citations...Pour d'autres, entre aussi le côté propreté, hygiène:

" C'est plus propre qu'en bibliothèque, on est sûr de l'état"

Quelques-uns sont des amoureux prudents (2,5%) :

" C'est important, mais j'achète après avoir emprunté. Après, je relis volontiers les livres que je possède "

( F, 32 ans, professeur )

... ou des esthètes:

" Oui, mais s'ils sont beaux, bien reliés "

(F, 52 ans, serveuse)

Enfin, entrent en lice ceux pour qui le livre est avant tout ~~de~~ transmission du savoir ou des émotions, en aval et en amont :

" C'est le plaisir du vieux papier. On fait revivre quelque chose"

(H, 29 ans, secrétaire administratif)

" Ah oui, c'est important! Posséder le livre, le retrouver, puis éventuellement le faire lire aux enfants."

( F, 32 ans, assistante sociale)

Enfin, il y a ceux (15%) qui ont du mal à expliquer pourquoi, mais qui essaient:

"C'est une partie du "moi" "

(F, 20 ans, étudiante)

" C'est un ami "

(H, 53 ans, réparateur photo)

"J'ai toujours aimé les livres, j'y tiens beaucoup plus qu'à d'autres biens matériels. Je les considère comme des amis."

(F, 51 ans, garde malade)

...et qui y arrivent:

"Une maison sans livre, c'est vide! "

(F, 22 ans, secrétaire de direction)

" C'est un plaisir de regarder, et de se dire: "J'ai lu tout ça! " "

(H, 29 ans, chômeur)

Ces cris du coeur réchauffent les nôtres. Pourtant l'aventure d'un livre doit-elle se terminer au fond d'une bibliothèque, même chérie par son propriétaire? Posséder, d'accord, mais partager, offrir le plaisir que l'on a ressenti à quelqu'un d'autre? ... Il y a motif à se réjouir. Sur les clients rencontrés, seulement 14% sont réfractaires à l'idée d'offrir un livre. On notera d'ail-

-leurs toujours la même spirale infernale:

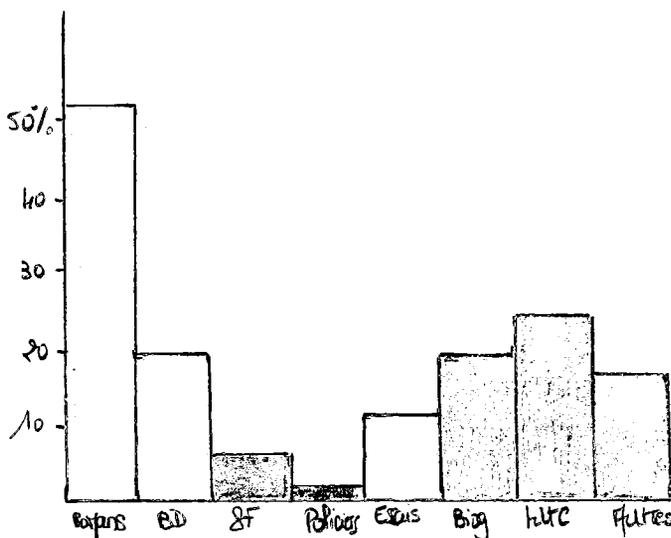
\*ils représentent 30% de ceux qui n'ont pas le niveau Bac

\* " " " 14% " " " ont le niveau Bac

\* " " " 6% " " " ont le niveau 1er ou 2é cycle

\* " " " 15% " " " ont le niveau 3è cycle

Pour mémoire, nous reproduisons ci-dessous la nature des cadeaux faits par les clients de "La Sorbonne", tous lecteurs confondus:



Cependant, le "circuit" du livre ne s'arrête pas au cadeau. Etre prêté et emprunté, telle doit être la gloire de tout livre qui se respecte. Mais les clients de "La Sorbonne", respectent-ils, eux, cette loi? Plus ou moins, dirons-nous. Certes, à occulter complètement cet aspect de la vie d'un livre, c'est-à-dire à ne faire ni prêt ni emprunt, ils ne sont que 11%, ce qui, comparativement à la moyenne nationale (42,5%) est relativement peu (1). Par contre, en plus de ces 11%, ils sont 29% à ne jamais emprunter et 21% à ne jamais prêter un livre. Additionné, cela fait un total de 50% de personnes qui ne réalisent que la moitié du circuit du livre, soit dans un sens, soit dans l'autre. C'est dommage et surprenant: la moyenne nationale est seulement de

(1) Pratiques culturelles des Français. - Dalloz, 1982.

20% ! (1). C'est d'autant plus étonnant qu'en général, les deux pratiques sont liées.

Cependant, pour réaliser pleinement quel peut être l'impact d'un livre, il faut aller plus loin dans l'analyse. Emprunter, prêter, c'est bien, mais à qui? Il serait dommage que ce ne soit que les proches parents qui en bénéficient. Rassurons-nous. 30% empruntent à leur famille et 41% lui prêtent. C'est honorable, mais comparé à la circulation du livre au sein des groupes d'amis, c'est presque négligeable, puisque 55% empruntent à leurs intimes et 75% leur prêtent! Précisons que ce dernier résultat serait plus élevé encore si la question avait été: "A qui vous est-il arrivé de prêter dans votre vie? ", car combien sont ceux qui ont dit avoir cessé un jour de prêter parce qu'ils ne voyaient plus revenir leur bien! Etant donné qu'ils sont 92,5% à accorder de l'importance au fait de posséder, on admire la générosité des autres.

Relative générosité, notons bien. En effet, aux amis étourdis, on peut encore se permettre de réclamer son livre, mais aux collègues, ose-t-on?...Pas tellement, apparemment. 22,5% seulement déclarent prêter à leurs collègues de travail ou à leurs camarades de faculté. Ce sont à 87% des personnes qui ont un niveau d'études supérieur au bac. Le "intellectuel" aurait-il davantage le sens du partage que les autres?

On est pourtant beaucoup plus méfiant à l'égard des voisins. Indifférence des grandes villes? Ils sont seulement 7,5% à prêter au "type qui habite en face". Qui sont-ils, ces témé-

(1) Pratiques culturelles des Français.- Dalloz, 1982

-raires? tous des jeunes de moins de 30 ans, qui ont pourtant tous répondu "oui" à l'importance de la possession du livre. Naïveté et générosité de la jeunesse!

### FREQUENTATION DES BIBLIOTHEQUES

Dans tout cela, que reste-t-il de nos amours? Attachés à 92,5% à leurs livres, les clients de "La Sorbonne" ne sont que 42,5% à fréquenter les bibliothèques. Mais connaissant cet attachement, doit-on dire "que" ou "quand même" ? Ils sont même 5% à fréquenter plusieurs bibliothèques. Il faut sans doute en déduire que les clients n'empruntent que les livres qu'ils ne veulent pas (leur intérêt ou leur besoin est ponctuel) ou ne peuvent pas (prix trop élevé) acheter.

C'est en majorité en bibliothèque municipale que les clients s'inscrivent, puisque 26% des personnes interrogées les fréquentent, soit la moitié de celles qui vont en bibliothèque. En fait, ce n'est guère étonnant, sachant que les clients de "La Sorbonne" sont en majorité des lecteurs de romans et que les statistiques des annexes de la Bibliothèque Municipale de Nice (elles sont 13 à faire de la lecture publique) révèlent ce même phénomène. Pour dix romans, il sort environ deux documentaires!...

Que ce soit les bibliothèques universitaires qui suivent ensuite n'est guère étonnant non plus: 12,5% de personnes qui les fréquentent = les 15% d'étudiants qui achètent à "La Sorbonne".

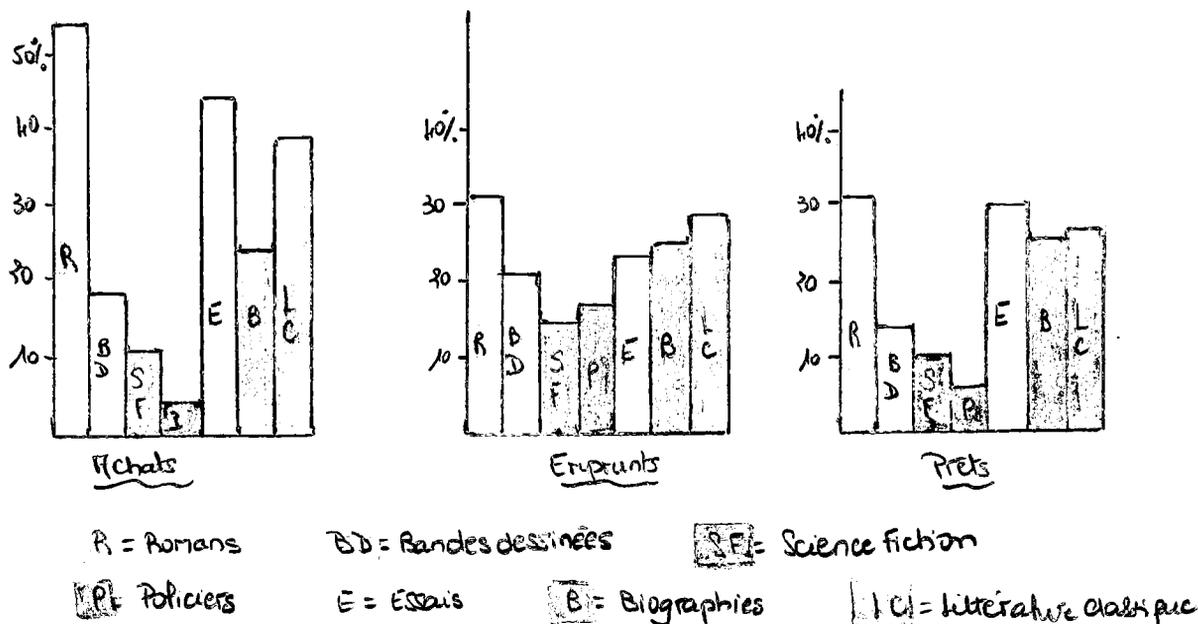
Le score des bibliothèques d'entreprise (7,5%) est plus surprenant, quoique, comme on l'a vu, les cadres sont nombreux parmi les clients. Plus navrant est celui des bibliobus: 1%, d'autant qu'il existe un bibliobus municipal à Nice. Il est vrai que cela correspond à la moyenne nationale qui est de 1,3% (1).

(1) Pratiques culturelles des Français .- Dalloz, 1982

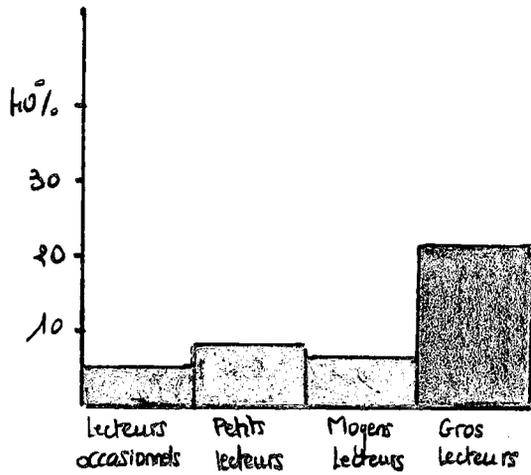
Qui va en bibliothèque? (Voir le tableau p.59) Nous l'avons déjà dit: 12,5% d'étudiants, qui y sont plus ou moins contraints. Les autres? Ce sont toujours les mêmes, extrêmement motivés par la lecture, puisque la moitié sont des gros lecteurs c'est-à-dire des cadres et des retraités. C'est un peu là le drame et des bibliothèques et des librairies: vitrines alléchantes, animations en tous genres, il semble que rien n'y fait vraiment pour que la lecture descende réellement dans la rue.

### NATURE DES PRETS ET DES EMPRUNTS

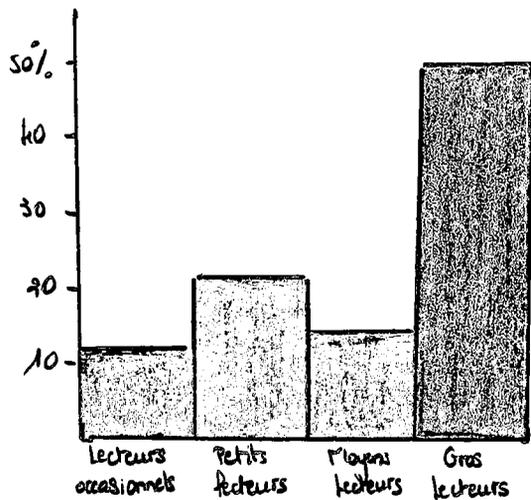
On n'étonnera personne si l'on dit que le roman occupe toujours la première place. Pas de bouleversement au "hit-parade", en fait : romans, littérature classique, biographies, essais sont toujours à l'honneur. Ce qui est plus frappant, c'est l'écart nettement moins grand entre les genres. Certes, les romans ont 31% d'amateurs mais la science-fiction, lanterne rouge, en a tout de même 16%. On est loin des envolées lyriques concernant les achats ... (cf. tableau de comparaison ci-dessous)



QUI VA EN BIBLIOTHEQUE ?  
\*\*\*\*\*



Pourcentage de tous les clients interrogés



Pourcentage d'après la population  
qui va en bibliothèque

Personnes qui n'empruntent pas : 29% }  
qui ne prêtent pas : 21% } 50%

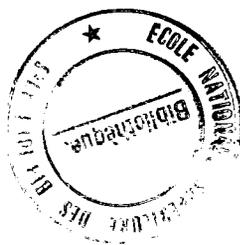
Ni prêt ni emprunt : 11%

E P I L O G U E  
\*\*\*\*\*

Que reste-t-il à dire au terme de cette enquête? Que faut-il en retenir? Réflexions désabusées ou révélations surprenantes? Ni l'un ni l'autre, sinon toujours le même regret: "La Sorbonne", malgré son image de marque dans la ville, la réputation dont elle jouit, ne parvient, pas plus que les bibliothèques, à attirer un public aussi diversifié qu'il serait souhaitable. Malgré les efforts au niveau national, au niveau local (durant plusieurs années, Nice a été le théâtre d'un festival du livre), la lecture n'est considérée comme un loisir ou un moyen d'information que par un nombre réduit de la population. S'il y a peu d'usines à Nice, hôtels, restaurants ou autres grands magasins pullulent. Il n'y a pas non plus que des grands lycées ou des classes préparatoires à HEC. Que devient toute cette autre partie de la population? Comment les immigrés travaillant sur les chantiers occupent-ils leurs loisirs? "La Sorbonne" n'en voit que très peu flâner dans ses rayons...

De plus, qui vient ne lit pas n'importe quoi. Les préférences sont très marquées, et on lit peu les genres marginaux. Dans l'ensemble, le public s'en tient à des lectures classiques, reconnues depuis longtemps.

Faut-il pleurer, faut-il en rire? Pourtant, entrer dans une librairie et se dire: "Quand j'aurai lu tout ça! "...



A N N E X E S

M E T H O L O G I E  
\*\*\*\*\*

LE QUESTIONNAIRE

L'élaboration des questions a demandé deux épreuves avant d'arriver à l'étape définitive, reproduite pages suivantes.

Le premier brouillon ressemblait assez peu au questionnaire finalement mis au point. Beaucoup trop long, il mélangeait questions quantitatives, c'est-à-dire sujettes à des résultats statistiques, et qualitatives, qui visaient à une approche plus sociologique du public. Il a fallu faire un choix. Certes, un questionnaire qualitatif aurait eu plus d'"âme", mais il demandait un travail beaucoup plus long et surtout un public extrêmement coopératif. Cela supposait l'utilisation du magnétophone et la pratique de l'interview. C'est ainsi qu'a oeuvré le Cercle de la Librairie lors de son enquête auprès des acheteurs en librairie (voir la référence dans la bibliographie). Les résultats sont des plus passionnants mais cela nécessite de la part des personnes interrogées qu'elles aient réfléchi à leurs relations avec la lecture. C'était prendre le risque de ne rencontrer qu'un public extrêmement motivé par cette activité, et oublier tous ceux qui sont un peu moins attirés. L'opinion de tous nous paraissait primordiale pour mieux cerner la librairie et nous avons opté en conséquence pour un questionnaire de type quantitatif, ne gardant du côté qualitatif que la dernière question "Accordez-vous de l'importance au fait de posséder un livre?".

Le second brouillon était beaucoup plus proche du questionnaire final. Toutes les questions (sauf une, donc) qualitatives

avaient été supprimées; ne restaient que des questions de type quantitatif. La révision de ce second questionnaire fut surtout affaire de détails. L'expérience de M. Barbier-Bouvet (que nous remercions à cette occasion) fut salutaire: comment ne pas froisser les gens, les bloquer; penser au travail que demanderait le dépouillement. Ainsi les questions les plus personnelles (âge, niveau d'études, etc...) furent placées en fin de questionnaire plutôt qu'en début, les personnes acceptant mieux de dévoiler une part de leur identité une fois qu'ils savent l'usage que l'on en fera. Le plus grand bouleversement consista à renoncer à demander un choix préférentiel pour de nombreuses questions, à la fois parce que peu de personnes sont capables de dire si elles achètent d'abord des romans, puis ensuite des essais, et enfin, de la littérature classique, et aussi parce que le dépouillement est extrêmement plus complexe pour ce genre de questions. Il fut décidé de n'en garder qu'une, celle relative aux influences, et, en définitive, sur le terrain, il a fallu y renoncer aussi. On s'est également inspiré de certaines questions posées dans "Pratiques culturelles des Français" (voir également la référence complète dans la bibliographie) pour les énoncés. C'est le cas, par exemple, des questions relatives à la presse. Le but de cette révision était surtout de simplifier les réponses à faire, de permettre aux gens de répondre rapidement. Ne pas demander seulement "Combien de livres environ avez-vous lu depuis un an?", mais proposer également une grille (de 0 à 5, de 6 à 10, etc...) à laquelle ils pourraient se référer. On a encore décidé de regrouper romans et best-sellers sous le même genre de littérature pour éviter d'avoir à définir la notion de best-seller et surtout pour éviter les réponses doubles: si un roman s'avère être un best-seller, la personne aurait répondu, pour le même livre, à la fois "roman" et "best-seller", ce qui aurait faussé les résultats.

En résumé, on peut dire que le premier questionnaire donna lieu à un "débat" de fond, le second à un "débat" de forme. Ce second questionnaire s'avérait cependant cette fois d'une longueur satisfaisante. Avant de décider d'en établir un troisième, il fut soumis à différentes personnes, étrangère à toute profession du livre, à la fois pour s'assurer que le nombre de questions ne rebuterait pas les clients, et afin de savoir si certains énoncés ne donnaient pas lieu à des interprétations différentes. Il fallait que tout soit concis, rapide, tout en ne perdant rien de son intérêt.

Le troisième et dernier questionnaire s'avéra donc durer entre dix et vingt minutes selon les personnes. Les défauts d'énoncés du second brouillon avaient été corrigés et aucun n'a plus donné lieu à discussion. Le sens de lecture de certaines questions présentées sous forme de tableaux (à lire verticalement ou horizontalement) n'ont pas davantage posé de problèmes, puisque le questionnaire fut oral et soumis directement aux clients qui sortaient de la librairie. Pour plus de facilité, nous avons établi une liste des différents genres et influences. Cela fut finalement sans effet, les gens, étant persuadés que ce qui était inscrit sur la liste que nous leur tendions n'était pas ce qui était inscrit sur le questionnaire que nous avions en mains, préféraient regarder par dessus notre épaule. Ce mode de questionnaire oral avait été préféré au simple dépôt à la caisse de la librairie. Tout d'abord, pour éviter que les clients se méprennent sur le sens de lecture, par exemple, ensuite pour éviter une sélection qui eût alors été inévitable. Seules, des personnes extrêmement motivées auraient pris la peine de remplir le questionnaire et le rendre au libraire. La méthode orale nous permettait d'éviter cette sélection. Enfin, ne négligeons pas

l'aspect humain. Ce fut souvent un véritable plaisir de rencontrer certaines personnes; le temps de notre discussion dépassa souvent les vingt minutes prévues. "L'amant" de Marguerite Duras, par exemple, donna souvent lieu à débats passionnés. Ou le départ de Michel Rocard...

Malgré notre vigilance, certaines données n'avaient pas été prévues. Il fut heureusement souvent possible, cependant de rectifier ces oublis. Ceci explique pourquoi certains résultats sont analysés dans le corps du mémoire alors que les questions n'avaient pas été posées; par exemple, les B.U. Obli inexusable, auquel, grâce aux réponses des clients, il fut possible de remédier. C'est également le cas de la question portant sur les motifs d'entrée. Quelques mots griffonnés dans la marge ont permis de définir d'autres raisons auxquelles nous n'avions pas pensé au prime abord. D'où l'on jugera encore de l'avantage de la méthode orale.

#### LE PUBLIC

Répetons-le, 80 personnes, ont été interrogées entre le mardi 20 mars et le samedi 30 mars 1985. Nous avons déjà dit qu'il ne nous fut pas possible, pour raisons personnelles, d'interroger les clients le mercredi après-midi et il faut considérer cette enquête comme une enquête auprès des adultes. C'est la seule réserve que nous avons à émettre. Le temps nous le permettant, postés à la sortie de la librairie, nous avons interrogé les personnes au fur et à mesure qu'elles sortaient, homme ou femme, sans distinction d'âge ni de nationalité. Le hasard, seul, a décidé pour nous de l'échantillon. Il est évident cependant que nous apercevions assez rapidement de la prédominance des moins de trente ans (47%), lorsque sortaient ensemble deux personnes, l'une ayant la vingtaine, l'autre quadragénaire, nous choisissons plutôt la seconde, afin d'avoir un éventail

plus diversifié. Il n'y a là cependant pas de véritable sélection, d'autant que le cas ne se présenta pas souvent: "La Sorbonne" compte de nombreux clients, mais pas au point que la sortie du magasin ressemble au flot de personnes s'échappant d'un stade de football un soir de Coupe d'Europe! Il arriva, de plus, que nous soyions deux personnes à interroger à la sortie du magasin: il n'y avait donc plus de problème de choix.

Nous avons essayé d'étaler nos "interviews" aux différentes heures de la journée, afin de ne privilégier aucun public.

Peu de personnes ont refusé catégoriquement de répondre; certaines, pressées, se sont excusées. En général, le système de l'enquête est bien perçu et nous n'avons pas eu de problème particulier.

ENQUETE LIBRAIRIE

Ecole Nationale Supérieure des Bibliothèques

1 985

\*\*\*\*\*

COMBIEN DE LIVRES ENVIRON AVEZ-VOUS LU DEPUIS UN AN ?

- 1 livre ...../  /
- 2/5 livres ...../  /
- 6/10 livres ...../  /
- 11/20 livres ...../  /
- Si + de 20 livres, combien?...../  /

LISEZ-VOUS UN JOURNAL QUOTIDIEN...

- Tous les jours ou presque...../  /
- Plusieurs fois par semaine...../  /
- Environ 1 fois par semaine...../  /
- Plus rarement, pratiquement jamais /  /

LISEZ-VOUS UN HEBDOMADAIRE...

- Régulièrement...../  /
- De temps en temps...../  /
- Rarement, pratiquement jamais...../  /

1) ETES-VOUS ENTRE(E)...

Par hasard, parce que la vitrine vous a attiré(e)...../  /

Parce que vous aviez un livre à acheter et que cette librairie était sur votre chemin.../  /

Parce que vous aviez un livre à acheter et que vous venez toujours dans cette librairie./  /

Parce que vous aimez cette librairie et que vous vouliez voir les nouveautés ...../  /

Autres (précisez) ...../  /

2) EST-CE LA PREMIERE FOIS QUE VOUS VENEZ ?

Oui...../  /

Non ...../  /

2bis) COMBIEN DE FOIS ETES-VOUS VENU(E) DEPUIS LE MOIS DE JANVIER ?

2/3 fois...../  /

4/5 fois ...../  /

6/7 fois ...../  /

Davantage (précisez combien de fois) ...../  /

3) COMMENT ETES-VOUS VENU(E) ?

A pied ...../  /

En bus ...../  /

En voiture ...../  /

Si "à pied" ou "en bus", combien de temps cela vous demande-t-il?

5 mn ...../  /

10 mn ...../  /

20 mn ...../  /

1 demi-heure ...../  /

Davantage (précisez) ...../  /

Si "en voiture", combien de kilomètres faites-vous pour venir?

- de 2 km ...../  /

2/5 km ...../  /

6/10 km ...../  /

Davantage (précisez combien de Km)...../  /

LES POINTS D'ACHAT  
\*\*\*\*\*

QU'ACHETEZ-VOUS GENERALEMENT DANS CES DIFFERENTS TYPES D'ETABLISSEMENT ?

(Lire horizontalement et faire seulement une croix dans les cases sans ordre préférentiel)

	Romans	B.D	S.Fiction	Policiers	Essais	Biographies	Litt.Classic
te librairie	!	!	!	!	!	!	!
res librairies	!	!	!	!	!	!	!
on livres des ndes surfaces	!	!	!	!	!	!	!
.A.C.	!	!	!	!	!	!	!
sques de gare	!	!	!	!	!	!	!

COMPAREZ LES QUALITES RESPECTIVES DE CES TROIS TYPES D'ETABLISSEMENT (1 lieu préférentiel et un seul) .Lire horizontalement.

	F.N.A.C	Cette librairie	Autres librairies	Rayon livres des grand surfaces
cueil	!	!	!	!
ix	!	!	!	!
pétence des leurs	!	!	!	!
ssement des res	!	!	!	!

LA CONSOMMATION  
\*\*\*\*\*

1) VOUS ARRIVE-T-IL D'ACHETER POUR VOUS-MEME ....

Romans, best-sellers...../ /  
Bandes dessinées ...../ /  
Science-fiction ...../ /  
Romans policiers ...../ /  
Essais ...../ /  
Biographies ...../ /  
Littérature classique ...../ /

2) VOUS ARRIVE-T-IL D'OFFRIR....

Romans, best-sellers...../ /  
Bandes dessinées ...../ /  
Science-fiction ...../ /  
Romans policiers ...../ /  
Essais...../ /  
Biographies ...../ /  
Littérature classique ...../ /

3) VOUS ARRIVE-T-IL D'EMPRUNTER ...

Romans, best-sellers...../ /  
Bandes dessinées...../ /  
Science-fiction...../ /  
Romans policiers ...../ /  
Essais ...../ /  
Biographies...../ /  
Littérature classique...../ /

4) VOUS ARRIVE-T-IL DE PRETER....

Romans, best-sellers...../ /  
Bandes dessinées...../ /  
Science-fiction ...../ /  
Romans policiers...../ /  
Essais ...../ /  
Biographies...../ /  
Littérature classique ...../ /

5) QU'AVEZ-VOUS ACHETE AUJOURD'HUI ?

6) QUELS SONT LES FACTEURS QUI ONT INFLUENCE VOTRE ACHAT ?

Classez par ordre de préférence

- Le fait que ce soit un livre récent...../ /
- Que ce soit un best-seller...../ /
- Qu'il ait reçu un prix littéraire...../ /
- Qu'il ait reçu de bonnes critiques...../ /
- Le conseil de vos amis...../ /
- Le conseil des membres de votre famille..../ /
- Le conseil du libraire...../ /
- Le fait que vous ayiez vu un film tiré  
de ce livre...../ /
- Autres (précisez)...../ /

7) A QUI VOUS ARRIVE-T-IL D'EMPRUNTER ?

- A votre famille ...../ /
- A des amis ...../ /
- A des collègues de travail ...../ /
- En Bibliothèque Municipale ...../ /
- En Bibliothèque d'entreprise...../ /
- En Bibliobus ...../ /

8) A QUI VOUS ARRIVE-T-IL DE PRETER ?

- A votre famille ...../ /
- A vos amis ...../ /
- A des collègues de travail ...../ /
- A des voisins ...../ /

RENSEIGNEMENTS  
\*\*\*\*\*

ANNÉE DE NAISSANCE

SEXE

NATIONALITÉ

PROFESSION

LIEU D'HABITATION

NIVEAU D'ETUDES

- Certificat d'études ...../
- B.E.P.C. .... /
- C.A.P. .... /
- Baccalauréat ..... /
- D.E.U.G. .... /
- Licence, maîtrise ..... /
- 3ème cycle ..... /
- Grandes écoles ..... /

QUESTION OUVERTE  
\*\*\*\*\*

ACCORDEZ-VOUS DE L'IMPORTANCE AU FAIT DE POSSEDER UN LIVRE ?

A C H A T S   D U   J O U R  
\*\*\*\*\*

Chaque étoile correspond à l'achat d'un seul client.

Personnes qui n'ont rien acheté : 25%

- \* ROUSSEAU. Julie ou la Nouvelle Héloïse
- \* Livres sur les horoscopes
- \* Livre sur la Côte d'Azur + nouvelles et poésies
- \* Histoire de l'armée allemande
- \* Livres classiques et scientifiques
- \* 3 livres de science-fiction de Heinlein
- \* RABELAIS. Oeuvres complètes
- \* 1 policier
- \* 2 B.D.
- \* Le Tam-tam de Jonathan + un livre de politique
- \* 1 livre sur la cristallographie et une biographie de Mañkovski
- \* Tout l'Opéra, coll. BOUQUINS.
- \* Livre de psychologie
- \* Biographie et livre pour enfants
- \* Manuel d'informatique et Histoire des sciences
- \* Histoire du costume. Flammarion
- \* L'Allée du roi. Toulouse Lautrec (biographie); Lélia ou la vie de George Sand (A. Maurois)
- \* Psychologie de la forme. Les Paysages du Languedoc. Plantes méditerranéennes
- \* Nabokov. Ada ou l'ardeur
- \* Zürn (Urica). Sombre printemps. DOLTO (Françoise). Psychanalyse et pédiatrie. SCHREBER. Mémoires d'un névropathe. Guide Akai du disque classique
- \* DURAS (Marguerite). L'Amant
- \* Livres sur la climatisation
- \* LE PEN (Jean-Marie). Les Français d'abord.

- \* PACZTAR. La Définition des objectifs pédagogiques
- \* Livre sur les styles de meubles
- \* Livre de JOYCE
- \* Livres pour enfants et livres de prières
- \* Deux livres de cuisine végétarienne et un roman
- \* Livre sur la photo et un roman
- \* Livre de comptabilité et marketing
- \* DURAS (Marguerite). L'Amant
- \* Le guide du routard (Espagne)
- \* KOESTLER (Arthur). Le Zéro ou l'infini
- \* ERNAULT (Annie). La Place. FRANCE (Anatole). Le Lys rouge. Deux romans de Patrick Modiano.
- \* Que sais-je? "Idéologies"
- \* Livre sur la mécanique auto
- \* Livre sur l'Andalousie
- \* B.D.
- \* Abrégé de chimie organique
- \* La Culture de l'olivier et un livre sur l'Australie.
- \* Livres de comptabilité
- \* Livres de chants pour l'animation
- \* La Comptabilité Nationale.
- \* B.D.
- \* Jeux de stratégie et Echecs japonais.
- \* Jouez et gagnez en bourse
- \* YOURCENAR (Marguerite). Les Yeux ouverts.
- \* Livre de commerce. DEFORGES (Régine). Le Diable en rit encore
- \* B.D.
- \* BIELSK . Si belles et fraîches étaient les roses. Critique de l'Education sentimentale. MORAND (Paul). Tendres stocks. CIXIOUX. La Jeune née.
- \* Sigmund Freud : de la cocaïne
- \* Pharmacie thérapeutique médicamenteuse
- \* Technique chirurgicale
- \*

- \* La Société face au racisme
- \* Livre de religion catholique
- \* Que sais-je? "Histoire de l'ethnologie" . La Femme et les médecins.
- \* LEPAGE. Demain, le libéralisme
- \* Développement inégal (livre sur l'enseignement)

BIBLIOGRAPHIE

Notre travail portant sur les résultats obtenus au terme de l'enquête, nous n'avons pas eu fréquemment l'occasion de recourir à des ouvrages. Notons quand même les références suivantes, déjà rencontrées dans le corps du mémoire :

- 1) Les Acheteurs en librairie  
In: Bibliographie de la France-Biblio, partie chronique, n°11, p 327-356
- 2) Faut-il réapprendre à lire?  
In : L'Express, 1981, n° 1559, p 66-72
- 3) Pratiques culturelles des Français : description socio-démographique : évolution 1973-1981 / Ministère de la Culture. Paris : Dalloz, 1982

En conséquence, nous proposons une bibliographie d'ouverture :

Sur le livre à Nice, on pourra lire :

- 4) GUY (André). A Nice, la vente du livre est en augmentation  
In : Le Journal des librairies, 1980, n°15, p 40-45
- 5) Jean-Pierre Rudin  
In : Bibliographie de la France, 1976, n°22, p1124-1127  
N.B. : M. Rudin tient également une librairie à Nice.

Sur la méthodologie, les ouvrages suivants peuvent être utiles :

- 6) DEROO (Marc), DUSSAUX (Anne-Marie). Pratique et analyse des enquêtes par sondage. P.U.F., 1980
- 7) JAVEAU (Claude). L'Enquête par questionnaire. 3è éd. Organisation, 1982
- 8) GRAWITZ (Claude). Méthodes des sciences sociales. 5è éd. Paris : Dalloz, 1982

Enfin, sur la sociologie de la lecture, les ouvrages suivants compléteront et élargiront le cadre de notre enquête:

- 9) AZOULAI (Minou). Au Pays des adolescents, la littérature ressemble le plus souvent à une antiquité : que lisent les jeunes de 15 à 18 ans?  
In : Nouvelles littéraires, 1983, n° 2887, p 22-23
- 10) CONILH (Jean). Les Exclus de la lecture.  
In : Esprit, 1976, n°1, p 39-55
- 11) DIDELOT (Maurice). Sociologie de la lecture. Villeurbanne : Ecole Nationale des Bibliothèques, 1976
- 12) DUMAZIER (Joffre), GISORS (Hélène de). Education permanente et autoformation par le livre.  
In : Education permanente, 1973, n° 20, p 17-52
- 13) La Lecture des livres: données quantitatives résultant d'une enquête réalisée à l'automne 1973.  
In : Bibliographie de la France-Biblio, partie chronique, 1975, n°1, p 4-55
- 14) LEENHART (Jacques). Lire la lecture : essai de sociologie de la lecture. Paris : le Sycomore, 1982.
- 15) LIGOT (Marie-Thérèse). Lecture: degré zéro.  
In : Esprit, 1976, n°1, p 67-76
- 16) PASSERON (Jean-Claude). L'Oeil à la page. Paris: Bibliothèque Publique d'Information, 1985
- 17) PEREC (Georges). Esquisse socio-physiologique.  
In : Esprit, 1976, n° 1, p 9-20
- 18) Pratiques de la lecture / sous la dir. de Roger Chartier et à l'initiative d'Alain Paire. Marseille : Rivages, 1985.
- 19) Que lisent les jeunes ?  
In : Livres de France, 1980, n° 5, p 205-208
- 20) ROBINE (Nicole). Les Jeunes travailleurs et la lecture.  
Paris : Documentation Française, 1984.
- 21) SCHULMAN (Fernande). Le lecteur, ce voyeur.  
In : Esprit, ~~1976~~, n° 1, p 56-66.  
1976

Il est bien évident que cette bibliographie n'a pas la prétention d'être exhaustive.

