

Diplôme de conservateur de bibliothèque

Mémoire d'étude / Janvier 2017

**Un best-seller à la bibliothèque !  
Modalités pratiques et enjeux d'un  
« rayon best-sellers »**

**MERAT Alix**

Sous la direction de Reine BÜRKI  
Rédactrice au *Bulletin des bibliothèques de France* – Enssib



## **Remerciements**

*Je souhaite tout d'abord remercier ma directrice, Reine Bürki, pour avoir proposé cet intéressant sujet d'étude, et en avoir accompagné les recherches et la rédaction avec une attention et une bienveillance constantes. Je la remercie également pour ses conseils avisés et ses relectures éclairées.*

*Je tiens également à remercier Iris Petit, Catherine Messelta et Caroline Deconinck pour l'accueil chaleureux qu'elles m'ont réservé dans leur établissement respectif, et pour la disponibilité qu'elles n'ont cessé de manifester par la suite. Je leur suis reconnaissante d'avoir bien voulu partager avec moi leur vision du métier et de l'institution. Mes remerciements vont également à François Marin, Michèle Baronnier et Bénédicte Frocaut pour avoir permis ces rencontres.*

*Ma gratitude va ensuite à tous les professionnels des bibliothèques qui ont répondu au questionnaire, et plus encore à ceux qui ont accepté de s'en entretenir avec moi. Ce mémoire doit beaucoup à leurs contributions.*

*Un grand merci à mes parents et à mes amis pour leur soutien et leur présence pendant ces longues périodes de rédaction. Enfin, je n'oublie pas les membres de mon groupe projet qui, par leur bonne humeur et leur compréhension, ont su rendre ces derniers mois aussi agréables que possible.*

**Résumé :** *En septembre 2015, la médiathèque municipale de Saint-Etienne inaugure un nouveau rayon dont l'unité documentaire repose sur la seule notion de « best-seller » érigée comme critère de sélection. Cette expérience, reprise quelques mois plus tard par les médiathèques de Saint-Genis-Laval et de Calais, concourt à donner une nouvelle visibilité à ces documents, sur lesquels pèsent traditionnellement un certain soupçon. Est-elle le signe que le regard des bibliothécaires sur le best-seller a évolué ? Ce mémoire se propose d'étudier ce concept de « rayon best-sellers » en bibliothèque municipale, de sa conception à sa mise en œuvre, et à travers lui, d'analyser l'évolution des pratiques et des postures professionnelles.*

**Descripteurs :** *Bibliothèque municipale – Politique documentaire – Best-sellers*

**Abstract:** *In September 2015, Saint-Etienne public library inaugurated a new section whose documentary unity was based on the concept of “best-seller” as a selection criteria. This experience, taken several months later by the libraries of Saint-Genis-Laval and Calais, helps to give new visibility to these documents, which are traditionally treated by some with suspicion. Is it a sign that librarian appreciation of best-sellers has evolved? This memoir proposes to study this concept of a "best-sellers section" in public libraries, from its conception to its implementation, and through him, to analyze the evolution of practices and professional positions.*

**Keywords :** *Public library - Library policy decisions – Best-sellers*

### **Droits d'auteurs**

Droits d'auteur réservés.

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

OU



Cette création est mise à disposition selon le Contrat : « **Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de Modification 4.0 France** » disponible en ligne <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr> ou par courrier postal à Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

# Sommaire

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>9</b>
<b>LE BEST-SELLER : QUEL OBJET ? .....</b>	<b>13</b>
<b>Qu'est-ce qu'un best-seller ? .....</b>	<b>13</b>
<i>Une définition difficile .....</i>	<i>13</i>
<i>Premier critère : le nombre d'exemplaires vendus .....</i>	<i>15</i>
<i>Second critère : la rapidité des ventes .....</i>	<i>18</i>
<i>Troisième critère : un certain dispositif éditorial.....</i>	<i>20</i>
<i>Le best-seller inattendu : seul véritable best-seller ? .....</i>	<i>22</i>
<b>Tendances et évolutions du best-seller .....</b>	<b>23</b>
<i>Quelle géographie pour le best-seller au XXI<sup>e</sup> siècle ?.....</i>	<i>23</i>
<i>Le best-seller sur le marché éditorial français.....</i>	<i>25</i>
<i>Existe-t-il un genre du best-seller ?.....</i>	<i>29</i>
<b>Le best-seller en bibliothèque.....</b>	<b>32</b>
<i>De la présence du best-seller en bibliothèque .....</i>	<i>33</i>
<i>Spécificité du best-seller en bibliothèque.....</i>	<i>35</i>
<i>Succès de librairie et succès de bibliothèque : continuité, complémentarité ou rupture ? .....</i>	<i>39</i>
<b>METTRE EN PLACE UN SERVICE SPECIFIQUEMENT DEDIE AUX BEST-SELLERS EN BIBLIOTHEQUE.....</b>	<b>42</b>
<b>Concevoir le projet : la réflexion préalable.....</b>	<b>42</b>
<i>Quelle offre ?.....</i>	<i>43</i>
<i>Pour quels objectifs ? .....</i>	<i>46</i>
Les objectifs pour les usagers : .....	47
Les objectifs pour l'établissement :.....	48
Les objectifs pour la profession : .....	49
<i>Pour quels besoins ? .....</i>	<i>50</i>
<i>Quelle organisation, quelle planification ?.....</i>	<i>51</i>
<i>Quelle organisation ?.....</i>	<i>51</i>
<i>Quelle planification ? .....</i>	<i>51</i>
<b>Mettre en place le service : la conception opérationnelle.....</b>	<b>52</b>
<i>Sélectionner les ouvrages.....</i>	<i>52</i>
Comment définir les critères de sélection ? .....	52
Quels critères de sélection retenir ? .....	53
Quelles marges de manœuvre pour les acquéreurs ? .....	55
<i>Organiser le circuit du document .....</i>	<i>57</i>
L'acquisition : .....	57

Le traitement informatique : .....	58
L'équipement physique : .....	59
La mise en rayon et la vie en rayon : .....	59
La réintégration ou non du document dans les collections : .....	60
<i>Gérer le rayon au quotidien : les moyens financiers et humains.....</i>	<i>61</i>
Quel budget et comment le gérer ?.....	61
Quelle équipe ? Quelles missions et compétences ?.....	63
<b>Communiquer et évaluer le service .....</b>	<b>63</b>
<i>Communiquer autour du service.....</i>	<i>64</i>
Communiquer sur l'ouverture du service : .....	64
Communiquer sur les objectifs du service : .....	64
<i>Evaluer le service .....</i>	<i>66</i>
Evaluer, réviser et faire évoluer le service : .....	68
Expérience d'une évaluation qualitative à Saint-Etienne : .....	69
<b>LE BEST-SELLER EN DEBAT : ENJEUX ET PERSPECTIVES .....</b>	<b>72</b>
<b>La problématique du best-seller en bibliothèque : contexte     professionnel et enjeux.....</b>	<b>73</b>
<i>Contexte et enjeux de l'offre en bibliothèque .....</i>	<i>73</i>
Qu'est-ce que l'offre en bibliothèque ? .....	73
Contexte de l'offre : .....	74
Intentions de l'offre : .....	76
<i>Contexte et enjeux de la demande en bibliothèque .....</i>	<i>77</i>
Satisfaire la demande : un impératif de service public .....	77
L'utilisateur au cœur des services de la bibliothèque : la démarche UX. ....	78
Le best-seller, expression d'une demande "illégitime" et "tyrannique" .....	80
<i>Faut-il satisfaire la demande ou valoriser une prescription culturelle ?         Le best-seller en débat.....</i>	<i>81</i>
Rechercher un équilibre : la politique d'acquisition en « tension » ..	81
Ne pas décrier la demande des usagers : .....	82
Se méfier d'une prescription qui ne serait que le reflet d'une sensibilité : .....	83
<b>Une légitimation en demi-teinte.....</b>	<b>84</b>
<i>Quelle actualité du débat ? .....</i>	<i>84</i>
Méthodologie du questionnaire .....	85
Un sujet sensible ? .....	85
Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale ? .....	87
<i>Persistance du doute.....</i>	<i>89</i>
Une acquisition toujours en question : .....	89

La tentation d'un jugement qualitatif : .....	91
<b>Valoriser les best-sellers en bibliothèque : une démarche contestée...</b>	<b>94</b>
<i>Une démarche de visibilité qui pose difficulté...</i> .....	94
Les réticences de principe : .....	95
Les réticences fonctionnelles .....	97
... <i>alors même qu'elle existe déjà pour les « Nouveautés » et les « Coups de cœur »</i> .....	97
L'ambiguïté des « Coups de Cœur » : .....	98
Les « Nouveautés », autre manière de présenter les best-sellers ? ....	98
<i>Rechercher un équilibre dans la valorisation : accompagner et construire la visibilité des collections</i> .....	99
Valoriser les best-sellers, un jeu d'image : .....	100
Construire une visibilité qui ait du sens pour la bibliothèque : jouer de la demande pour promouvoir l'offre .....	101
Créer de nouvelles formes de visibilité ou dépasser le « rayon best-sellers » : .....	102
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>104</b>
<b>ENTRETIENS</b> .....	<b>107</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>109</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>115</b>
<b>TABLE DES ILLUSTRATIONS</b> .....	<b>147</b>
<b>TABLE DES MATIERES</b> .....	<b>149</b>





# INTRODUCTION

---

L'appellation « best-seller » est une notion nébuleuse et protéiforme qui fait l'objet de tous les fantasmes : s'il constitue encore un horizon rêvé pour nombre d'écrivains, le best-seller cristallise également un grand nombre de critiques et s'inscrit souvent en faux contre une certaine idée de la littérature. Cette confusion du discours ordinaire vient de ce qu'il mêle des réalités très diverses : il y a, d'une part, le best-seller de grande diffusion, issu des circuits classiques de l'édition contemporaine dont il constitue un rouage essentiel ; le best-seller « programmé », d'autre part, fruit de stratégies commerciales savamment élaborées et qui se suffit à lui-même ; et le best-seller inattendu, enfin, celui que nul n'attend et dont le succès est plus retentissant et plus noble qu'aucun autre. Cette dimension quantitative du best-seller se voit ainsi doublée d'un jugement de valeur, qui établit une hiérarchie de légitimité entre les succès « provoqués » et les succès « naturels », rapprochant indistinctement, comme par un lien de causalité, succès et qualité.

Sans surprise, le best-seller entretient avec le monde des bibliothèques - encore perçues par une partie de la population comme temples de la culture savante- une relation tout à la fois complexe et difficile : si rares sont les établissements qui ne proposent pas de best-sellers à leur catalogue, tout aussi rares sont ceux qui les affichent sans complexe. Peut-être ce rapport ambigu explique-t-il le peu de documentation disponible à leur sujet : si la présence des best-sellers en bibliothèque ne fait aucun doute, cette réalité demeure à la fois assez peu documentée et assez peu visible. Depuis l'enquête menée en 2004 par Claude Poissenot dans les bibliothèques des grandes villes<sup>1</sup>, de semblables études sur la présence des « succès de librairie » en bibliothèque, et leurs conséquences en termes de politiques de sélection, d'acquisition et de mise à disposition, demeurent rares. La « visibilité littéraire », pour reprendre l'expression de Cécile Rabot<sup>2</sup>, s'étudie à travers les « nouveautés » et les « coups de cœur », mais semble délaisser les best-sellers, sinon comme élément d'un dispositif plus englobant dont on se bornerait à souligner la spécificité.

Cela signifie-t-il que les grands débats concernant la légitimité du best-seller en bibliothèque, ceux-là même qui animaient la profession dans les années 2000 et faisaient prendre la plume à Dominique Lahary<sup>3</sup>, Bertrand Calenge<sup>4</sup> et Anne-Marie Bertrand<sup>5</sup>, notamment, ont disparu et qu'il existe aujourd'hui un consensus au sujet de leur présence dans les collections ? La formulation de David-Jonathan Benrubi à propos de cette question du best-seller en bibliothèque, qui « tel le matou revient », nous incite à croire le contraire. Mais comment étudier la

---

<sup>1</sup> POISSENOT, Claude, « Enquête sur la présence des succès de librairie dans les médiathèques », *Biblioacid*, 2004. Disponible en ligne : [https://hal.archives-ouvertes.fr/sic\\_00000973](https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_00000973)

<sup>2</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015.

<sup>3</sup> LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français (ABF)*, n°189, 2000, p. 92-102. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>.

<sup>4</sup> CALENGE, Bertrand, "La collection entre offre et demande ?", in *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 2, 2001. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-02-0040-003>

<sup>5</sup> BERTRAND, Anne-Marie, « Best sellers », message à biblio-fr du 14 juin 2000.

question sans marcher dans les pas de nos prédécesseurs, au risque de manquer ses plus petites inflexions ? Comment lui donner un nouveau souffle ?

C'est donc à plus d'un titre que l'expérience d'un « rayon best-sellers », initiée en septembre 2015 par la médiathèque municipale de Saint-Etienne et reprise par les médiathèques de Saint-Genis-Laval et de Calais, nous a paru intéressante : en faisant le choix de leur réserver un rayon bien délimité, dont l'unité repose sur la seule notion de « best-seller » érigée comme critère documentaire, ces établissements ont donné une visibilité nouvelle aux best-sellers. Ce surcroît de visibilité nous interroge, en ce qu'elle semble s'inscrire contre une certaine idée de l'institution, dans laquelle celle-ci fonde sa légitimité sur le fait de sélectionner des œuvres au nom de leur qualité et de promouvoir une littérature moins attendue, susceptible d'élargir l'horizon de lecture des usagers. Il manifeste en outre une revalorisation de la place du best-seller en bibliothèque, qui paraît s'inscrire à contre-courant des représentations que s'en fait une partie de la profession. Est-il le signe que les pratiques professionnelles ont évolué ? Traduit-il un apaisement du débat ?

C'est ce que cette étude tentera de saisir en toute humilité. Il ne s'agira donc pas d'étudier en détail et de manière exhaustive la présence des best-sellers dans les collections des bibliothèques. Nous n'étudierons cette présence qu'à travers quatre réseaux de lecture publique : celui de la ville de Paris, celui de Lyon, et enfin ceux de Marseille et de Saint-Etienne. Précisons également que l'étude concernera les seules bibliothèques municipales, car il nous est apparu que la présence des best-sellers en milieu universitaire répondait à des logiques très différentes. Il s'agira, à travers l'étude du concept de « rayon best-sellers » et de ses diverses déclinaisons, d'analyser l'évolution des pratiques et des postures professionnelles. A cette occasion, nous aborderons ponctuellement les politiques documentaires mises en œuvre pour ce type d'offre.

Cette étude a été l'occasion de s'entretenir avec un certain nombre de professionnels, qu'il s'agisse des responsables des établissements étudiés que nous avons rencontré à l'occasion des visites effectuées sur place, ou des répondants à un questionnaire que nous avons adressé aux personnels de bibliothèque. Certains d'entre eux ont accepté de figurer nommément dans ce mémoire ; d'autres ont préféré rester anonymes.

Nous ne pouvions pas aborder l'expérience du rayon « best-seller » sans étudier au préalable l'objet sur lequel elle porte : nous nous attèlerons donc dans un premier temps à définir ce qui fait le best-seller, et à étudier les diverses réalités qu'il recouvre. A travers l'analyse des palmarès établis chaque année par *Livres Hebdo*, nous plongerons dans la réalité des meilleures ventes et tenterons d'identifier les grandes tendances qui animent ce secteur de l'édition. Nous nous interrogerons alors sur la pénétration de cette littérature dans les collections des bibliothèques municipales françaises, et sur les modalités de cette réception : les succès de librairie sont-ils des succès de bibliothèque ? Forte de cet éclairage, nous étudierons dans un second temps la mise en place d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers dans les bibliothèques de Saint-Etienne, de Saint-Genis-Laval et de Calais : nous retracerons chaque étape de ce processus, de sa conception jusqu'à son évaluation et en présenterons un rapport détaillé agrémenté de quelques éléments indicatifs. Précisons qu'il ne s'agira en aucun cas de procéder à une étude comparative des différentes expériences, mais d'étudier les différentes manières de

monter un service de best-sellers. Nous aborderons enfin la question de sa réception par les professionnels, ce qui nécessitera une première recontextualisation de la question du best-seller en bibliothèque. Après avoir rappelé les fondements de ce débat vieux d'une vingtaine d'années, nous analyserons les résultats du questionnaire : nous verrons ainsi que si l'acquisition des best-sellers semble faire l'objet d'un certain consensus -à tout le moins dans le discours-, sa valorisation en tant que tel suffit à raviver les vieilles tensions.



# LE BEST-SELLER : QUEL OBJET ?

---

## QU'EST-CE QU'UN BEST-SELLER ?

Au premier abord, la question peut paraître étonnante, tant le best-seller semble être une réalité incontournable de la vie éditoriale contemporaine, sa production la plus visible : qui, franchissant le seuil d'une librairie ou arpentant les rayonnages d'une grande surface, n'a jamais posé les yeux sur la couverture signalée par un bandeau rouge d'un de ces géants de l'édition ? Qui pourrait prétendre aujourd'hui ne pas savoir ce qu'est un best-seller, n'en avoir jamais feuilleté, sinon par goût, à tout le moins par curiosité ? Leur omniprésence dans la presse, dans les médias, sur les panneaux publicitaires, est d'ailleurs l'une des conditions de leur succès. Pourtant, la définition du best-seller n'est guère évidente à plus d'un titre. D'abord parce que, bien que désignant historiquement un ouvrage ayant obtenu un grand succès de librairie, il en vient à désigner, par déformation, tout succès commercial de grande importance. Mais la difficulté tient à l'origine même du terme, et à l'ambiguïté inhérente qu'il véhicule.

### Une définition difficile

Le best-seller est issu du terme anglais « best-seller », composé de *best*, « meilleur », et de *seller*, qui signifie « vendeur ». Dès 1889, date où il émerge aux Etats-Unis, le best-seller renvoie au « meilleur vendeur », au « livre qui se vend bien ». En France, l'expression est synonyme de « succès de librairie » et pourrait être traduite par « meilleures ventes ». Notons déjà la difficulté à parvenir à une traduction française stable, puisque d'autres acceptions sont également admises, tels que « livres à forte vente ». Mais plus intéressant encore est que ces termes de « best » et de « seller » esquissent déjà deux modes d'interprétation : l'un, qualitatif, voit dans le best-seller le produit d'un certain mode de production, le livre doté de certains attributs « au rang desquels on compte la capacité à bien se vendre<sup>6</sup> », un « art d'aider la chance<sup>7</sup> » ; l'autre, quantitatif, définit le best-seller comme le livre qui s'est vendu à un très grand nombre d'exemplaires, indépendamment de sa nature ou de la manière dont l'ouvrage en question a conquis son public. Aucune de ces deux visions ne semble tout à fait satisfaisante : la première évacue l'aspect mystérieux du best-seller, cette « persistance du miracle<sup>8</sup> » qui accompagne les succès inattendus ; la seconde semble oublier que la notion de best-seller ne renvoie pas à une réalité univoque. De fait, si l'on ne retenait que le seul critère du tirage, on appellerait best-seller que les classiques devenus « long-sellers », tels que la Bible, les *Fables* de La Fontaine ou encore le *Petit Prince*<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> BERTHOU, Benoit, *Le "best-seller" : la fabrique du succès*, Conférence donnée aux "Ateliers du livre" de la Bibliothèque Nationale de France le 16 mai 2006, Paris, France. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00214287/document>

<sup>7</sup> DE CLOSETS, François, « Existe-t-il un art du best-seller ? », *Le Débat*, 1985, n° 34, p. 77-94.

<sup>8</sup> ROUVILLOIS, Frédéric, *Une histoire des best-sellers*, Paris, Flammarion, 2011, p. 290.

<sup>9</sup> NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 3 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>

Par ailleurs, la première approche du best-seller est souvent une approche qualitative. Elle s'accompagne toujours d'un jugement de valeur (« ce n'est pas de la bonne littérature, c'est mal écrit, c'est toujours la même chose ») et se traduit généralement par une prise de position (« je lis, je ne lis pas », « j'emprunte, je n'emprunte pas », « j'achète, je n'achète pas »). Affublé d'une réputation sulfureuse, frayant avec l'industrie de masse, accusé de conformisme, le best-seller s'affiche au rang des littératures illégitimes. On lui reproche sa médiocrité : s'il plait à tous, c'est qu'il est forcément sans ambition. Pour l'éditeur Maurice Nadeau (1911-2013) et bien d'autres, la médiocrité serait même l'une des caractéristiques du best-seller, un chef d'œuvre ne pouvant être véritablement apprécié que par un nombre limité d'initiés. Un grand livre serait un livre qui, par nature, se vend difficilement, en raison de la rigueur de son écriture, de la qualité de sa langue ou encore de la hauteur de son propos qui le rendent inaccessibles au plus grand nombre. Si un livre se vend bien, c'est qu'il a nécessairement sacrifié la qualité au profit d'une écriture plus consensuelle : « un succès est toujours de très mauvaise qualité » disait ainsi Céline<sup>10</sup>. Quoiqu'il en soit, le succès d'un best-seller est souvent suspect, d'autant plus s'il est immédiat et unanime.

Il n'en a pas toujours été ainsi. Les progrès de l'alphabétisation conjugués à l'essor de la culture de masse ont démocratisé la lecture et progressivement transformé ce qui était encore jusqu'au XIXe siècle une relation de causalité : à savoir que le succès est un gage de qualité. Parce que l'on considère alors que les lecteurs sont suffisamment cultivés, qu'ils ont un goût suffisamment sûr pour pouvoir distinguer les bons livres des mauvais, on estime que les livres les plus vendus le doivent à leurs seules qualités littéraires. Avec l'essor du lectorat et l'explosion des chiffres de vente, non seulement cette relation qualité/quantité n'est plus automatique mais encore est-elle remise en cause. L'influence croissante des grands éditeurs dans la « fabrique du best-seller », le recours de plus en plus systématique à la réclame, introduisent progressivement le doute et la méfiance envers la part de succès véritable qui échoit à l'œuvre elle-même. À partir du XXe siècle, la question de la qualité d'une œuvre -toujours subjective et aléatoire- est évacuée ; désormais, seul compte le succès, évalué en nombre d'exemplaires vendus, et la manière de l'atteindre.

S'il est un autre exemple de cette difficile relation entre qualité et succès d'une œuvre, il est à chercher du côté des Prix Littéraires. En France, ces distinctions ont une influence considérable sur les chiffres de vente : le Goncourt, notamment, garantit à son lauréat des ventes dépassant souvent la centaine de milliers d'exemplaires. Mais il semble qu'il s'agisse d'une exception française : si de tels prix existent un peu partout dans le monde, ils ne font pas toujours vendre. Ainsi, rares sont les lauréats du prix Pulitzer à figurer sur la liste des best-sellers américains<sup>11</sup>. Pour les prix les plus prestigieux tel que le Nobel, le succès est parfois même incompatible : ainsi Margaret Mitchell se serait-elle vu refuser le Nobel de littérature en 1938 pour *Autant en emporte le vent*, en raison des trop grosses ventes affichées par son œuvre<sup>12</sup>.

Il semble donc difficile de définir le best-seller sur un critère purement qualitatif. Existe-t-il seulement un lien de nécessité entre la qualité et le succès d'une œuvre ? Des livres sans éclat ont pu connaître sur l'instant un très gros

<sup>10</sup> CELINE, Louis-Ferdinand, *Lettres*, Paris, Gallimard : Bibliothèque de la Pléiade, 2009, p.362.

<sup>11</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 247.

<sup>12</sup> Ibid., p. 239

succès avant de tomber dans l'oubli une fois l'engouement passé, et d'autres connaître un échec retentissant alors que leur qualité littéraire était incontestable. Il en est d'autres qui ne rencontrent le succès que des années après la mort de leur auteur, tel *Le rouge et le noir* de Stendhal, incompris en son temps, aujourd'hui considéré comme un classique de la littérature. Un best-seller peut donc être médiocre, excellent ou mauvais : « au regard de la qualité, disait ainsi Frédéric Rouvillois, le succès ne signifie rien<sup>13</sup> ».

A la lumière de cette première approche, il paraît donc nécessaire de se fonder sur d'autres critères, plus objectifs.

## Premier critère : le nombre d'exemplaires vendus

S'il est une chose qui caractérise bien le best-seller, c'est le nombre considérable de ses ventes. Ce critère a donné au best-seller le nom que nous lui connaissons : « meilleure vente », le livre qui s'est le mieux vendu. Élément fondamental de son identité, c'est aussi à cela que le reconnaissent la plupart des acheteurs et sur quoi ils fondent leurs achats : selon un sondage TNS-Sofres publié par *Livres Hebdo* en 2006<sup>14</sup>, relatif aux « principales raisons pouvant motiver l'achat d'un livre », 32% des personnes interrogés jugeaient décisif le fait que l'ouvrage figure parmi les meilleures ventes.

Afin de donner une visibilité à ces chiffres -visibilité qui se traduira ensuite par des achats massifs-, certains grands hebdomadaires nationaux publient chaque semaine des classements de « meilleures ventes ». Cette pratique, née aux Etats-Unis et démocratisée en 1912 par « The Best Selling Books, Here and Everywhere » du *New York Times*, s'invite en Europe après la guerre : *L'Express* l'introduit en France en 1955 avec sa « Liste des meilleures ventes ». Reprise depuis par la presse nationale (*Le Point*, *Le Figaro Magazine...*) ou professionnelle (*Livres Hebdo*), ces classements dessinent les contours du succès tel qu'il se manifeste aujourd'hui : ils permettent d'établir si un livre est ou n'est pas un best-seller.

Ce critère des ventes, qui soutient la définition quantitative du best-seller, doit cependant être manipulé avec prudence. D'une part, il n'est pas toujours fiable (outre les inévitables approximations liées à la multiplicité des points de vente, gonfler le chiffre est une pratique depuis longtemps éprouvée par les éditeurs, même si Antoine Gallimard s'en défendait dans un article de *L'Express* de mars 2007<sup>15</sup>) ; d'autre part, il est éminemment relatif dans la mesure où ce que l'on considère comme étant un « grand nombre » de ventes évolue avec le temps. En 1834, les *Paroles d'un croyant* de Lamennais, considéré à l'époque comme le premier grand succès du siècle<sup>16</sup>, ne s'était écoulé qu'à 30 000 exemplaires, bien en deçà des ventes actuelles d'un Guillaume Musso ou d'un Michel Bussi<sup>17</sup> (toute

---

<sup>13</sup> Ibid., p. 14.

<sup>14</sup> « Le livre a encore un avenir », *Livres Hebdo*, n° 637, 2006, p. 6-13.

<sup>15</sup> DUPUIS, Jérôme, PERAS, Delphine, « Les éditeurs sont-ils tous des menteurs ? », *L'Express*, 22 mars 2007, disponible en ligne : [http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-editeurs-sont-ils-tous-des-menteurs\\_822025.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-editeurs-sont-ils-tous-des-menteurs_822025.html)

<sup>16</sup> BARBIER, Frédéric, dans MARTIN, Henri-Jean et CHARTIER, Roger (dir.), *Histoire de l'édition française, Le temps des éditeurs, du Romantisme à la Belle Epoque*, Paris, Promodis, 1985, p. 112.

<sup>17</sup> A l'heure où nous écrivons ces lignes, à la mi-août 2016, ces deux auteurs occupent la tête du classement Edistat. Le dernier titre de Guillaume Musso, *L'Instant Présent*, paru le 24 mars 2016 chez Pocket, s'est déjà vendu à 416 699 exemplaires, tandis que *Maman à Tort*, de Michel Bussi, paru le 04 mai 2016 également chez Pocket, cumulaient 212 965 exemplaires vendus (chiffres Edistat du 05/08/2016).

proportion gardée). Les chiffres qui paraissent fabuleux au XVIII<sup>e</sup> siècle semblent donc aujourd'hui bien dérisoires.

Par ailleurs, si le terme de best-seller a été inventé dans le monde anglo-saxon à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et introduit en France à partir des années 1920, sous la plume d'un Adolphe Brisson notamment<sup>18</sup>, le concept qu'il recouvre est bien plus ancien. De tout temps, certains ouvrages ont suscité chez les lecteurs un engouement spectaculaire : sans qu'il se traduise nécessairement par des chiffres de vente exorbitants, le succès a toujours existé. Si l'on conçoit les best-sellers comme des livres qui, à un instant donné, ont rencontré le succès, ils existaient donc bien avant que le terme n'ait été consacré. Avant même l'invention de l'imprimerie, des ouvrages ont marqué l'histoire, telle que la *Vie de Saint Martin* par Sulpice Sévère, publiée à la fin du IV<sup>e</sup> siècle, dont un éditeur de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, cité par Frédéric Rouvillois, disait qu'il avait connu un succès exceptionnellement rapide et général<sup>19</sup>. Au début du XVI<sup>e</sup> siècle, les multiples rééditions de l'*Utopie* de Thomas More ou des œuvres de Rabelais témoignent de l'engouement suscité par ces textes. Plus que le nombre d'exemplaires, c'est au nombre d'éditions et de traductions que l'on mesure alors le succès d'une œuvre : à ce titre, certains considèrent que le tout premier best-seller serait le *Don Quichotte* de Cervantès, initialement paru en quelques centaines d'exemplaires seulement mais abondamment réédité par la suite.

C'est à partir du début du XIX<sup>e</sup> siècle que les chiffres de vente, accompagnant la « seconde révolution du livre<sup>20</sup> », commencent à décoller - modestement, dans un premier temps, puis de manière plus marquée. Les gros succès de librairie de cette première moitié de siècle ne dépassent que très rarement les 30 000 exemplaires en moyenne, à l'exception de quelques très gros « best-sellers » comme *Le Juif errant* d'Eugène Sue, qui, de 1844 à 1850, se serait vendu à près de 80 000 exemplaires, ou les chansons de Béranger, écoulées entre 150 000 et 160 000 exemplaires de 1826 à 1830. La seconde moitié du siècle voit en revanche s'installer la banalisation des ouvrages vendus à plus d'une centaine de milliers d'exemplaires. C'est le temps des éditeurs : Gervais Charpentier, Louis Hachette, Michel Lévy, qui imposent de nouveaux formats et de nouveaux tarifs. Ces innovations, conjuguées aux progrès de l'imprimerie et de la typographie, entraînent un accroissement considérable des tirages, accroissement qui se répercute mécaniquement sur les chiffres de vente. Progressivement, les nouvelles stratégies éditoriales banalisent le best-seller à 100 000 exemplaires : dès 1927, Bernard Grasset (1881-1955) annonce que « l'ère des 100 000 s'est ouverte<sup>21</sup> ». Des exceptions dépassent même le million, avec *Vol de nuit*, de Saint-Exupéry, paru en 1931 ou *Autant en emporte le vent* de Margaret Mitchell, paru en 1936 et vendu à un million d'exemplaires dès la première année. Dans les années 1960, « la barre de l'honnête best-seller<sup>22</sup> » se situerait plutôt autour de 500 000 exemplaires, avec de très grands succès, à en croire Frédéric Rouvillois, dépassant même le cap des 5 millions.

<sup>18</sup> Il écrivait ainsi en 1928, dans ses *Annales politiques et littéraires*, que « L'aristocratie des écrivains n'est séparée de la masse des barbouilleurs de papier que par leur faculté à produire des best-sellers. (...) Un livre est un best-seller ou n'est rien. »

<sup>19</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 32.

<sup>20</sup> BARBIER, Frédéric, *Histoire du livre*, Paris, Armand Colin, 2000.

<sup>21</sup> GRASSET, Bernard, *La chose littéraire*, Paris, Grasset, 1929.

<sup>22</sup> NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 3 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>



Ainsi, les seuils qui définissent le best-seller ne cessent d'être repoussés. L'industrialisation de l'édition qui se poursuit et qui permet des tirages de plus en plus importants, les stratégies commerciales toujours plus audacieuses, l'explosion du lectorat potentiel, sont autant de facteurs qui expliquent l'explosion des chiffres de ventes. Le cas de la saga *Harry Potter* apparaît comme le point d'orgue de ce « temps des superlatifs » dans lequel s'est engouffrée l'édition contemporaine : le tome 6 sera vendu à 9 millions d'exemplaires dans les vingt-quatre heures qui suivirent sa sortie, record que le tome 7 s'empressera de pulvériser avec 11 millions vendus le jour même<sup>23</sup>. Ces exemples sont bien sûr des exceptions ; à l'heure d'aujourd'hui, on estime que le vrai best-seller connaît un tirage d'un million à un million et demi d'exemplaires<sup>24</sup>.

On remarque donc bien la difficulté qu'il y a à parvenir à une définition précise de ce qu'est une « meilleure vente ». A partir de quel seuil un livre devient-il best-seller ? Comme le souligne Benoit Berthou, les éditeurs retiennent volontiers le chiffre de 100 000 exemplaires ; ils s'inscrivent en cela dans une tradition éditoriale qui remonte à Bernard Grasset, lorsque ce dernier écrivait en 1953 : « On appelle succès, de notre temps, le brusque engouement d'un public étendu pour un ouvrage, se traduisant parfois, dans l'espace de quelques mois, par une vente qui dépasse 100 000 exemplaires<sup>25</sup> ». Mais Benoit Berthou remarque également que le *Dictionnaire encyclopédique du livre* propose d'autres chiffres, très sensiblement en deçà de la réalité des tirages : « on parlerait de “best-seller” à partir de 50 000 exemplaires vendus, et de “succès éditorial” entre 10 000 et 50 000 exemplaires<sup>26</sup> ».

Ce critère des ventes a donc ses limites. Outre qu'il peine à définir ce qu'est aujourd'hui un best-seller, il ne fait aucune distinction entre les différents types de production. Nous avons été ainsi très étonnés par le palmarès des plus grands best-sellers mondiaux fourni par Frédéric Rouvillois (que l'auteur commente par ailleurs très justement), qui mêle indifféremment la Bible et le Coran (1<sup>ère</sup> et 3<sup>ème</sup> position respectivement), le *Petit livre rouge* de Mao Zedong (2<sup>ème</sup> position) ou encore *A tale of Two Cities* de Charles Dickens (7<sup>ème</sup> position)<sup>27</sup>. Qu'est-ce que des sommes religieuses et des ouvrages politiques, dont la lecture est, sinon obligatoire, à tout le moins fortement recommandée, ont à voir avec la littérature de loisir que l'on acquiert par goût ou par envie, mais en tout cas, toujours par choix ? Cet exemple est bien sûr des plus particuliers, mais l'étude purement quantitative des deux cents premiers titres de la liste Edistat ne serait pas exempte des mêmes écueils : les dictionnaires, les ouvrages scolaires sont-ils des best-sellers au même titre qu'un ouvrage de Marc Lévy, sous prétexte que leurs ventes sont également considérables ?

C'est à cet égard que la notion du temps est pertinente, en ce qu'elle permet de distinguer plusieurs types de best-sellers.

---

<sup>23</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 39.

<sup>24</sup> NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 3 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>

<sup>25</sup> GRASSET, Bernard, *Lettre à André Gillon sur les conditions du succès en librairie*, Paris, Grasset, 1953, p.9.

<sup>26</sup> BERTHOU, Benoit, *Le "best-seller" : la fabrique du succès*, Conférence donnée aux "Ateliers du livre" de la Bibliothèque Nationale de France le 16 mai 2006, Paris, France. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00214287/document>

<sup>27</sup> Cf. Annexe 1 – Palmarès des plus grands best-sellers de l'histoire.

## Second critère : la rapidité des ventes

Clive Bloom écrivait que le best-seller est « un livre qui atteint des chiffres de vente phénoménaux en un très bref laps de temps<sup>28</sup> ». Si le nombre d'exemplaires vendus est une caractéristique fondamentale du best-seller, c'est bien la rapidité des ventes qui fait le succès de librairie tel qu'on le conçoit aujourd'hui, le succès quantitatif sur la longue durée étant plutôt ce qui définirait le classique. Le best-seller se caractériserait donc par un cycle de vente rapide. Comme le faisait très justement remarquer Benoit Berthou<sup>29</sup>, il paraît majoritairement en tant que première édition ou nouveauté, plus rarement en tant que seconde édition ou dans un format de poche. C'est donc bien que le succès s'inscrit dans le temps court. De même se manifeste-t-il presque toujours dans les premières semaines suivant la sortie du livre.

Mais ce rapport au temps est en réalité plus complexe qu'une simple opposition entre le temps court du « best-seller » et le temps long du « classique ». D'une part, il faut admettre que ces deux ensembles ne sont pas étanches, et qu'il est des classiques qui ont connu des débuts de best-sellers. D'autre part, il est possible de distinguer différentes temporalités au sein des best-sellers : le « fast-seller » qui rencontre le succès dès sa sortie et de manière fulgurante, le best-seller « tardif » qui se révèle parfois des années après la mort de son auteur, le « steady-seller » au succès constant, ou encore le « long-seller » qui échappe au temps.

Le « fast-seller », ou best-seller immédiat, est caractérisé par des ventes extrêmement rapides. Il s'agit presque toujours d'un best-seller « préfabriqué<sup>30</sup> » ou « programmé<sup>31</sup> », c'est-à-dire dont le succès a été préparé en amont de sa sortie et qui ne doit rien, ou si peu, au hasard. Ce « travail » préparatoire s'exerce autant sur l'objet best-seller lui-même, par le choix d'un certain nombre d'ingrédients précis et d'un type particulier d'écriture, que sur le public dont l'attention est mobilisée et entretenue par une forte présence publicitaire et médiatique. Emblématiques de ce rapport particulier au temps sont les « serial best-sellers », ces best-sellers à répétition qui apparaissent massivement aux Etats-Unis à partir de 1970 et au nom desquels figurent Mary Higgins Clark, Ken Follett, Stephen King ou encore Jackie Collins. Mais si le « fast-seller » rencontre un succès immédiat, il est rarement durable. La volatilité du public et les effets de mode rendent en effet de tels succès incertains à plus long terme, et dissuadent les éditeurs de se lancer dans de nouveaux tirages ou de nouvelles éditions. C'est le sort, notamment, des best-sellers liés à l'actualité politique ou judiciaire : Benoit Berthou donne ainsi l'exemple de l'ouvrage de Nadine Trintignant, *Ma fille Marie*, qui a connu un succès éphémère durant les quelques mois qui ont suivi l'assassinat de la fille de l'auteur. Mais nous pourrions citer de la même manière *Merci pour ce*

<sup>28</sup> BLOOM, Clive, *Bestsellers. Popular Fiction since 1900*, Basingstoke, Palgrave, MacMillan, 2008, p.1. Disponible en ligne : <http://www.palgraveconnect.com/pc/doi/finder/view/10.1057/9780230583870>.

<sup>29</sup> BERTHOU, Benoit, *Le "best-seller" : la fabrique du succès*, Conférence donnée aux "Ateliers du livre" de la Bibliothèque Nationale de France le 16 mai 2006, Paris, France. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00214287/document>

<sup>30</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 43.

<sup>31</sup> NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 3 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>

*moment*, de Valérie Trierweiler, qui n'est resté que cinq semaines en tête du classement des meilleures ventes<sup>32</sup>, et ce malgré un lancement remarquable.

Certains best-sellers, au contraire, ne rencontrent le succès que tardivement, quelques années, parfois même quelques décennies après leur sortie. Cela peut être dû au changement de statut de l'auteur : le succès rencontré pour un ouvrage peut rejaillir sur les œuvres précédemment écrites, la consécration nouvelle dont jouit l'auteur leur donnant un crédit qu'elles n'avaient pas jusqu'alors. C'est le cas des deux premiers romans de Dan Brown, *Forteresse Digitale* et *Anges et Démons*, qui ont bénéficié du succès mondial du *Da Vinci Code*. La mort d'un auteur contribue également à mettre en lumière des œuvres méconnues ou tombées dans l'oubli. Mentionnons enfin les évolutions du goût et de la mode, mystérieuses et imprévisibles, dont l'influence sur les pratiques de lecture est aussi obscure que difficilement quantifiable. Ainsi l'œuvre de Stendhal a-t-elle pu être incomprise en son temps, à l'exception de quelques « *happy few* » qui ne cesseront de clamer son talent dans l'indifférence générale. Flaubert écrivait en 1852 dans une lettre à Louise Colet : « Je connais *Le Rouge et Le Noir*, que je trouve mal écrit et incompréhensible, comme caractères et intentions ». Et le même Flaubert d'ajouter que les « gens de goût » « (...) ont de petits saints que personne ne connaît<sup>33</sup> ». Il faut attendre les années 1880 pour que Stendhal, quarante ans après sa mort, bénéficie d'un revirement d'intérêt, et que *Le Rouge et le Noir*, son œuvre majeure, devienne un best-seller. Mais un best-seller tardif n'est pas nécessairement un best-seller durable, comme le cas Stendhal pourrait le laisser croire : il ne devient « long-seller » que s'il est capable de se maintenir dans le temps.

Car le drame des best-sellers, et notamment des « fast-sellers », est qu'ils se périment vite et finissent par disparaître des listes et des mémoires : « le problème n'est pas seulement de naître, même avec retard : encore faut-il durer » écrivait très justement Frédéric Rouvillois<sup>34</sup>. Le best-seller semble en effet peu adapté au temps long de la consécration littéraire : il cherche la reconnaissance, mais sans forcément chercher la mémoire<sup>35</sup>. Car les ficelles qui font le succès du best-seller, qui lui permettent de répondre aux attentes du public à un instant donné, font aussi sa faiblesse. Le nouveau remplace l'ancien. Roberto Pliego écrivait ainsi que le best-seller « a moins d'espérance de vie qu'une mouche. (...) Telle est la loi du marché. Placé sous le signe de la rapidité, le best-seller est un produit vacciné contre la relecture<sup>36</sup>. » Ainsi en est-il de l'œuvre de Danielle Steel, spécialiste du best-seller sentimental, qui connaît son heure de gloire de 1980 à 1990 ; elle ne fait plus depuis que des apparitions épisodiques dans les listes de meilleures ventes, à l'occasion de la sortie d'un nouveau titre. *Le fils prodigue*, paru en septembre 2016, n'a ainsi figuré qu'à la 61<sup>e</sup> place du classement Edistat.

Mais ceux qui survivent à l'épreuve du temps deviennent des « steady-sellers », voire même des « long-sellers ». Les premiers se caractérisent par la

---

<sup>32</sup> Les statistiques Edistat indiquent que *Merci pour ce moment* de Valérie Trierweiler, paru le 4 septembre 2014 aux éditions Les Arènes, est resté 22 semaines dans le classement des 200 meilleures ventes, mais n'a occupé la première place que 5 semaines. Rentré le 01/09/2014, il en est sorti le 02/02/2015.

<sup>33</sup> FLAUBERT, Gustave, « Lettre à Louise Colet, 22 novembre 1852 », *Correspondance, t. II*, Gallimard, 1980, p. 179.

<sup>34</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 55.

<sup>35</sup> DUCAS, Sylvie, "La littérature aujourd'hui : populaire ?", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n° 1, 2014. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2014-01-0078-006>

<sup>36</sup> PLIEGO, Roberto, « L'ère du livre à grande vitesse », *Books*, hors-série n°1, 2009, p.12.

constance de leurs ventes : si elles s'élèvent lentement, elles se maintiennent en revanche dans le temps, de sorte que l'éditeur n'hésite pas à investir dans de nouveaux tirages ou de nouvelles éditions. Les « long-sellers », quant à eux, échappent au temps, s'affranchissent de toute notion de durée. Ils deviennent des lectures incontournables : ils acquièrent le statut tant convoité de livres de « fonds », voire de « classiques ». C'est le cas du *Voyage au bout de la Nuit* de Céline ou de *La Peste* d'Albert Camus, qui ont connu à leur sortie un succès populaire et qui, grâce à la prescription scolaire notamment, continuent encore aujourd'hui à se vendre ; ou du *Petit Prince* de Saint-Exupéry qui s'écoule toujours à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires de par le monde.

Une telle typologie est bien entendue assez artificielle, dans la mesure où la plupart des best-sellers combinent ces deux notions de rapidité et de durabilité : la plupart connaissent le succès rapide d'un « fast-seller » et maintiennent ensuite des ventes de « steady-seller ». Mais elle suffit à démontrer que, contrairement aux idées reçues, le best-seller ne connaît pas nécessairement une carrière éphémère et n'est pas condamné à l'oubli. Benoit Berthou cite ainsi l'exemple d'Amélie Nothomb qui, depuis plus de vingt ans, maintient des ventes tout à fait respectables, en générale au-dessus de la barre des 250 000 exemplaires. Le passage au format poche permet en outre de conserver de belles ventes, bien après que l'édition originale ait paru.

### Troisième critère : un certain dispositif éditorial

La troisième grande caractéristique du best-seller est « un certain type de lancement », pour reprendre les mots de Thierry Pfister et de Benoit Berthou. D'entre tous, c'est sans doute le critère le plus visible, celui qui distingue le mieux les best-sellers du reste de la production éditoriale : il n'y a guère qu'eux pour donner lieu à des plans de communication aussi importants et à des installations aussi ambitieuses. Il s'agit de faire connaître, de faire acheter et de faire savoir, les trois grands piliers du succès. Car si ce dernier peut être inattendu et spontané, il est plus souvent provoqué. Bernard Grasset, le premier, reconnaissait que cet « engouement brusque et étendu du public » pour une œuvre n'est pas naturel, que ce n'est pas le « sort naturel d'une œuvre abandonnée à sa propre force<sup>37</sup> ». L'éditeur comme l'auteur doivent donc savoir forcer le destin. François de Closets disait ainsi fort joliment que le best-seller est « l'art d'aider la chance<sup>38</sup> », notamment en exploitant à son profit les rouages de l'industrie éditoriale.

C'est ce même Grasset qui, en 1921, orchestre le premier grand plan de communication de l'histoire de l'édition française. Le lancement de *Maria Chapdelaine* est un véritable triomphe et consacre sa « technique » : un recours massif à la réclame, une présence constante dans la presse et des affiches publicitaires en grand nombre. En 1953, il pouvait ainsi s'enorgueillir d'avoir ouvert, avec les éditeurs de sa génération, la fameuse « ère des 100 000 » que nous évoquons plus haut. Depuis, les best-sellers ont investi les espaces de communication les plus variés, qu'ils soient physiques (quai de gare, abribus, station de métro) ou médiatiques (invitations d'auteurs à des émissions de variété, à la télévision ou à la radio). De tels plans de communication n'ont pas été sans conséquences pour la profession : la question de la publicité pour le livre,

<sup>37</sup> GRASSET, Bernard, *Lettre à André Gillon sur les conditions du succès en librairie*, Paris, Grasset, 1953, p.26.

<sup>38</sup> DE CLOSETS, François, « Existe-t-il un art du best-seller ? », *Le Débat*, n° 34, 1985, p. 77-94.

notamment, est restée longtemps houleuse jusqu'à ce qu'une loi de 1992 ne l'interdise finalement à la télévision.

Outre les plans de communication, les best-sellers font également l'objet d'une « mise en place » en librairie (c'est-à-dire d'une diffusion du livre dans les différents points de vente dès sa sortie) sans équivalent au sein de la production éditoriale. A cet égard, le phénomène des best-sellers marque une évolution notable, voire spectaculaire, dans l'histoire de l'édition internationale : avec le lancement des derniers *Harry Potter* et du *Lost Symbol* de Dan Brown, elle est entrée dans une stratégie de lancements digne des plus grands secteurs commerciaux. Ces derniers deviennent de véritables « événements », annoncés, programmés, presque ritualisés. La parution du dernier tome d'*Harry Potter* a ainsi fait l'objet d'un cérémonial des plus étonnants : la date de sortie ayant été fixée, une fois n'est pas coutume, à 00h01, des centaines de librairies de par le monde furent réouvertes en pleine nuit. Afin de préserver le secret entourant les livres, les éditeurs étaient même tenus par contrat à ne pas ouvrir les cartons avant l'heure fatidique. Le succès fut tel que la quasi-totalité des 12 millions d'exemplaires fut écoulée en un jour, obligeant les éditeurs à réimprimer en urgence. Ces « super-best-sellers », écrivait Frédéric Rouvillois, ont ainsi « poussé à son paroxysme l'organisation rationnelle de la fulgurance<sup>39</sup> », tout en parvenant à éveiller chez le public une attente vis-à-vis d'un produit qui relève pourtant de la grande consommation. Mais même si ces exemples restent tout à fait exceptionnels, le best-seller fait toujours l'objet d'une « mise en place » conséquente, à grand renfort d'affiches, de bandeaux rouges et de présentoirs abondamment fournis.

Nous avons vu que le seul critère quantitatif faisait du best-seller une « catégorie fourre-tout », pour reprendre les termes de Pierre Nora, au sein de laquelle les gros tirages recouvrent des ouvrages de nature fort diverse. Ce dernier critère permet cependant d'identifier deux grandes catégories de best-sellers, définies par leur mode de production : le best-seller de grande diffusion, pur produit de l'édition contemporaine, et le best-seller « programmé » que nous avons déjà évoqué précédemment, lequel constitue un genre en soit et relève d'une logique éditoriale tout à fait différente. Le best-seller de grande diffusion constitue une production spécifique dont se sont dotés la plupart des grands groupes d'édition. Elle s'appuie sur le réseau des points de vente et possède en générale des modalités de publicité qui lui sont propres. Ces productions à gros tirages permettent aux maisons d'édition de continuer à proposer des œuvres plus originales mais moins rentables, et participent ainsi d'un certain équilibre. Mais si l'édition contemporaine a adossé son économie sur ce type de production, elle ne constitue pas le phénomène du best-seller en lui-même. Celui-ci s'illustre davantage à travers les best-sellers « programmés » que nous avons évoqué précédemment, et qui constitue un type de production distincte du circuit classique de distribution, disposant de sa propre structure éditoriale. Cette seconde catégorie de best-seller obéit à une logique bien différente de la première : il ne s'agit pas de produire des succès de librairie en grand nombre, mais de faire émerger quelques grands titres qui créeront l'évènement et se suffiront à eux-mêmes pendant quelque temps. En France, les éditions XO furent les premières à poursuivre cette logique, en choisissant de soutenir quelques écrivains prolifiques comme Christian Jacq puis Guillaume Musso.

---

<sup>39</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 160.

## Le best-seller inattendu : seul véritable best-seller ?

Mais qu'en est-il de ces succès inattendus, ces best-sellers qui naissent en dehors des circuits de distribution prévus, dont les médias ne parlent pas, et qui, pourtant, parviennent à trouver leur public et à se vendre en grand nombre ? Dans quelle catégorie doit-on ranger le succès des *Allumettes Suédoises* (1969) de Robert Sabatier, petite histoire poétique dont ni l'éditeur ni l'auteur n'auraient pu prévoir qu'elle enthousiasmerait à ce point les foules que, tirée à 6000 exemplaires, il s'en vendra finalement 3 millions<sup>40</sup> ? Pourquoi *Bonjour tristesse* (1954), roman d'une petite bachelière de dix-huit ans, a-t-il remporté un tel succès ? Comment *Montaillou, village occitan de 1292 à 1324* de l'historien Emmanuel Le Roy Ladurie, ouvrage très savant, a-t-il pu se vendre à près de deux millions d'exemplaires ? Ces best-sellers échappent aux catégories précédemment dessinées, à l'explication rationnelle comme à la reproduction technique : ils sont par nature imprévisibles. Pour Pierre Nora, cette troisième catégorie est « sans doute la seule vraie » catégorie de best-sellers : « là est la seule et vraie définition possible du best-seller qui ne relève ni des lois du marché ni de la sociologie éditoriale, mais de l'histoire des sensibilités et des mentalités<sup>41</sup>. »

Il y a dans le best-seller quelque chose qui relève du mystère, un ingrédient secret qui fait son succès ou son échec, indépendamment de ses qualités intrinsèques, de la publicité dont il a fait l'objet ou du talent de son auteur. La rationalisation de l'industrie éditoriale n'ont pas fait disparaître cette « persistance du miracle » qui, selon les mots de Frédéric Rouvillois, habite encore le best-seller. Elle explique que le succès littéraire, malgré toutes les critiques qui l'accablent, puisse encore être un horizon pour nombre d'écrivains.

On peut bien sûr esquisser des pistes d'explication. Le premier miracle est d'abord celui d'une rencontre : celle de l'auteur et son éditeur, celle du livre et son public. C'est la rencontre de *Bonjour tristesse* de Françoise Sagan avec une France d'après-guerre qui veut qu'on lui parle d'amour physique, mais sans que ne soit évoquer les enfants ou l'avortement. Le best-seller, c'est l'art d'être là au bon moment, de trouver les mots et les thèmes que le public attend. L'histoire des best-sellers est aussi une histoire de transgression. C'est se risquer à publier un roman policier de trois mille pages -sombre, complexe, diluvien- alors que les codes du genre consacrent plutôt la brièveté. C'est faire paraître un ouvrage sur un sujet non seulement inhabituel -un thriller médiéval se déroulant dans une abbaye bénédictine en 1327 dont l'enjeu principal est un vieux manuscrit- mais encore traité d'une manière qui ne sacrifie rien à l'érudition, à grands renforts de citations latines et allemandes. Et pourtant, qu'il s'agisse de *Millenium* (2004) de Stieg Larsson, ou du *Nom de la Rose* (1980) d'Umberto Eco, le succès fut incontestablement au rendez-vous, avec plus de 50 millions d'exemplaires écoulés pour l'un comme pour l'autre. Quant à expliquer le succès du *Nom de la Rose* ou de *Montaillou*, le mystère reste entier, tout comme la part des acheteurs qui ont lu ces ouvrages dans leur intégralité. Quoi qu'il en soit, Pierre Nora écrivait que « la règle du best-seller, c'est la transgression, l'échappée hors de l'espace sociologique naturel du livre, son explosion touchant des publics pour lesquels il n'était pas fait. »

<sup>40</sup> Op. cit. p.13, ROUVILLOIS, ici p. 282-283.

<sup>41</sup> NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 3 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>

« Au-delà de 20 000 exemplaires commence le malentendu », disait Malraux : le best-seller, c'est aussi l'art de se jouer du malentendu. C'est la *Vie de Jésus* (1863) d'Ernest Renan dont il se vendra 80 000 exemplaires en trois mois - chiffre exceptionnel pour l'époque- parce que les sermons des évêques et des curés de Paris, -qui, si on en croit la légende, allaient jusqu'à acheter en catimini des centaines d'exemplaires à seule fin de les détruire-, lui firent une telle publicité que les lecteurs s'empressèrent d'acquérir ce livre sulfureux, au demeurant parfaitement illisible pour la plupart d'entre eux. C'est le livre qui rencontre le succès là où on l'attend le moins.

« Tout le problème du best-seller est là, écrivait Pierre Nora : s'agit-il d'un phénomène entièrement neuf, induisant une transformation radicale du champ éditorial, ou est-ce, (...) le point d'aboutissement logique du phénomène éditorial lui-même<sup>42</sup> (...) ? ». Nous voyons bien, à la lumière de cette brève étude, que le concept moderne de « best-seller » recouvre une réalité bien plus ancienne. L'industrie éditoriale s'est attachée à rationaliser un succès "artisanal" ou "naturel", existant par ailleurs, en y superposant un concept marketing bien identifié par le terme de "best-seller". Mais ce concept connaît aujourd'hui de profondes remises en cause, perceptible à travers la question des chiffres de vente et des seuils qui servaient jadis à définir le best-seller. Depuis l'émergence du terme dans les dernières années du XIX<sup>e</sup> siècle, il a évolué en même temps qu'il accompagnait les bouleversements de l'industrie culturelle et l'essor de la mondialisation, de telle sorte que nous pouvons nous demander quelles sont aujourd'hui les frontières du best-seller ?

## TENDANCES ET EVOLUTIONS DU BEST-SELLER

Frédéric Rouvillois écrivait que la mondialisation du best-seller est précoce. Elle remonte à *Don Quichotte*, dont le succès fut immédiatement international, et plus loin encore, à Thomas More, Rabelais ou Montaigne, dont les œuvres étaient de toutes les cours européennes. Présente dès les origines, cette internationalisation du best-seller n'a fait que se renforcer aux siècles suivants, jusqu'à aboutir à la cartographie que nous lui connaissons aujourd'hui.

### Quelle géographie pour le best-seller au XXI<sup>e</sup> siècle ?

Il semble difficile d'aborder la question de la mondialisation du best-seller sans mentionner la thèse de Pascale Casanova, parue en 1999 et intitulée *La République mondiale des Lettres*<sup>43</sup>, dans laquelle la chercheuse montre que la littérature, comme bien d'autres domaines, est régie par la loi du plus fort. Ce sont historiquement les états politiquement les plus puissants qui imposent leur littérature au reste du monde : l'Espagne au XVI<sup>e</sup> siècle, la France au XVII<sup>e</sup>, l'Angleterre au XVIII<sup>e</sup> et les Etats-Unis au XX<sup>e</sup>.

Le XVIII<sup>e</sup> siècle est principalement dominé par les romans britanniques : *Robinson Crusoe*, de Daniel Defoe, paru en 1719, est un triomphe immédiat et sera décliné dans la plupart des langues européennes. Avec pas moins de 100 éditions

---

<sup>42</sup> NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 3 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>

<sup>43</sup> CASANOVA, Pascale, *La République mondiale des lettres*, Paris, Le Seuil, 1999.

avant 1800, *Les Voyages de Gulliver* (1726) illustrent également la formidable capacité du best-seller à ignorer les frontières. A la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, on observe un élargissement du champ de la mondialisation, phénomène qui se renforce encore au siècle suivant : si la Grande-Bretagne demeure culturellement dominante, de nouveaux-venus au rang desquels les Etats-Unis arrivent sur la scène de la mondialisation littéraire. *La Case de l'Oncle Tom*, paru en 1852, est ainsi le premier grand succès américain à s'exporter en Europe. Après la seconde guerre mondiale, la montée en puissance des médias, l'internationalisation des grands groupes d'édition et l'uniformisation des goûts et des publics confirment la tendance au profit de la littérature anglo-saxonne. L'incroyable succès mondial d'*Harry Potter* en est, encore aujourd'hui, la manifestation la plus pure, le signe d'un achèvement de ce mouvement de mondialisation de la littérature.

A l'heure d'aujourd'hui, la tendance ne s'est guère inversée. Les Etats-Unis, devenus au cours du XX<sup>e</sup> siècle les plus gros producteurs de best-sellers, dominent la scène de la mondialisation littéraire. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si le terme de « best-seller » y est inventé vers la fin des années 1880 : il désigne ce qui constitue là-bas « l'objectif affiché de la vie littéraire<sup>44</sup> ». Plus largement, c'est la culture anglo-saxonne qui est à l'honneur, avec des auteurs comme Mary Higgins Clark, Patricia Corwell ou Stephen King. Il faut cependant relativiser ce constat, car le succès de la littérature anglo-saxonne, comme le rappelle Lylette Lacôte-Gabrysiak<sup>45</sup>, est aussi celui d'un genre : celui du roman policier, qui consacre des auteurs comme Mary Higgins Clark ou Stephen King, et celui des littératures de l'imaginaire où se démarquent J.K Rowling et Philip Pullman. Les auteurs britanniques occupent surtout le domaine de la fantasy, tandis que les américains dominent le genre du policier. C'est aussi le succès d'une époque marquée par l'intrusion des réseaux sociaux dans le monde de l'édition et par l'influence des grands géants américains du Web : *Girl Online*, de Zoe Sugg, aurait-il battu tous les records de vente en Angleterre en 2014, devançant même Charles Dickens et *Robinson Crusoë*, sans l'appui de Google ? Quant à *Fifty Shades of Grey*, le best-seller érotique de E.L. James dont il se serait vendu 125 millions d'exemplaires en juin 2015, il doit beaucoup à Facebook et à ses communautés de fans.

Il faut également noter la percée d'auteurs non anglo-saxons dans certains domaines tels que le polar ou la littérature jeunesse. Depuis le succès de la saga *Millénium* de Stieg Larsson, publiée entre 2005 et 2007, de nouveaux noms ont émergé sur la scène du roman policier : Camilla Läckberg, Jo Nesbø ou encore Arnaldur Indridason. Cette littérature scandinave a progressivement conquis l'Europe, au point que le milieu littéraire parle même d'une « école scandinave » du roman noir. Depuis 2014, le polar français connaît également un retour en grâce, si l'on en croit l'enquête annuelle de Livres Hebdo<sup>46</sup> : à côté des habitués des palmarès comme Maxime Chattam ou Fred Vargas émergent des auteurs tels que Michel Bussi, Caryl Férey ou Sophie Loubière, qui s'exportent au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. La littérature jeunesse connaît également ses évolutions, avec le succès du manga qui marque l'ouverture du marché de l'édition à la culture japonaise. Depuis son introduction en France à la fin des années 1970, il est

<sup>44</sup> ROUVILLOIS, Frédéric, *Une histoire des best-sellers*, Paris, Flammarion, 2011, p. 86.

<sup>45</sup> LACOTE-GABRYSIK, Lylette, « C'est un best-seller ! Meilleures ventes de livres en France de 1984 à 2004 », *Communication*, n°27, 2010. Disponible en ligne : <https://communication.revues.org/3130>

<sup>46</sup> COMBET, Claude, « Dossier roman policier : le polar français sort de la marge », *Livres Hebdo*, 2014. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/dossier-roman-policier-le-polar-francais-sort-de-la-marge>



devenu une nouvelle littérature populaire qui a su évoluer du statut de « sous-culture marginale à celui d'un vaste phénomène transgénérationnel<sup>47</sup> ». En 2006, le nombre de nouveautés traduites du japonais aurait ainsi représenté 40% des bandes dessinées publiées sur le territoire francophone<sup>48</sup>.

La mondialisation de l'édition, qui s'illustre tout particulièrement à travers les best-sellers, est une réalité aujourd'hui incontestable. Elle n'a cependant rien d'égalitaire : en France comme aux Etats-Unis, l'édition nationale, toute en promouvant assidûment ses propres œuvres, tente de résister à la vague des succès étrangers. Le cas de la France est particulièrement représentatif de cette asymétrie, dans la mesure où elle fait preuve d'une plus grande résistance que ses voisins. Selon Pascale Casanova, « l'espace littéraire français est le plus autonome du monde ; pour des raisons historiques, c'est le plus indépendant des lois économiques et politiques du monde ; le lieu où la littérature a eu le plus d'importance pour le plus grand nombre de gens<sup>49</sup>. » Si ces barrières de protection n'empêchent pas les « super-best-sellers » tels que le *Da Vinci Code*, *Twilight* ou *Millenium* de passer les frontières, elles demeurent relativement efficaces en ce qui concerne le best-seller ordinaire. La France continue ainsi d'être perçue comme un cas à part, où le succès d'un ouvrage n'est jamais garanti même lorsque celui a triomphé partout ailleurs. Mais le cas le plus intéressant est sans doute celui des Etats-Unis : s'ils contribuent le plus massivement à la production mondiale de best-sellers, ils paraissent aussi de moins en moins accueillants aux succès étrangers. Les best-sellers étrangers y sont de plus en plus rares, les percées de plus en plus difficiles : Le Clézio y est méconnu, tandis que les *Bienveillantes* de Jonathan Littell, prix Goncourt de l'année 2006 et évènement de la rentrée littéraire, y a connu un « échec cinglant<sup>50</sup> ».

## Le best-seller sur le marché éditorial français

Lylette Lacôte-Gabrysiak, dans son article de 2010<sup>51</sup>, signalait déjà la pauvreté des études concernant le best-seller : « Au total, les best-sellers sont l'objet de beaucoup de préjugés et d'assez peu d'études réfléchies », annonçait-elle en préambule<sup>52</sup>. L'enquête qu'elle a mené pour la période 1984-2004 apporte donc un éclairage bienvenu sur ce phénomène éditorial qu'est le best-seller, notamment en ce qu'elle dessine les contours de la « meilleure vente » au XXI<sup>e</sup> siècle. Nous rapporterons ici les grandes lignes de cette étude, que nous prolongerons d'une brève analyse de la période 2011-2015.

L'étude de madame Lacôte-Gabrysiak montre que le best-seller a tendance à suivre en les amplifiant les évolutions du marché de l'édition. Suivant l'augmentation générale des titres, elle observe ainsi une hausse du nombre de best-sellers, et notamment une forte augmentation du nombre d'ouvrages vendus

---

<sup>47</sup> BASTIDE, Julien, « MANGAS », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 13 août 2016. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/mangas/>

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> FARDEAU, Patrice, « Une mondialité nommée littérature, Entretien avec Pascale Casanova », *Regards.fr*, 1999. Disponible en ligne : <http://www.regards.fr/acces-payant/archives-web/une-mondialite-nommee-litterature.1704>.

<sup>50</sup> ROUVILLOIS, Frédéric, *Une histoire des best-sellers*, Paris, Flammarion, 2011, p. 83.

<sup>51</sup> LACOTE-GABRYSIK, Lylette, « C'est un best-seller ! Meilleures ventes de livres en France de 1984 à 2004 », *Communication*, n°27, 2010. Disponible en ligne : <https://communication.revues.org/3130>

<sup>52</sup> Il semble que cette citation soit d'un autre auteur, mais nous ne sommes pas parvenues à remonter à la source. On laissera donc le lecteur se reporter à l'article de Lylette Lacôte-Gabrysiak pour plus d'informations.

ou tirés à plus de 100 000 exemplaires depuis les années 2000. De 242 titres entre 1984 et 1988, on passe ainsi à 509 titres entre 1999 et 2004<sup>53</sup>. En outre, elle constate que la part de ces titres dans l'ensemble des meilleures ventes ne cesse de croître, passant de 18% en 1984 à 34% en 2004, ce qui traduit un mouvement de concentration sur quelques titres. Par ailleurs, si le nombre de titres ayant dépassé le seuil des 100 000 exemplaires vendus a pratiquement doublé en vingt ans, elle remarque également que le nombre d'auteurs atteignant ces ventes n'a augmenté, quant à lui, que d'environ 50% : la concentration s'opère donc également sur quelques grands noms qui font particulièrement bien vendre.

Lyette Lacôte-Gabrysiak note également une « remarquable » évolution dans le temps de ces best-sellers : entre 1984 et 1988, l'auteur le plus cité dans les listes de meilleures ventes est Paul-Loup Sulitzer ; entre 1989 et 1993, il s'agit de Stephen King et de Mary Higgins Clark ; de 1994 à 1998, Stephen King domine toujours tandis que la fin du siècle voit émerger des auteurs comme Zep pour la BD, J.K. Rowling et Mary Higgins Clark. Ce phénomène révèle que le mouvement de concentration des ventes sur quelques noms ou quelques titres s'est fait progressivement ; il montre aussi que le nom de l'auteur faisait et continue de faire vendre.

A défaut de pouvoir proposer une semblable étude pour la décennie 2005-2015, nous avons étudié pour la période 2011-2015<sup>54</sup> le Top 50 des meilleures ventes de livres toutes catégories confondues, proposé chaque année par *Livres Hebdo*. Il est bien sûr évident que toute comparaison avec l'enquête de Lyette Lacôte-Gabrysiak est malaisée étant donné que la méthodologie et la taille de l'échantillon diffèrent toutes deux sensiblement : alors que madame Lacôte-Gabrysiak prenait en compte l'ensemble des titres ayant été vendus annuellement à plus de 100 000 exemplaires, le format du Top 50 nous contraint à ne considérer que les cinquante premières meilleures ventes annuelles (sachant que le titre de notre sélection qui s'est le moins vendu, *Kaiken* de Jean-Christophe Grangé, s'est tout de même écoulé en 2012 à 118 900 exemplaires). Notons également que *Livres Hebdo* fait appel à deux panélistes différents, Ipsos jusqu'en 2012, puis GfK à partir de 2013, ce qui oblige à considérer ces résultats avec prudence. Malgré ses limites et ses imperfections, cette étude permet de mettre en lumière un certain nombre de tendances qui confortent et prolongent les résultats de Mme Lacôte-Gabrysiak.

<sup>53</sup> Les chiffres donnés dans ce paragraphe sont tous issus de l'enquête de Lyette Lacôte-Gabrysiak.

<sup>54</sup> Au-delà de l'année 2011, il devient difficile de récupérer le Top 50 annuel de *Livres Hebdo* : ainsi, pour l'année 2010, nous n'avons pu retrouver que le Top 30 des meilleures ventes, que nous avons dû écarter pour des raisons de cohérence de l'échantillon.

Année	Fiction	BD	Essai/Document	Autres (Livre pratique, Dictionnaire...)	Total
2011 <sup>55</sup>	40	1	5	4	50
2012 <sup>56</sup>	41	4	4	1	50
2013 <sup>57</sup>	35	4	7	4	50
2014 <sup>58</sup>	39	4	5	2	50
2015 <sup>59</sup>	38	5	5	2	50
<b>Total 2011-2015</b>	<b>193</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>13</b>	<b>250</b>
<b>En %</b>	<b>77,2%</b>	<b>7,2%</b>	<b>10,4%</b>	<b>5,2%</b>	<b>100%</b>

**Figure 1** - Classement des 250 meilleures ventes 2011-2015 par grandes catégories de document (Top 50 2011-2015)

Année	Fiction	BD	Essai/Document	Autres	Total
2010 <sup>60</sup>	5	0	2	3	10
2011	9	0	1	0	10
2012	9	0	0	1	10
2013	9	1	0	0	10
2014	9	0	1	0	10
2015	7	1	2	0	10
<b>Total 2011-2015</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>60</b>
<b>En %</b>	<b>80%</b>	<b>3,3%</b>	<b>10%</b>	<b>6,7%</b>	<b>100%</b>

**Figure 2** - Classement des 60 meilleures ventes 2010-2015 par grandes catégories de document (Top 10 2010-2015)

Notons, tout d'abord, la prépondérance de la **fiction**, qui représente chaque année entre trente et quarante des cinquante titres qui composent ce classement. Si

<sup>55</sup> COMBET, Claude, PIAULT, Fabrice, WALTER, Anne-Laure, ANDREUCCI, Catherine, FERRAND, Christine, « Meilleures ventes 2011, les bons sentiments », *Livres Hebdo*, 27 janvier 2012. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2011-les-bons-sentiments?xtmc=Meilleures+ventes+2011&xtr=29>

<sup>56</sup> « Meilleures ventes 2012 : l'évasion par la fiction », *Livres Hebdo*, 23 janvier 2013. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2012-levasion-par-la-fiction?from=profile>.

<sup>57</sup> COMBET, Claude, « Astérix et 50 nuances de Grey en tête des meilleures ventes 2013 selon GFK », *Livres Hebdo*, 14 janvier 2014. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/asterix-et-50-nuances-de-grey-en-tete-des-meilleures-ventes-2013-selon-gfk?xtmc=%22gfk%22&xtr=7>

<sup>58</sup> COMBET, Claude, HUGUENY, Hervé, LEGER, Souen, PIAULT, Fabrice, WALTER, Anne-Laure, « Meilleures ventes 2014 : merci pour l'amour », *Livres Hebdo*, 23 janvier 2015. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2014-merci-pour-lamour?xtmc=%22meilleures+ventes+2014%22&xtr=1>

<sup>59</sup> COMBET, Claude, HUGUENY, Hervé, DURAND, Marine, WALTER, Anne-Laure, « Meilleures ventes 2015, la potion magique », *Livres Hebdo*, 22 janvier 2016. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2015-la-potion-magique?xtmc=Meilleures+ventes+2015&xtr=1>

<sup>60</sup> « Meilleures ventes 2010 : boulimie pour les livres de Pierre Dukan », *Livres Hebdo*, 20 janvier 2011. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2010-boulimie-pour-les-livres-de-pierre-dukan?rand=5900>

l'on ne considère que les dix meilleures ventes annuelles<sup>61</sup>, la part allouée aux œuvres de fiction est encore plus importante : 7 titres en 2015, 9 titres en 2011, 2012, 2013 et 2014 ; seule l'année 2010, submergée par les conseils minceur de Pierre Dukan, ne présente que 5 titres de fiction parmi ses dix meilleures ventes. Viennent ensuite les **essais et documents** qui représentent en moyenne 5 titres chaque année. Si les **bandes dessinées** se maintiennent autour de 3 titres, il n'est pas rare qu'ils occupent la première place du Top 50, comme les deux derniers tomes d'*Astérix* en 2013 et 2015. Enfin, parmi les catégories d'ouvrages qui paraissent au Top 50 des meilleures ventes, on rencontre également des **livres pratiques**, traitant essentiellement de cuisine (*Nutella : le petit livre* de Sandra Mahut) ou de bien-être (*Les recettes Dukan* de Pierre Dukan), et quelques indémodables comme le *Bescherelle*.

Si l'on s'intéresse plus en détails aux dix meilleures ventes annuelles de la période 2010-2015, on observe un changement de paradigme. D'une part, Guillaume Musso supplante peu à peu Marc Lévy, qui disparaît du Top 10 à partir de 2013. Mais la révélation de ces trois dernières années reste le phénomène *Fifty Shades*, ou *Cinquante nuances de Grey* pour sa traduction française, romance érotique de E.L. James dont les trois volumes s'installent progressivement en tête des meilleures ventes dès leur sortie en 2013, profitant de leur réédition en format de poche et de l'adaptation du premier tome au cinéma. Ce phénomène devrait d'ailleurs se maintenir quelques temps encore avec la parution en 2015 du spin-off, *Grey : Cinquante nuances de Grey par Christian*, et le succès de la série *After* d'Anna Todd, considérée par certains comme l'héritière d'E.L. James.

Le succès de *Fifty Shades* et les excellentes ventes de Guillaume Musso pour *Central Park* et *l'Instant Présent* en 2015, faisaient ainsi dire à Fabrice Piault, rédacteur en chef de Livres Hebdo, qu'on observait un véritable « retour du best-seller », se traduisant par « des niveaux de vente en forte augmentation dans toutes les catégories d'ouvrages. Ils traduisent un bel équilibre entre succès attendus et véritables surprises, valeurs sûres et tendances plus récentes, faisant notamment ressortir l'installation d'une littérature populaire française avec des auteurs comme Anna Gavalda, Gilles Legardinier ou Michel Bussi, qui ont rejoint Guillaume Musso et Marc Lévy ».

Auteur	Nombre total de citations	Nombre de titres
E.L. James	12	1
Marc Lévy	11	7
Guillaume Musso	10	6
Katherine Pancol	8	6
Harlan Coben	7	7
Jean-Christophe Rufin	6	4
Anna Todd	5	1
Anne-Sophie Girard	5	1
Joël Dicker	5	2
Ken Follett	5	3

<sup>61</sup> Cf. Annexe 2 - Top 10 des meilleures ventes annuelles de livres 2010-2015, d'après les enquêtes Ipsos/Livres Hebdo et GfK/Livres Hebdo.

Michel Bussi	5	4
Camilla Läckberg	4	4
David Foenkinos	4	3
Delphine de Vigan	4	2
Gilles Legardinier	4	3
Jean Anouilh	4	1
Kathryn Stockett	4	1

**Figure 3** - Classement des auteurs selon le nombre d'apparition de leurs titres dans le Top 50 annuel des meilleures ventes 2011-2015

Parmi les 115 noms qui figurent au Top 50 des meilleures ventes pour la période 2011-2015, les plus cités sont en effet E.L. James, Marc Lévy et Guillaume Musso, qui totalisent à eux trois 13,2% des mentions. Si l'on étend ce palmarès au douze auteurs les plus cités, ce taux monte à 31,6% : 10% des auteurs réalisent donc un peu plus de 30% des meilleures ventes, ce qui montre que le mouvement de concentration des ventes autour de quelques noms se poursuit.

Il faut cependant distinguer deux périodes : l'avant *Fifty Shades*, et l'après *Fifty Shades*. De 2011 à 2012, Katherine Pancol et Marc Lévy, avec 5 mentions chacun, sont en tête des meilleures ventes, suivis de Guillaume Musso et d'Harlan Coben (4 mentions chacun). De 2014 à 2015, c'est-à-dire un an après l'émergence du phénomène *Fifty Shades*, E.L. James domine incontestablement le classement avec 8 mentions, suivie d'Anna Todd (5 mentions en 2015 pour les cinq volumes d'*After*). A côté de Guillaume Musso et de Marc Lévy, qui se maintiennent avec 4 mentions chacun, émergent de nouveaux noms comme Anne-Sophie Girard (4 mentions pour *La femme parfaite est une connasse !*, volumes 1 et 2), Michel Bussi pour le roman policier (4 mentions) ou Gilles Legardinier (3 mentions) pour le roman d'humour.

### Existe-t-il un genre du best-seller ?

L'existence d'un genre du best-seller semble incompatible, au premier abord, avec cette réalité plurielle qu'est le « succès de librairie ». Certains genres semblent en effet plus propices au succès que d'autres, ainsi que l'analyse des meilleures ventes de ces cinq dernières années tend à le démontrer. Lyette Lacôte-Gabrysiak, pour la période 1984-2004, définissait même trois grandes tendances, que nous retrouvons en partie dans nos palmarès.

Genre	Nombre de titres	%
Littérature générale	98	39,2%
BD	18	7,2%
Essais/documents	20	8%
Policiers/Thrillers	48	19,2%
Usuels/Livres scolaires	4	1,6%
Littérature jeunesse/jeune adulte	9	3,6%
SF/Fantasy/Fantastique/Horreur	7	2,8%
Témoignages/biographies	9	3,6%
Guides	1	0,4%

Livres pratiques	8	3,2%
Humour	11	4,4%
Autres/Erotique	17	6,8%

**Figure 4** - Répartition des meilleures ventes selon le genre (Top 50 2011-2015)

A des fins de comparaison, nous avons repris la typologie de madame Lacôte-Gabrysiak, augmentée de quelques ajouts ou précisions afin de l'adapter à la production éditoriale contemporaine. Il faut déjà préciser qu'il n'est guère aisé d'attribuer un genre à chaque ouvrage : certains titres empruntent à plusieurs genres, comme *Le voleur d'ombres* de Marc Lévy qui comporte des éléments de surnaturel, voire de fantastique, et que nous avons choisi de ranger dans la catégorie « SF/Fantasy/Fantastique/Horreur » pour cette raison, même si aucun libraire ne le classerait dans ce rayon. En outre, la frontière est floue entre un essai, un document, un témoignage et une biographie, et il est des essais autobiographiques comme des biographies romancées, de sorte que nous avons peut-être rangés sous la catégorie « Témoignages/biographies » des titres qui auraient pu figurer en « essais/documents » ou en « littérature générale ». Concernant cette dernière catégorie, nous avons suivi la démarche de madame Lacôte-Gabrysiak et y avons intégré les romans sentimentaux, bien que nous estimions que cette catégorie est très générale et ne révèle rien des effets de mode qui traversent la littérature contemporaine.

On constate, en premier lieu, que la **littérature générale** reste dominante, puisqu'elle représente encore 39,2% des meilleures ventes. Ce chiffre marque un retour en force par rapport à ceux de Lyette Lacôte-Gabrysiak, qui constatait un recul prononcé depuis les années 1990 : sur la période 1999-2004, la littérature générale ne représentait plus que 30,8% des meilleures ventes. Un tel écart dans les résultats est imputable, d'une part, à la taille et à la nature de l'échantillon, et au fait que nos deux enquêtes ne sont pas tout à fait comparables. Mais il s'explique également par le succès rencontré ces dix dernières années par Marc Lévy et Guillaume Musso, ainsi que par l'essor des « *feel good books* », ces romans qui « font du bien » : citons à cet égard *Le vieux qui ne voulait pas fêter son anniversaire*, de Jonas Jonasson (2<sup>e</sup> rang en 2012, 17<sup>ème</sup> rang en 2013), *L'extraordinaire voyage du fakir qui était resté coincé dans une armoire Ikea* de Romain Puertolas (25<sup>e</sup> rang en 2013, 35<sup>e</sup> en 2015), et plus largement les romans d'Anna Gavalda et de Laurent Gounelle (3 mentions chacun). La littérature générale connaît donc un certain regain, avec quelques nuances : la littérature classique et traditionnelle, attachée à des ventes faibles mais régulières, demeure naturellement peu présente de ces palmarès (seule *Antigone*, de Jean Anouilh, figure au Top 50 des meilleures ventes 2011, 2012, 2013, 2014, sans doute parce qu'il était au programme de la classe de 3<sup>e</sup>).

Le second genre à dominer la scène du best-seller est le **roman policier**, lequel a connu une très forte progression si l'on considère (toujours avec prudence) les chiffres de Lyette Lacôte-Gabrysiak : de 12% entre 1999-2004, le polar représente aujourd'hui près de 20% des titres. Il semble cependant perdre du terrain : on ne compte plus que 12 titres en 2011, 11 en 2012, 9 en 2013, et 8 en 2014 et 2015. Porté par le phénomène *Millenium* depuis 2005, le polar scandinave semble en effet s'essouffler : Arnaldur Indridason n'est plus présent dans le Top 50 des meilleures ventes à partir de 2014 (dernière mention en 2013 pour *La muraille de lave*), Henning Mankell depuis 2013, et Camilla Lackberg était absente

du palmarès 2015 après y avoir figuré pendant quatre ans. Le polar français se maintient avec Fred Vargas, Harlan Coben, et depuis 2013, Michel Bussi.

Les **essais et documents** représentent le troisième genre du best-seller, avec 8% des titres ; 11,6% si on y adjoint les témoignages et les biographies. Cette catégorie semble se maintenir dans le temps, puisque 5 essais et documents figurent en moyenne parmi les cinquante meilleures ventes annuelles 2011-2015. Ce genre a la particularité de ne pas compter de grands noms, sinon quelques « spécialistes », comme Frédéric Saldmann pour les ouvrages de santé/bien-être (2 mentions en 2013 et 2015).

Avec 7,2% des titres, la **bande dessinée** continue de faire vendre, mais nous sommes loin des 23% relevés par madame Lacôte-Gabrysiak pour la période 1999-2004. Si *Astérix*, *Largo Winch* (3 mentions en 2012, 2014 et 2015) et *Blake et Mortimer* (11<sup>e</sup> rang en 2012, 24<sup>e</sup> en 2014) restent les indémodables du genre, seule l'œuvre de Jean-Yves Ferri et Didier Conrad atteint le 1<sup>er</sup> rang. Le recul du manga, observé par ailleurs, semble se confirmer puisqu'aucun ne figure dans le Top 50 des meilleures ventes des cinq dernières années.

Le genre du **roman érotique** est celui qui a connu la plus forte progression : l'enquête de Lylette Lacôte-Gabrysiak n'en mentionnait que 3 pour la période 1984-2004 ; nous en dénombrons 17 sur les seules années 2013, 2014 et 2015. Le succès du genre est bien sûr celui de *Fifty Shades*, repris par la saga *After* d'Anna Todd, et il relève davantage d'un effet de mode que d'une tendance durable.

Les **romans jeunesse** restent en revanche majoritairement absents de ce classement, sauf lorsqu'ils profitent du succès de quelques grandes séries comme *Hunger Games* (dont les trois volumes occupent la 21<sup>e</sup>, 23<sup>e</sup> et 27<sup>e</sup> place en 2012) ou *Divergente* (33<sup>e</sup>, 36<sup>e</sup> et 38<sup>e</sup> place en 2014) qui bénéficient de leur adaptation cinématographique. Plus surprenant est peut-être le recul des « littératures de l'imaginaire » : si ce genre est incontestablement en cours de légitimation, ce n'est manifestement pas au niveau des meilleures ventes que cette consécration s'opère (à tout le moins, depuis que les phénomènes *Harry Potter* et *Twilight* n'enflamment plus les médias). Les rares titres classés en « SF/Fantasy/Fantastique/Horreur » ne le sont qu'à titre d'exemple, parce que nous hésitions à les noyer dans la masse des ouvrages de littérature générale : ce sont les romans surnaturels de Marc Lévy (*Le voleur d'ombres* en 2011 et *l'Etrange voyage de monsieur Daldry* en 2011 et 2012) et quelques romans d'anticipation comme *2084 : la fin du monde* de Boualem Sansal (34<sup>e</sup> rang en 2015) ou *Soumission* de Michel Houellebecq (4<sup>e</sup> rang en 2015).

Enfin, la diminution du nombre des **dictionnaires et des guides**, déjà observée par Lylette Lacôte-Gabrysiak, semble se poursuivre. Aucun dictionnaire ne figure en effet au classement des meilleures ventes 2011-2015, et le guide Michelin n'est cité qu'une seule fois en 2013 où il atteint tout de même le 32<sup>e</sup> rang. Seul un usuel comme le *Bescherelle : la conjugaison pour tous* figure dans le Top 50 des meilleures ventes de 2013 à 2015.

On observe ainsi une certaine continuité dans les tendances observées : succès d'une certaine littérature de confort, maintien du polar, recul des dictionnaires et des guides. Ce constat de l'existence de genres dominants souligne certes la pluralité de l'objet « best-seller », tout à la fois polar et romance sentimentale, mais l'inscrit aussi dans une « littérature populaire », comme l'annonçait Fabrice Piault en 2015, disposant de ses grands noms et de ses stéréotypes. Benoit Berthou évoquait ainsi l'existence de traits communs aux best-

selliers, parmi lesquels la part belle faite au récit, le choix d'un mode d'écriture « consensuel » (c'est-à-dire qui évacue les formes plus modernes comme le monologue intérieur à la James Joyce ou le fragment cher à Pascal Quignard) ou encore l'emploi d'un certain style : ce dernier doit se faire « le plus discret, le plus invisible possible », à l'image de Michel Houellebecq et de sa « totale absence de style<sup>62</sup> ». Enfin, le best-seller consacre l'importance du personnage : Benoit Berthou parle d'une « forme de sociabilité » du best-seller, d'un livre « habité », où on peut « nouer des relations, voire une amitié, avec des créatures de papier<sup>63</sup> ».

Il semble donc exister un certain « genre » du best-seller, une « culture » commune du succès qui joue de la connaissance du public et de ses goûts, et qui fait du best-seller, indépendamment de sa nature et de son genre littéraire, le livre doté de certains attributs « au rang desquels on compte la capacité à bien se vendre<sup>64</sup> ». N'est-ce pas en partie pour cela que l'on reproche au best-seller son conformisme ? Nombreux sont en effet ceux à dresser le tableau d'une « littérature pauvre qui peine à se renouveler<sup>65</sup> ». Cette critique ne traduirait-elle pas plutôt l'émergence d'un genre disposant de ses lieux communs, où le choix de thèmes récurrents et d'une écriture requérant un effort de lecture minimal relèverait moins d'une absence de talent de la part de l'auteur que d'une adhésion aux règles du genre ? Il existe bien sûr des best-sellers mal écrits, mais il en est aussi qui répondent à une certaine demande et dont l'écriture est soigneusement calibrée à cette fin. Moins qu'une question de pauvreté de la langue, le problème que pose le best-seller est davantage celui de sa finalité : « Cette littérature ne développerait-elle pas simplement des récits capables de s'inscrire dans plusieurs médias et plus seulement dans le livre ? » se demandait Benoit Berthou. « Le best-seller croit-il au livre ? » Son principal « crime » ne serait-il pas d'avoir su intégrer à son avantage la complexité des industries culturelles ?

Mais si le best-seller est une réalité éditoriale complexe, qu'en est-il de sa traduction dans l'univers des bibliothèques ? Le critère des ventes semble en effet le premier élément de définition du best-seller, mais il apparaît incompatible avec l'objectif affiché de soutien à la diversité éditoriale poursuivi par ces dernières. Par ailleurs, face à l'augmentation du nombre annuel de nouveautés, on peut douter de leur capacité à les acquérir toutes. Le best-seller est-il soluble dans la bibliothèque ?

## LE BEST-SELLER EN BIBLIOTHEQUE

Le 17 septembre 2015, la médiathèque municipale de Tarentaize, tête de pont du réseau des bibliothèques de Saint-Etienne, inaugurerait un nouveau rayon entièrement consacré aux best-sellers. Cette initiative devait notamment permettre aux usagers un meilleur accès aux « livres dont on parle », trop souvent accusés

---

<sup>62</sup> BERTHOU, Benoit, *Le "best-seller" : la fabrique du succès*, Conférence donnée aux "Ateliers du livre" de la Bibliothèque Nationale de France le 16 mai 2006, Paris, France. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00214287/document>

<sup>63</sup> Ibid.

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> Ibid.



d'être absents des rayonnages<sup>66</sup>. Le best-seller serait-il donc le grand perdant de la bibliothèque ? En réalité, le constat que dresse François Marin, directeur des médiathèques stéphanoises, est moins celui d'une absence que celui d'un défaut de visibilité des best-sellers en bibliothèque ; soit que, pris dans le cercle infini des emprunts et des réservations, ils ne paraissent jamais en rayon, soit que fondus dans le corps des collections, ils cessent d'apparaître comme tels.

Afin de nous en assurer, nous avons cherché à analyser la pénétration du best-seller en bibliothèque. Dans l'idéal, nous aurions aimé pouvoir étudier la place des meilleures ventes dans l'ensemble des collections nationales, à la manière de ce qui a été réalisé pour le *Baromètre des prêts et acquisitions 2015*, mais cela exigeait des ressources que nous n'avions pas. Nous avons donc fait le choix de nous en tenir à quatre réseaux municipaux. Nous en avons sélectionné deux de grande taille : celui des bibliothèques de prêt de la ville de Paris, premier réseau de lecture publique de France avec 58 sites, ainsi que le réseau des bibliothèques municipales de Lyon (15 sites) qui figure parmi les plus importants de province. Le réseau marseillais (8 sites) a été retenu parce qu'il nous paraissait représentatif d'un réseau moyen de bibliothèque municipale à vocation régionale (BMVR), et le réseau stéphanois (7 sites), outre qu'il appuyait notre étude sur le rayon « best-seller » de la médiathèque de Tarentaize, parce qu'il l'était d'un réseau de petite taille. Tous ces établissements présentaient en outre un OPAC offrant des fonctionnalités de recherche similaires, identifiant notamment les exemplaires et leur disponibilité dans les différents sites, ce qui autorisait les comparaisons. Pour cette étude, nous avons ensuite cherché à savoir si chacun des titres cités dans le Top 50 annuel de *Livres Hebdo* de ces cinq dernières années figurait ou non dans ces divers catalogues.

## De la présence du best-seller en bibliothèque

Sur les 224 titres recensés par *Livres Hebdo* sur la période 2011-2015<sup>67</sup>, le réseau des bibliothèques municipales de la ville de Paris en a acquis 211 (soit 94,2%), Marseille 170 (75,9%), le réseau lyonnais 146 (65,2%), et Saint-Etienne 134 (59,8%). Si le réseau parisien paraît déjà mieux pourvu que ses confrères, il faut cependant préciser que la plupart des titres qui n'ont pas été acquis par les bibliothèques lyonnaises, marseillaises ou stéphanoises étaient en réalité déjà présents dans les collections, que ce soit dans une autre édition ou en grand format lorsqu'il s'agit d'une édition de poche (lesquelles sont très représentées dans les Top 50, puisqu'elles représentent tout de même 92 titres). Ainsi, si Saint-Etienne n'a acquis que 60% des meilleures ventes 2011-2015, 72% des titres absents existaient par ailleurs en grand format et 10% dans une autre édition : cela signifie que seuls 18% des meilleures ventes sont véritablement absentes des collections stéphanoises. Le phénomène est encore plus marqué à Marseille (90% des titres qui n'ont pas été acquis existent dans une autre édition ou en grand format), et se vérifie aussi à Lyon (84%). Tout réseau, toute édition et tout format confondu, seuls quatre titres sont véritablement absents des bibliothèques de notre échantillon : *Jardin secret : carnet de coloriage et chasse au trésor antistress*, de

<sup>66</sup> PETIT, Iris, « Pleins feux sur les best-sellers », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2016, n° 9, p. 96-103. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-09-0096-010>

<sup>67</sup> Les Top 50 *Livres Hebdo* 2011, 2012, 2013, 2014 et 2015, dont la composition a été analysée plus haut, comportent 250 mentions pour 224 titres (en raison de titres mentionnés d'une année sur l'autre). Pour les besoins de l'analyse, et contrairement à l'étude précédente, nous n'avons pas pris en compte les titres redondants, à moins qu'il ne s'agisse d'une édition différente ou d'un format de poche.

Johanna Basford, *Enjoy English in 6e*, d'Odile Martin-Cocher, le guide Michelin 2013, et *Best of gourmand* aux Editions PGP.

	Réseau Ville de Paris	Réseau BM de Lyon	Réseau BM de Marseille	Réseau Saint- Etienne
<b>Nombre total de titres acquis</b> <i>En pourcentage des meilleures ventes 2011-2015</i>	211 94,20%	146 65,20%	170 75,90%	134 59,80%
<b>Nombre de titres non possédés mais dont il existe par ailleurs une édition en grand format</b> <i>En pourcentage des titres absents</i>	3 23%	55 70,5%	42 77,8%	65 72,2%
<b>Nombre de titres non possédés mais dont il existe par ailleurs une autre édition</b> <i>En pourcentage des titres absents</i>	4 30,8%	11 14,1%	7 13%	9 10%
<b>Nombre total de titres détenus toute édition, tout format</b> <i>En pourcentage des meilleures ventes 2011-2015</i>	218 97,3%	212 94,6%	219 97,7%	208 92,8%

**Figure 5** - Présence et disponibilité des best-sellers figurant dans le Top 50 2011-2015 dans les différents établissements étudiés

Non seulement les best-sellers sont bien présents dans les bibliothèques de notre échantillon, mais ils le sont encore en grand nombre. A Paris, ils représentent 6825 exemplaires, soit une moyenne de 31 exemplaires par titre, 2071 à Lyon (13 exemplaires en moyenne par titre), 1321 à Marseille (7,5 exemplaires en moyenne par titre) et 707 à Saint-Etienne (4,7 exemplaires en moyenne par titre). La taille de la structure influe donc d'une certaine manière sur l'importance de l'offre, mais il faudrait reporter ces chiffres au bassin de population desservie pour pouvoir affirmer qu'il existe une corrélation entre la taille d'une bibliothèque et le fait qu'elle acquiert plus ou moins de « meilleures ventes » : l'étude de Guilaine Thuillart concernant le réseau parisien avait déjà montré que cette corrélation n'était pas automatique<sup>68</sup>.

En ce qui concerne les auteurs, la politique d'acquisition des établissements diffère sensiblement. A Paris, un effort est particulièrement consenti sur les titres de bande dessinée, au premier rang desquels les deux derniers tomes d'*Astérix*, seuls titres de notre liste à dépasser la centaine d'exemplaires. A Lyon, ceux qui font l'objet d'une acquisition massive sont essentiellement des romans : avec 48 exemplaires, *D'après une histoire vraie* de Delphine de Vigan est largement en tête, suivi du tome 4 de *Millénium* avec 37 exemplaires. A Marseille, les écarts semblent moins marqués : *Astérix et le papyrus de César* est présent en 21 exemplaires, *D'après une histoire vraie* et le sixième volume de *Lou !* en 20 exemplaires chacun. Comme à Paris, ce sont les auteurs de bande dessinée et les principaux noms de la scène littéraire (lauréats du Nobel, du Goncourt ou du Renaudot notamment) qui dominent. Enfin, à Saint-Etienne, les trois auteurs qui dépassent la dizaine d'exemplaires sont Delphine de Vigan pour deux titres, Guillaume Musso pour trois titres, et Zep pour le volume 14 de *Titeuf*.

<sup>68</sup> THUILLART, Guilaine, *La place de l'actualité par le livre dans les bibliothèques municipales de la ville de Paris*, sous la direction de Anne Kupiec, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2006, p. 35. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/568-la-place-de-l-actualite-par-le-livre-dans-les-bibliotheques-municipales-de-la-ville-de-paris.pdf>

Ville de Paris	BM de Lyon	BM de Marseille	BM de Saint-Etienne
J-Y Ferri et D. Conrad ( <i>Astérix</i> )	Delphine de Vigan	J-Y Ferri et D. Conrad ( <i>Astérix</i> )	Delphine de Vigan
Julien Neel ( <i>Lou !</i> )	David Lagercrantz	Delphine de Vigan	Guillaume Musso
Zep ( <i>Titeuf</i> )	Paula Hawkins	Julien Neel ( <i>Lou !</i> )	Zep ( <i>Titeuf</i> )
Patrick Modiano	Mathias Enard	Marc Lévy	Boualem Sansal
Emmanuel Carrère	David Foenkinos	Delphine de Vigan	Emmanuel Carrère
Michel Houellebecq	Fred Vargas	Giulia Enders	Fred Vargas
Delphine de Vigan	Michel Houellebecq	Lydie Salvayre	Joel Dicker
Pierre Lemaitre	Boualem Sansal	Mathias Enard	John Green
Suzanne Collins	Giulia Enders	Pierre Lemaitre	J-Y Ferri et D. Conrad ( <i>Astérix</i> )
Joel Dicker	Camilla Lackberg	Zep ( <i>Titeuf</i> )	Julien Neel ( <i>Lou !</i> )

**Figure 6** - Palmarès des titres acquis en plus grand nombre d'exemplaires, classement des dix premiers auteurs

Non seulement les bibliothèques acquièrent des best-sellers en quantité, mais ce palmarès des auteurs montre aussi qu'elles s'efforcent de suivre l'actualité littéraire : toutes ont acquis le dernier Goncourt, le dernier Renaudot ou encore le dernier prix Nobel.

Ajoutons enfin qu'au moment où nous avons réalisé ce sondage<sup>69</sup>, le taux de disponibilité de ces best-sellers oscillait entre 34 et 41%, c'est-à-dire que 59 à 66% des exemplaires étaient empruntés. Paris présentait alors le meilleur taux de disponibilité (41%), suivi par Lyon avec 39,5% puis Marseille avec 38,4%. Saint-Etienne, avec 34,4%, montre qu'il est plus difficile pour une petite structure de trouver son point d'équilibre. Dans l'ensemble, ces taux n'en restent pas moins très équilibrés : ils témoignent d'une offre relativement bien calibrée, suffisamment variée et fournie pour attirer son public. Il faut cependant nuancer le propos : pour les titres parus au Top 50 2015, le taux de disponibilité tombe à 23% à Paris, à Lyon et à Marseille, et à 17% à Saint-Etienne, ce qui n'est guère étonnant si l'on considère qu'il s'agit des dernières parutions, pour lesquelles l'attraction de la nouveauté n'a pas encore disparu. Ces proportions témoignent ainsi de l'influence considérable des « meilleures ventes » sur les chiffres de prêts, notamment lorsqu'on les rapproche des chiffres relatifs à l'ensemble des collections : à Paris, comme l'expliquait déjà Guilaine Thuillart, les prêts portent en général sur 25% des fonds, 75% des livres étant, par rotation mais de manière constante, en rayon dans les bibliothèques municipales de la ville de Paris.

## Spécificité du best-seller en bibliothèque

Comme nous le mentionnons plus haut, les quatre titres à n'avoir fait l'objet d'aucune acquisition sont essentiellement des livres pratiques et des usuels, catégories d'ouvrages souvent absentes de la conception bibliothéconomique du best-seller. Il semble donc bien que la « meilleure vente » ne puisse intégrer les

<sup>69</sup> Il a été réalisé entre le 22 et le 24 août 2016.

collections de la bibliothèque sans faire l'objet d'une certaine forme de sélection, sans être passée au préalable au crible de la sélectivité des bibliothécaires.

Il est certes vrai que la grande majorité des professionnels interrogés empruntent au monde éditorial la définition quantitative du best-seller. Ainsi, sur 32 répondants, 12 définissent le best-seller comme « meilleure vente », sept comme objet de « fortes ventes » et 5 l'associent à un « succès commercial<sup>70</sup> ».

*C'est un livre qui fait partie des meilleures ventes pendant plusieurs mois.*

*Ouvrage généralement assez médiatisé faisant partie des meilleures ventes de livres à une période donnée.*

*Un ouvrage au succès populaire, à fortes ventes et gros tirages d'exemplaires.*

Il est vrai, également, que cette définition conditionne en un sens le mode d'acquisition du best-seller : puisque ce sont les classements de meilleures ventes qui font les best-sellers, beaucoup s'y reportent pour sélectionner les titres à acquérir. Mais alors que l'on pourrait croire que l'adhésion à une certaine vision économique du best-seller commanderait de s'en tenir aux titres les plus vendus, à ceux qui caracolent en tête des listes Edistat ou *Livres Hebdo*, on se rend compte que les professionnels sont peu enclins à se laisser dicter leur conduite. De telles listes sont en effet moins restrictives qu'indicatives. Même dans le cadre d'une acquisition centrée sur ce type de documents, comme à l'occasion d'un rayon best-sellers, celle-ci doit respecter un certain nombre de critères : à Saint-Etienne, par exemple, sont retenus les romans et les documentaires adultes, les livres jeunesse et les bandes dessinées, tandis que les romans « à l'eau de rose », les almanachs, les manuels scolaires et les livres de poche sont automatiquement exclus de la liste d'acquisition<sup>71</sup>. Le bibliothécaire superpose ainsi sa propre vision de la littérature, sa propre hiérarchie des genres, pour définir ce qui est acceptable de proposer en bibliothèque, et ce qui doit demeurer du ressort d'autres institutions ou de l'acquisition privée :

*En étudiant la liste Edistat, on s'est rendu compte qu'il y avait pas mal d'Arlequin, vous savez la littérature sentimentale ; on a dit "non, quand même, il faut se donner des limites", donc pas d'Arlequin. On a éliminé aussi les manuels scolaires, parce que ce n'est pas de notre ressort, c'est du ressort des CDI (...), et tout ce qui était à vocation personnelle, comme les almanachs par exemple. (...) Au départ, c'était les premières interdictions strictes que l'on s'était données, et puis après on a réfléchi que prendre les choses genre le guide Hachette des Vins, ou le guide Michelin...*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Un sondage du rayon best-sellers réalisé en août 2016<sup>72</sup> a révélé en outre que, loin de se limiter aux vingt premiers titres de la liste Edistat, l'acquisition des documents se fait presque indépendamment de leur classement au sein de celle-ci : en moyenne, les titres acquis pour le rayon « best-sellers » de Saint-Etienne ne dépassent jamais la 55<sup>e</sup> place. La bande-dessinée *Economix*, de Michael Goodwin,

<sup>70</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 1.

<sup>71</sup> Ces critères de sélection, définis préalablement à l'ouverture du rayon en septembre 2015, ont changé depuis. Nous y reviendrons ultérieurement.

<sup>72</sup> Cf. Annexe 3 – Liste des exemplaires du rayon best-sellers de Saint-Etienne en août 2016.

parue en juin 2016 aux éditions Les Arènes, détient d'ailleurs le record absolu : elle n'a figuré qu'une semaine parmi les meilleures ventes Edistat, à la 199<sup>e</sup> place. Au total, seuls 20% des titres du rayon ont figuré au minimum une fois parmi les dix premières ventes hebdomadaires, et ils ne sont que 30% à s'être maintenus plus de dix semaines dans la liste Edistat. Nous sommes donc loin d'une sélection soumise au dictat des meilleures ventes. La bibliothèque s'autorise au contraire des succès éphémères, témoins de l'engouement fluctuant du public.

Il semble même que l'objet best-seller recèle, en bibliothèque, une définition toute particulière qui n'est pas celle du monde de l'édition ni nécessairement celle de l'utilisateur. A Saint-Etienne, les titres du rayon best-sellers sont ainsi exclusivement des ouvrages en grand format. Les livres de poche, exclus des critères d'acquisition, sont absents. Il en va de même à Saint-Genis-Laval, et il est prévu qu'il en soit également ainsi à Calais. La conception du best-seller dans ces bibliothèques semble donc se rapprocher davantage de la « nouveauté » ou de la « première édition », qui paraissent toujours en grand format, que de la « meilleure vente », laquelle peut également intervenir sur des titres déjà parus et réédités en format de poche (rappelons que 42% des titres figurant dans le Top 50 annuel *Livres Hebdo* des cinq dernières années concernent des formats de poche).

Cette conception qui veut que l'on parle de best-seller à propos de première édition ou de nouveauté est donc assez éloignée de la réalité des ventes. Elle explique peut-être la défiance qui existe dans le milieu des bibliothèques autour de l'appellation « best-seller » et de sa traduction française « meilleures ventes » : ainsi, à la question « Lui préférez-vous le terme de "meilleures ventes" ? », 71,9% des professionnels que nous avons interrogé ont répondu « Non » et seulement 21,9% « Oui<sup>73</sup> ». L'appellation « meilleures ventes » ne renverraient donc pas à la vision que les professionnels s'en font, qui lui préfèrent le terme de « best-sellers ».

Catégories	Nombre de titres	En % de l'ensemble des titres	Nombre d'exemplaires <sup>74</sup>	En % du nombre d'exemplaires
Fiction	95	50,5%	157	51%
Essai/Document	73	38,8%	123	39,9%

<sup>73</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 2.

<sup>74</sup> Chiffres du rayon best-sellers de la médiathèque de Tarentaize à Saint-Etienne au 26/08/2016. S'ils ne correspondent pas tout à fait à ceux qui nous ont été fournis, c'est que nous les avons classés différemment, afin de pouvoir comparer ces résultats à l'étude précédemment menée pour les « succès de librairie ». A titre d'information, les chiffres fournis par Iris Petit étaient :

Type de document	Nombre d'exemplaires dans le fonds	Répartition en %
Romans Adultes	142	46,25
Documentaires adultes	120	39,09
Histoires vécues	23	7,49
Bandes dessinées	14	4,56
Littérature	3	0,98
Poésie	2	0,65
<b>Total</b>	<b>307</b>	<b>100</b>

On remarquera qu'ils ne sont pas si éloignés des nôtres. L'écart dans les résultats est imputable au fait que notre catégorisation ne comprend pas, par exemple, de rubrique « Histoires vécues », dont les ouvrages ont été de fait répartis dans la catégorie « Fiction » ou « Essai/Document ».

Autre	8	4,2%	14	4,5%
BD	12	6,5%	14	4,5%
<b>Total</b>	<b>188</b>	<b>100%</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

**Figure 7** - Classement des titres et exemplaires du fonds "best-sellers" de Saint-Etienne par catégories de document au 26/08/2016

A ce premier recadrage en succède un second, qui s'opère sur les catégories et les genres du best-seller. Autant les « meilleures ventes » en librairie concernent majoritairement la fiction, autant les best-sellers de Saint-Etienne font la part belle aux **essais et documents**, qui représentent près de 40% du fonds, tant en nombre de titres qu'en nombre d'exemplaires. Cela manifeste une volonté d'élargir les horizons de lecture des lecteurs. Les ouvrages des hommes politiques, particulièrement présents (on retrouve les écrits de Nicolas Sarkozy, de Christiane Taubira, d'Alain Juppé ou encore de Bruno Le Maire), témoignent de la volonté de la bibliothèque de se faire tribune de l'actualité. D'autres titres reflètent les inquiétudes et les grandes interrogations qui traversent la société française : la montée du terrorisme avec *Terreur dans l'hexagone : genèse du djihad français*, de Gilles Kepel, paru en décembre 2015 ; le devenir de nos sociétés occidentales, avec *Le monde au défi* d'Hubert Védrine, paru en avril 2016, et un certain nombre de considérations plus générales sur la France, sa classe politique et ses difficultés économiques, à travers des titres comme *Comprendre le malheur français* de Marcel Gauchet ou *100 jours pour que la France réussisse* de Jacques Attali. L'adhésion du plus grand nombre, qui fait le best-seller, explique l'absence de textes très pointus ou très philosophiques, mais n'exclut pas le succès de certains textes particulièrement exigeants, comme *Penser l'Islam et le Miroir aux alouettes : principes d'athéisme social* de Michel Onfray.

Genres	Nombre de titres	En pourcentage de l'ensemble des titres	Nombre d'exemplaires	En pourcentage du nombre d'exemplaires
Littérature générale	46	24,5%	73	23,7%
BD	12	6,4%	14	4,5%
Essais/documents	69	36,7%	118	38,3%
Policiers/Thrillers	30	16%	54	17,5%
Dictionnaires/Usuels/Livres scolaires	0	0%	0	0%
Littérature jeunesse/jeune adulte	1	0,5%	1	0,3%
SF/Fantasy/Fantastique/Horreur	2	1,1%	3	1%
Témoignages/biographies/autobiographies	16	8,5%	25	8,1%
Récit de voyage	1	0,5%	1	0,3%
Guides	0	0%	0	0%
Livres pratiques	8	4,3%	14	4,5%
Humour	0	0%	0	0%

Erotique	3	1,6%	5	1,6%
<b>Total</b>	<b>188</b>	<b>100%</b>	<b>308</b>	<b>100%</b>

**Figure 8** - Classement des titres et exemplaires du fonds "best-sellers" de Saint-Etienne par genres au 26/08/2016

En ce qui concerne la répartition des genres, elle apparaît en revanche assez proche de ce qui s'observe en librairie, toute proportion gardée : la littérature générale n'est pas en reste, mais elle se fait talonner par la littérature policière, qui connaît depuis une vingtaine d'années un formidable essor. A cet égard, cette présence affirmée des polars dans le fonds n'a donc rien d'étonnant. Les littératures de l'imaginaire sont tout aussi peu représentées qu'en librairie, avec un titre de science-fiction (*Seul sur Mars*, d'Andy Weir, qui doit sans doute son succès au film de Ridley Scott, sorti en 2015). On s'étonnera peut-être du faible nombre de bandes dessinées et d'ouvrages en littérature jeunesse : il s'agit en réalité d'un choix de la direction, pris en concertation avec la responsable du rayon et les acquéreurs, sur le constat que ces ouvrages ne sortaient pas, ou trop peu.

Les best-sellers de Saint-Etienne constituent ainsi une collection certes disparate, mais qui conserve néanmoins un certain nombre de traits communs, une certaine cohérence, définie et construite par les critères de sélection. On peut donc supposer qu'une bibliothèque ne possédera jamais tout à fait les mêmes best-sellers qu'un établissement voisin, à l'exception de quelques incontournables, et cela en dépit du fait que le réservoir des « meilleures ventes » n'est pas infini. Chaque bibliothèque interpréterait le best-seller au filtre de sa propre conception de ce qu'une telle offre est censée apporter à la bibliothèque, de ce que doit être sa finalité : ce ne serait donc jamais une réception passive.

### **Succès de librairie et succès de bibliothèque : continuité, complémentarité ou rupture ?**

Si les établissements de lecture publique acquéraient tous les mêmes best-sellers, sur la base des listes *Edistat* ou *Livres Hebdo*, on devrait mécaniquement retrouver une certaine cohérence parmi les titres les plus acquis par les bibliothèques. Ce n'est pourtant pas ce que révèle le *baromètre des prêts et acquisitions 2015* ; il établit au contraire que les « succès de librairie » ne deviennent pas nécessairement des « succès de bibliothèque ».

*Le baromètre des prêts et des acquisitions en bibliothèque*<sup>75</sup>, ici dans son édition 2015, a été publié le 29 avril 2016 par le ministère de la Culture et de la Communication, en partenariat avec *Livres Hebdo*. Il s'agit de la première édition constituée sur une base consolidée, qui fait suite à la version expérimentale de 2014. Elle représente pour nous un grand intérêt en ce qu'elle livre, à travers un palmarès des « meilleurs prêts » et des « meilleures acquisitions » en bibliothèque, de précieuses informations sur les politiques d'acquisitions des professionnels et sur les pratiques de lecture des usagers.

<sup>75</sup> *Baromètre des prêts et des acquisitions dans les bibliothèques de lecture publique*, Ministère de la Culture et de la Communication, 2015, Mise en ligne le 29 Avril 2016. Disponible en ligne : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Livre-et-Lecture/Actualites/Barometre-des-prets-et-des-acquisitions-en-bibliotheque-2015>

L'enquête révèle que les acquisitions en bibliothèque portent notamment sur les nouveautés, puisque 62 titres figurant parmi les premières ventes en librairie sont également présents dans le palmarès des titres les plus acquis en bibliothèque. Mais les titres et auteurs les plus demandés ne représentent qu'une partie des acquisitions, celle qui « [apporte] ainsi aux usagers le service qu'ils attendent de la bibliothèque<sup>76</sup> ». En dehors de ces quelques titres particulièrement demandés, l'enquête révèle une grande dispersion des achats selon les bibliothèques : les ouvrages de la seconde moitié du palmarès (du 51<sup>ème</sup> au 100<sup>ème</sup> titre les plus achetés par les bibliothécaires) n'ont ainsi été acquis, au mieux, que par une bibliothèque de l'échantillon sur deux. « La constitution des collections des bibliothèques n'est donc pas homologique des achats en librairie<sup>77</sup> ». C'est le cas des œuvres de fiction, mais plus encore des essais et documents, pour lesquels il existe peu de correspondances entre les meilleures ventes et les titres les plus acquis : à peine 18 titres en commun. Seul *Le charme discret de l'intestin* de Giulia Enders semble faire figure d'exception, sans doute du fait de ses excellentes ventes. Le constat est à peine meilleur pour les bandes dessinées.

Le phénomène est tout aussi étonnant lorsque l'on considère les titres les plus prêtés en bibliothèque. Si les meilleures ventes y sont bien représentées, elles n'occupent pas l'ensemble du classement : seules 33 des 50 meilleures ventes de l'année 2015 figurent aussi dans le palmarès des prêts. Il existe donc une réelle distinction entre les « succès de bibliothèque » et les « succès de librairie », même si cette distinction est moins forte en ce qui concerne la fiction adulte. L'enquête révèle en effet que, dans cette dernière catégorie, 7 des 10 meilleures ventes 2015 figurent parmi les 100 livres les plus empruntés. Ce succès ne touche cependant que les titres les plus vendus et donc les plus demandés : un tiers seulement des meilleures ventes 2015 figurent parmi les 100 ouvrages les plus empruntés en bibliothèque.

Quels sont donc ces « succès de bibliothèque », s'ils ne sont pas dictés par les chiffres de vente ? Le baromètre mentionne un « effet auteur », le palmarès des meilleurs emprunts ne comprenant que cinquante auteurs pour cent titres. Quatre noms, notamment, représentent un tiers du palmarès : Françoise Bourdin, avec 11 titres, Guillaume Musso, avec 9 titres, Harlan Coben avec 7 titres, et Michel Bussi avec 6 titres. A défaut de retrouver les mêmes titres qu'en librairie, il faut noter que les bibliothèques ne sont pas insensibles à ce phénomène de concentration des auteurs que nous avons déjà observé pour l'édition. Mais surtout, un « décalage temporel » explique en partie cet écart entre « meilleures ventes » et « meilleurs prêts » : du fait de la publication souvent tardive des livres à succès (la rentrée littéraire n'intervient qu'en septembre, et le Goncourt plus tardivement encore), et des délais d'acquisition et de traitement des ouvrages, les livres arrivent trop tardivement sur les rayonnages des bibliothèques pour faire l'objet d'emprunts importants sur l'année civile courante. Même la mise en œuvre d'un circuit rapide du document dans certains établissements, à destination des nouveautés notamment, ne peut totalement remédier au problème. Elle nécessite, du reste, une procédure lourde qui ne peut être supportée par les structures les plus petites, et qui demande, même aux plus grosses, une gestion quotidienne : dans le réseau des bibliothèques municipales de la ville de Paris, qui dispose d'un système

<sup>76</sup> Ibid., p.10.

<sup>77</sup> Ibid. p.10.



d'acquisitions centralisées, le délai de mise en circulation est ainsi de trente jours en moyenne<sup>78</sup>.

L'enquête révèle ainsi que parmi les 100 ouvrages de fiction les plus empruntés, seuls 19 ont été publiés en 2015. Y figure en revanche 38 ouvrages publiés en 2014. De même, 9 des 10 titres les plus vendus en 2014 figuraient parmi les 100 ouvrages de fiction les plus empruntés en 2015 : *Central Park* de Guillaume Musso, *Muchachas, vol.1* de Katherine Pancol, *Charlotte* de David Foenkinos, *Pour que tu ne te perdes pas dans le quartier* de Patrick Modiano, et ainsi de suite, à l'exception notable de *Fifty Shades*. Si les meilleures ventes arrivent donc plus tardivement dans les bibliothèques, elles semblent bénéficier en revanche d'une durée de vie plus longue qu'en librairie, qui explique qu'elles réalisent encore de beaux chiffres de prêts un an après leur sortie. Le best-seller abandonne ainsi un certain nombre de ses caractéristiques lorsqu'il intègre les bibliothèques : il devient, en quelque sorte, un objet éditorial à part.

Ces diverses études attestent donc que le best-seller est une réalité bien présente dans les bibliothèques municipales françaises. Ses visages sont nombreux et variés, et sa place dans les collections apparaît loin d'être hégémonique. Mais que ces ouvrages soient acquis, qu'ils soient présents dans les rayonnages, ne dit rien sur la manière dont les professionnels perçoivent et conçoivent cette offre. Elle a pourtant toutes les raisons de susciter chez ces derniers une certaine distanciation, voire du rejet : car si le best-seller est consacré par les ventes, s'il est l'expression des goûts du public, il constitue une offre tout à la fois « imposée » et « guidée », lorsqu'elle n'est pas directement soumise à la pression d'une demande habituée à s'exprimer à travers les suggestions d'achat. A ce contexte particulier d'acquisition se superpose la nature même de l'offre : souvent associé à un phénomène commercial plutôt qu'à une production reconnue pour ses qualités littéraires, le best-seller est l'objet de toutes les représentations, de toutes les approximations, et de toutes les confusions. Sa nature plurielle le rend difficile à cerner et, par conséquent, difficile à recevoir comme un ensemble cohérent face auquel se positionner.

Nous nous sommes demandées comment aborder cette dimension humaine du best-seller. Avant de recueillir les sensibilités de la profession sur la question, il nous a paru préférable d'étudier plus avant la place du best-seller dans les collections, et ce dans un contexte tout à fait particulier de mise en place d'un rayon spécifiquement dédié à ce type de documents : il se trouvait justement que la médiathèque centrale de Saint-Étienne avait inauguré un tel dispositif en septembre 2015, concept repris quelque temps après par les bibliothèques de Saint-Genis-Laval et de Calais. Cela nous a paru un excellent terrain d'investigation : ainsi, les tensions et les enjeux liés au best-seller, qu'une décennie de pratiques semblait avoir mis en sommeil, auraient toutes les chances de nous apparaître.

---

<sup>78</sup> THUILLART, Guilaine, *La place de l'actualité par le livre dans les bibliothèques municipales de la ville de Paris* ; sous la direction de Anne Kupiec, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2006, p. 38. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/568-la-place-de-l-actualite-par-le-livre-dans-les-bibliotheques-municipales-de-la-ville-de-paris.pdf>

## **METTRE EN PLACE UN SERVICE SPECIFIQUEMENT DEDIE AUX BEST-SELLERS EN BIBLIOTHEQUE**

---

Le 17 septembre 2015, après plus d'un an de réflexion, la médiathèque municipale de Saint-Etienne inaugurerait un nouveau rayon entièrement consacré aux best-sellers. L'initiative, jusqu'alors assez confidentielle, acquiert une plus grande visibilité début décembre avec la parution d'un article dans *Livres Hebdo*. Cet article inspire notamment la médiathèque de Saint-Genis-Laval, au sud de Lyon, et celle de Calais, qui engagent à leur tour une réflexion sur la mise en place d'une offre similaire dans leur établissement. A la médiathèque de Saint-Genis-Laval, un service de « best-sellers » est finalement inauguré le 20 septembre 2016 : il faut souligner le contexte particulier de l'établissement, qui a rouvert en 2015 suite à d'importants travaux de rénovation. A la médiathèque centrale de Calais, le projet est en cours de réalisation, pour une ouverture du service prévue en janvier 2017. Lors de notre visite, le 23 septembre 2016, les acquisitions avaient tout juste débuté.

Il faut préciser que les observations que nous allons faire ci-après sont conditionnées en partie par notre période de visite : en ce qui concerne Saint-Genis-Laval, elle est ainsi intervenue un jour seulement après l'ouverture du service, le mercredi 21 septembre 2016, trop tôt donc pour en tirer un quelconque bilan, sinon circonscrit. A Calais, comme nous l'avons mentionné précédemment, le projet n'est pas encore finalisé : nous l'aborderons donc essentiellement du point de vue de sa conception et de sa mise en œuvre. Il n'y a guère qu'à Saint-Etienne, eu égard à son ancienneté, que nous disposons d'une vue globale sur le projet : nous nous appuyerons donc essentiellement sur leur expérience lorsque nous aborderons les questions d'évaluation et de réception de ce type de service par les usagers.

Il a été intéressant de constater que, bien que s'inspirant d'une source commune -l'expérience de Saint-Etienne-, chaque projet a su développer une réflexion qui lui est propre. Nous avons ainsi observé une véritable appropriation par les différents établissements de la question d'un rayon « best-sellers », se traduisant par des solutions originales et diversifiées, reflets des préoccupations qui traversent chaque territoire et des capacités d'innovation des professionnels. C'est cette réflexion, plus que leurs différences ou leurs ressemblances, qu'il nous a paru intéressant de mettre en avant.

Nous avons pensé cette partie à la fois comme un retour d'expérience, et comme une boîte à outils à l'intention des établissements qui désireraient monter des projets similaires. Nous aimerions qu'elle puisse servir pour toute proposition d'ordre documentaire.

### **CONCEVOIR LE PROJET : LA REFLEXION PREALABLE**

Il s'agit d'aborder dans cette partie l'ensemble des réflexions préalables à la conception fonctionnelle du service. A cet égard, nous avons choisi d'adopter une méthodologie de gestion de projet, car cette dernière est particulièrement indiquée dans le cas de la création d'un nouveau service en bibliothèque.

Dans un premier temps, il importe de s'interroger sur ce que le projet peut apporter à l'établissement :

- Quelle est la nature du service que j'entends proposer ? Il est nécessaire de s'interroger sur ce que l'on désire mettre en place. De quoi est-il question ? De quoi parle-t-on ?
- Quels objectifs poursuit-il ? Sont-ils en accord avec le projet d'établissement et les missions de la bibliothèque ?
- Enfin, à quels besoins, à quels manques identifiés est-il censé répondre ? Est-il en mesure d'y répondre ?

Nous déclinerons chacune de ces réflexions, et illustrerons notre analyse en nous appuyant sur les expériences de Saint-Etienne, Saint-Genis-Laval et Calais.

### **Quelle offre<sup>79</sup> ?**

Qu'entendons-nous par un service de best-sellers en bibliothèque ? Il s'agit d'un dispositif exclusivement dédié à la présentation des best-sellers, distinct du reste des collections tant au niveau de l'organisation interne que de l'implantation physique. Nous parlerons de « service » - car c'est ainsi que les médiathèques de Saint-Genis-Laval et de Calais présentent le projet- mais il serait plus juste de parler de « rayon », comme à Saint-Etienne, ou de « collection ». Il ne s'agit pas, en effet, d'extraire les best-sellers des collections existantes pour mieux les valoriser, mais de constituer une collection spécifique, avec sa propre organisation, ses propres critères de sélection et son propre dispositif de valorisation. C'est en cela que ces expériences sont véritablement originales.

Dans les trois établissements étudiés, le « rayon » best-sellers est situé à l'entrée de la bibliothèque ou en face de l'entrée, de telle manière qu'il soit immédiatement visible par l'utilisateur. Selon l'espace et le mobilier à disposition, plusieurs types de présentation sont possibles : à la médiathèque de Saint-Etienne, le rayon « best-sellers » se compose de quatre rayonnages classiques -identiques à ceux utilisés pour le reste des collections- sur lesquels ont été disposés des présentoirs en plexiglas permettant d'exposer 48 documents. A Saint-Genis-Laval, il s'agit d'une étagère dont les rayons inclinés supportent une trentaine de documents. A Calais, il est prévu d'utiliser des présentoirs « panneaux » disposant de cadres en plexiglas, d'une capacité de 75 documents, ainsi que des étagères Ikea<sup>80</sup>, auparavant employées pour la valorisation des documents.

---

<sup>79</sup> Cf. Annexe 4 – Carte d'identité du service best-sellers dans les trois établissements étudiés. Cette fiche synthétique récapitule les caractéristiques techniques du service dans chacun des trois établissements, et offre un panorama général sur le « rayon best-sellers ».

<sup>80</sup> Celles-ci n'étant pas aux normes ERP (établissement recevant du public), le dispositif actuel est temporaire.

Mettre en place un service spécifiquement dédié aux best-sellers en bibliothèque



Figure 9 - Le rayon best-sellers de la médiathèque municipale de Tarentaise à Saint-Etienne (14/06/2016)



Figure 10 - Le présentoir des best-sellers à la médiathèque de Saint-Genis-Laval (21/09/2016)



**Figure 11** – Présentoirs du service "meilleures ventes" de la médiathèque centrale de Calais, supportant le dispositif de « teasing » (13/12/2016). Le service est conçu pour être visible depuis la rue.

Les possibilités sont nombreuses et variées. Il faut toutefois remarquer que ces trois établissements, sans nécessairement s'inspirer mutuellement, ont fait le choix d'une présentation faciale inspirée de ce qui se fait déjà en librairie. Concevoir une nouvelle offre invite en effet à s'interroger sur les spécificités de cette dernière. Le best-seller est un objet très visuel : une présentation faciale est ainsi toute indiquée pour mettre en valeur la diversité et la qualité des couvertures. Ces dernières permettent d'attirer le regard et de fixer l'attention d'un usager déjà largement sollicité par les multiples propositions de la bibliothèque. Le best-seller est également un objet très actuel : même si un ouvrage consacré « best-seller » le demeure toute sa vie, les usagers s'attendent à ce qu'un rayon de cette nature propose les titres les plus récents, ceux dont ils entendent parler dans les médias et sur lesquels la demande est particulièrement forte. L'offre concerne donc ici essentiellement les nouveautés best-sellers, celles qui figurent dans les listes de meilleures ventes.

De la même manière, penser une offre de best-sellers invite à reconsidérer les modalités de prêts. Doivent-elles s'aligner sur celles des autres collections ? Lorsque l'on sait que les pratiques professionnelles encouragent plutôt un allongement de la durée de prêt et un assouplissement des conditions d'emprunt, la question n'a rien d'anodine. Or, pour paraître attractif, un rayon « best-sellers » ne doit pas être constamment dégarni -si les étagères sont vides, l'utilisateur, moitié par lassitude, moitié par irritation, finira par s'en détourner. Dans les trois établissements étudiés, le choix a donc été fait d'interdire les réservations sur ces documents, décision qui n'est pas sans conséquence sur la qualité du service rendu aux usagers. Iris Petit, responsable du rayon « best-sellers » de Saint-Etienne, expliquait ainsi que sa première crainte, lors de la présentation du projet, a été qu'un tel dispositif ne suscite de la frustration chez l'utilisateur :

*C'est la première chose qui m'est venue à l'esprit : la frustration. Moi aussi, je suis lectrice. Je me disais : je serais lecteur, on m'allèche en me disant qu'il y a un rayon best-sellers mais je ne pourrais pas les réserver. Je travaille à plein temps, je peux venir à la bibliothèque que tous les quinze jours. Je vais me sentir très frustrée de ne pas pouvoir les réserver.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Faut-il de la même manière réduire la durée de prêt et interdire les prolongations ? A ce sujet, les sensibilités divergent. A Saint-Genis-Laval, où les best-sellers ne sont ni réservables, ni prolongeables, Catherine Messelta, responsable du service, préconisait une certaine rigueur dans le suivi des prêts et des retours :

*C.M : Il va falloir bien s'assurer que les gens rendent, et les rappeler quand ils ne rendent pas.*

*A. M. : Parce que les prêts, c'est... ?*

*C. M. : C'est trois semaines. Donc si on veut que ça tourne... On est très tolérant pour les autres documents. Là, non, il va falloir qu'ils reviennent.*

Extrait d'entretien (21/09/2016)

A Calais, où les best-sellers seront non-réservables mais prolongeables, la réflexion privilégie à l'inverse le confort de lecture de l'utilisateur, comme l'exprime Caroline Deconinck, responsable du projet « meilleures ventes » :

*A partir du moment où on donne la chance à quelqu'un de lire un livre, on ne veut pas l'arrêter dans sa lecture : si c'est un document dont il est content, qu'il a choisi, il doit avoir le temps d'aller jusqu'au bout de sa lecture. Après, ce qu'on espère, c'est qu'il le rende rapidement. On sait qu'on a des lecteurs qui sont comme ça. On a un lectorat sympathique, qui est à l'écoute des autres et qui fait attention à ça.*

Extrait d'entretien (23/09/2016)

On peut enfin prolonger la réflexion jusqu'à définir le nombre de prêts autorisés par carte, nombre qui sera largement déterminé par l'importance du fonds disponible : à Saint-Etienne, qui dispose d'un fonds de roulement d'environ 250 documents, il est de deux par carte. A Saint-Genis, où le service ne comprenait originellement que 23 exemplaires, il est d'un seul document par carte. Chaque établissement définit donc ses priorités en fonction de ses objectifs, et du service qu'il entend rendre aux usagers.

## **Pour quels objectifs ?**

Une fois l'offre définie, à tout le moins esquissée, il est une question incontournable qu'il faut se poser : quels objectifs poursuit-elle ? Quelle est la plus-value d'un service spécifiquement dédié aux best-sellers dans ma bibliothèque ? Elle peut être nulle : à chaque établissement d'en juger. Il est important de bien définir ces objectifs, car ils permettent de s'assurer que la conception du service se fera en cohérence avec les attentes dont il fait l'objet. Ils peuvent être opérationnels (augmenter le nombre d'emprunteurs, par exemple), ou qualitatifs (comme améliorer la qualité du service rendu aux usagers).

A la médiathèque de Saint-Etienne, la mise en place du rayon best-sellers répondait à la fois à des objectifs très concrets -enrayer la diminution du nombre de prêts, améliorer la fréquentation de la médiathèque et attirer de nouveaux publics, les médiathèques stéphanoises affichant un taux d'inscrits inférieur à la moyenne nationale- et à d'autres, plus qualitatifs : donner une visibilité aux best-sellers et valoriser dans le même temps l'offre documentaire de l'établissement comme reflet d'une certaine modernité.

Notre étude a montré que ces objectifs étaient très variés, puisque chaque établissement y superpose sa propre sensibilité, sa propre vision de ce que devrait être et de ce à quoi devrait tendre une offre de best-sellers. Nous avons déterminé trois grandes catégories d'objectifs, tels qu'ils sont présentés par Saint-Etienne, Saint-Genis-Laval et Calais :

### *Les objectifs pour les usagers :*

Qu'il s'agisse de la médiathèque de Saint-Etienne, de Saint-Genis-Laval ou de Calais, la première préoccupation de ces établissements demeure les usagers. L'objectif principal d'un rayon « best-sellers » est de **répondre à la demande des lecteurs**, qui s'exerce notamment et particulièrement sur ce type de documents.

*Il faut, parce que c'est ce que les gens ont envie de lire. C'est notre raison d'être de proposer ce que les gens veulent, c'est aussi notre raison d'être de leur faire connaître d'autre chose. Donc, il faut vraiment que ce soit complémentaire.*

Extrait d'entretien (21/09/2016)

Bien sûr, les bibliothèques disposent déjà de best-sellers dans leurs collections, et les usagers savent très bien les trouver : il suffit de considérer, à cet égard, le nombre de réservations dont ils font l'objet pour s'en assurer. Au premier abord, le best-seller n'apparaît donc pas comme la catégorie de documents sur lequel s'exerce le plus fort besoin de valorisation. Mais pour Saint-Etienne, Calais ou Saint-Genis-Laval, il s'agit moins de donner à lire des best-sellers que de les donner à voir, d'améliorer leur visibilité et leur accessibilité au sein des collections. C'est ainsi qu'Iris Petit, à Saint-Etienne, justifiait ce nouveau service : « éviter que ces ouvrages soient invisibles car réservés de multiples fois dès leur mise en circulation. [...] Les présentoirs à nouveautés sont bien souvent dégarnis, donnant ainsi l'impression au public que les médiathèques ne sont pas en prise avec l'actualité éditoriale<sup>81</sup>. » Cela suppose que le rayon best-sellers ne soit pas lui-même victime de son succès, ce qui exige de trouver un point d'équilibre.

Si les trois établissements visités ont à cœur d'améliorer l'offre de best-sellers, il ne s'agit pas de promouvoir une offre au détriment des autres collections de la bibliothèque, mais de **l'inscrire dans une logique de complémentarité**. Caroline Deconinck, responsable du projet « meilleures ventes », expliquait ainsi le service :

*[Dans le fonctionnement classique des réservations,] les personnes patientes sauront qu'elles auront le Mary Higgins Clark dans trois mois, ou six mois. Mais au moins, elles l'auront. La solution -on va dire que c'est une nouvelle alternative- des meilleures ventes, c'est que ça offre à celui qui a de*

---

<sup>81</sup> PETIT, Iris, « Pleins feux sur les best-sellers », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2016, n° 9, p. 96-103. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-09-0096-010>

*la chance de tomber sur le Mary Higgins Clark que l'on aura dans les meilleures ventes. C'est complémentaire.*

Extrait d'entretien (23/09/2016)

François Marin, directeur du réseau des médiathèques de Saint-Etienne, l'exprimait quant à lui en ces termes :

*Ce que je trouvais intéressant, c'était d'apporter une approche complémentaire de l'offre traditionnelle de la bibliothèque [...]. On se libère du [système habituel de classement]. Ce n'était pas l'idée de tout chambouler et de tout remplacer dans l'approche traditionnelle de la documentation. On peut offrir en bibliothèque une approche complémentaire, et notamment en partant du constat que les gens qui viennent à la médiathèque -ou en tout cas une partie des gens, ou les gens une partie du temps-, recherchent aussi des livres, des documents, dont ils ont beaucoup entendu parler. [...] C'est aussi de dire : sur ce rayon-là, qui est défini, qui est limité, le choix n'est pas celui des bibliothécaires, en quelque sorte il est celui du public puisqu'il n'est pas basé sur des critères de sélection qualitative, mais sur des critères de vente.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

La complémentarité s'exerce donc de plusieurs manières : complémentarité de l'offre, complémentarité de la démarche d'acquisition, complémentarité de la réflexion. Il s'agit de tenter une nouvelle approche, et de voir si cela fonctionne, d'une manière que Mr Marin qualifie lui-même d'« empirique ». Elle traduit une certaine vision de la bibliothèque, de ses missions et de sa relation avec les publics.

Le projet de la médiathèque de Calais est également intéressant en ce qu'il entend **réaffirmer le rôle de l'institution dans la société**. Le service « meilleures ventes » y est présenté comme un espace de débat, de discussion, d'échanges autour de l'actualité médiatique. Le rayon sera ainsi l'occasion de « proposer au public un visu sur les meilleures ventes et de pouvoir se faire sa propre idée sur ces meilleures ventes », ainsi que l'explique Caroline Deconinck :

*Ces meilleures ventes, que l'on retrouve dans les suggestions d'achats, seront d'office présentées, et ce sera, on l'espère, la possibilité de créer un lieu d'échanges, de conversation dans la médiathèque, entre les lecteurs. [...] En fait, ce que l'on cherche à développer, c'est la médiathèque comme un lieu d'échanges. Avoir un endroit où les lecteurs acceptent de partager leurs avis de lecture, entre eux ou avec nous.*

Extrait d'entretien (23/09/2016)

Il faut préciser que la médiathèque dispose déjà d'un présentoir à nouveautés, où les lecteurs sont invités à laisser des commentaires sous la forme de signets, accrochés sur un fil au-dessus de la table de présentation : le service « meilleures ventes » s'inscrit aussi dans une logique de complémentarité et de continuité avec l'offre existante.

### ***Les objectifs pour l'établissement :***

Si les professionnels ont à cœur de satisfaire les usagers, ils ont conscience que les enjeux soulevés par une offre de best-sellers touchent également à l'image de la bibliothèque. A Saint-Etienne, le rayon entend **valoriser l'offre documentaire de l'établissement**, montrer que ce dernier est en prise avec



l'actualité éditoriale -ce qu'il est déjà, mais que le jeu des réservations tend parfois à masquer. Il s'agit ici de promouvoir l'actualité et la réactivité des collections dont le bénéficiaire, on le suppose, rejaillira ensuite sur l'ensemble de l'offre documentaire.

Le second objectif consiste à faire du rayon best-sellers un « produit d'appel », une « vitrine », visant à **attirer anciens et nouveaux publics**. Cette notion de « vitrine », qui peut sembler contraire à la mission de la bibliothèque ou relever en tout cas d'une logique commerciale qui serait davantage l'apanage de la librairie ou des grandes surfaces culturelles, est ainsi parfaitement assumée dans les trois établissements. A Saint-Etienne, Iris Petit expliquait ainsi que « le rayon a été créé dans le but de ramener à Tarentaise les emprunteurs inscrits qui s'étaient détournés de nous pour aller sur les bibliothèques de quartier » et « d'attirer de nouveaux emprunteurs »<sup>82</sup>. A Calais, où une part du public est illettrée et en dessous du seuil de pauvreté, le service devrait permettre à la bibliothèque de « s'ouvrir à un public qui n'est pas acquis à la lecture<sup>83</sup> », en leur proposant les titres dont ils entendent parler dans les médias et susceptibles, via le dispositif de médiation adéquat, de les inciter à franchir le seuil de la médiathèque.

Enfin, il faut également considérer le fait qu'en ces temps de restrictions budgétaires, un rayon à fort taux de rotation peut représenter un argument de choix pour les décideurs. C'est ce qu'exprime Iris Petit à Saint-Etienne :

*On préférerait mettre de l'argent sur d'autres auteurs. Mais, dans les contraintes budgétaires actuelles, il faut équilibrer. (...) Il faut quand même qu'on garde à l'esprit qu'on a des autorités de tutelle qui regardent beaucoup les chiffres. Et enrayer la baisse du nombre de prêts, ça passe aussi par ça : proposer les choses que les gens ont envie de lire.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Cependant, dans la mesure où il reste difficile d'établir une causalité entre l'augmentation des fréquentants et la mise en place d'un nouveau service, ce dernier objectif nécessite de réfléchir tout particulièrement aux indicateurs et dispositifs d'évaluation à mettre en place.

### ***Les objectifs pour la profession :***

A Saint-Etienne comme à Calais, le service de best-sellers se propose également de **repenser le rôle du bibliothécaire**, et notamment son rôle de prescripteur. François Marin l'évoquait déjà quelques lignes plus haut lorsqu'il proposait une offre dont les critères ne seraient pas définis par les acquéreurs mais par les seuls usagers, à travers les listes de meilleures ventes. A Calais, toute la réflexion autour du best-seller, jusqu'à la conception même de l'offre, est imprégnée de cette sensibilité professionnelle. Le service « meilleures ventes » entend ainsi proposer une solution alternative qui, sans remettre en question le travail de sélection des acquéreurs, donnerait également la parole aux usagers. C'est ce qu'expliquaient Bénédicte Frocaut, directrice du réseau des médiathèques de Calais, et Caroline Deconinck, responsable du service « meilleures ventes » :

---

<sup>82</sup> Extrait d'entretien du 14/06/2016 avec Iris Petit.

<sup>83</sup> Extrait d'entretien du 23/09/2016 avec Caroline Deconinck.

*B.F. : J'avais déjà exprimé l'idée, -et vous Caroline, qui êtes responsable de la politique documentaire, étiez d'accord avec moi- qu'on était encore dans une posture de bibliothécaires prescripteurs.*

*C.D. : On sait qu'on ne doit plus l'être...*

*B.F. : ...mais il y a des vieux travers. (...) Donc, à un moment donné, je me suis dit que pour pouvoir contrer ce naturel qui revient vite au galop (...), comme on était en rédaction de marché pour l'appel d'offre des documents, (...) on allait en profiter pour créer un lot spécifique [aux best-sellers]. (...) Comme ça, en plus, on ne se pose pas la question : on sait qu'on a tant d'argent, c'est prévu, c'est dedans, et à un moment il n'y a plus de questions existentielles à se poser. (...) La plupart des collègues, ça va vraiment les décharger. (...)*

*C.D. : En fait, ça va leur donner un peu plus de temps pour étudier ce que ces livres apportent. Ça leur permettra aussi de voir quel usage en est fait par les publics, et de faire un choix judicieux entre répondre à une demande individuelle des usagers, sous laquelle ils restent assez soumis, et choisir parmi les meilleures ventes ce qui peut compléter les collections, plutôt que d'approvisionner les collections en demande de lecteurs.*

Extrait d'entretien (23/09/2016)

Cette sélection « en différé », si l'on peut dire, qui s'exercera lorsque les ouvrages quitteront les présentoirs « meilleures ventes », concilie ainsi les goûts du public et la nécessité d'une expertise professionnelle sur les collections. Plus encore, elle amène le bibliothécaire à intégrer les titres en fonction de l'usage qu'il en aura été fait par les usagers et de l'intérêt qu'ils représentent pour la collection.

## **Pour quels besoins ?**

Comme tout service, il est nécessaire de se poser un certain nombre de questions lors de sa conception.

D'une part, est-il bien pertinent de proposer un tel service au sein de l'établissement ? Répond-t-il à une demande exprimée par les usagers, à un manque constaté par les professionnels ? Dans le cas où on aurait identifié un besoin, le service est-il en mesure d'y répondre ? A ces questions, les trois établissements étudiés ont répondu d'une manière similaire en mettant en avant la forte demande qui s'exerce sur les meilleures ventes et leur difficulté à la satisfaire, que ce soit en termes de réactivité ou de disponibilité des titres attendus. Mais le projet peut aussi se justifier par son inscription dans une réflexion plus ancienne, comme cela a été le cas à Calais. Depuis plusieurs années, la médiathèque réfléchit en effet aux moyens d'améliorer la disponibilité des documents identifiés comme « nouveautés ». Le premier axe de réflexion concernait les modalités de prêt : pendant longtemps, afin que les nouveautés ne soient pas constamment réservées et absentes des rayonnages, les réservations étaient interdites pendant la première année de vie à la médiathèque, puis limitées à trois les années suivantes. Ce fonctionnement n'étant pas satisfaisant, il a été abandonné et les documents sont devenus réservables sans limitation, mais sans que cette solution ne les rende pour autant plus disponibles. Le second axe portait sur la durée de traitement des documents identifiés comme « nouveautés », estimée à six semaines en moyenne. Il avait abouti en 2010 à la conception par la responsable du service de traitement du document d'un « circuit rapide des

nouveautés<sup>84</sup> », limitant le traitement à dix jours, qui n'a cependant jamais été appliqué. Ce service « meilleures ventes » est donc présenté comme s'inscrivant dans cette réflexion, puisqu'il entend s'inspirer de ce « circuit rapide » pour proposer des best-sellers dans un délai raisonnable.

D'autre part, comment rendre ce service pertinent, à la fois pour les usagers et pour l'établissement ? A quels publics le destine-t-on ? Sur quel périmètre géographique mais aussi documentaire, doit-il s'exercer ? S'il se veut tout public, par exemple, –en accord avec les orientations de la bibliothèque-, on peut supposer qu'il inclura des documents jeunesse et adolescents, des romans, des bandes dessinées ou encore des mangas. C'est là tout l'enjeu d'une offre adaptée à la demande, à tout le moins en phase avec les pratiques de lecture constatées dans l'établissement.

## **Quelle organisation, quelle planification ?**

### *Quelle organisation ?*

La conception d'un nouveau service se pense très différemment selon les établissements étudiés. A Saint-Etienne, elle s'est faite sur le mode de la gestion de projet, avec une organisation transversale : trois réunions, qui réunissaient l'ensemble des acquéreurs du réseau, ont ainsi permis de définir les grandes lignes du « rayon best-sellers ». A Saint-Genis-Laval, le projet a été initié par la direction avant d'être confié à sa responsable actuelle, une bibliothécaire chargée de missions transverses, à charge pour elle de décliner l'expérience de Saint-Etienne à l'échelle de la bibliothèque, de ses besoins et de ses moyens. A Calais, le projet a été élaboré au sein du comité de direction -qui réunit la directrice, la directrice adjointe, la responsable de la politique documentaire et un bibliothécaire- avant d'être présenté aux personnels dans la lettre d'information de la mi-janvier 2016.

Notons qu'un projet comme celui-ci, au périmètre d'action restreint, peut être pensé à l'occasion d'un projet plus global. A Saint-Etienne, le concept d'un rayon « best-sellers » a ainsi été imaginé lors du projet de service 2013, dont l'objectif était de définir l'avenir des médiathèques du réseau. A cet occasion, « plusieurs ateliers et groupes de travail rassemblant 40 agents des différents services ont travaillé à fixer diverses missions et activités pour une période de six ans<sup>85</sup> ». C'est au sein de l'axe « Répondre à l'évolution des usages », que la proposition, formulée par Mr. Marin, a ainsi émergé.

### *Quelle planification ?*

La planification est une démarche importante : elle permet de déterminer et d'ordonner les tâches, d'estimer leurs charges respectives. Elle oblige à une certaine discipline, comme à Calais, où la fiche projet impose l'ouverture du rayon pour janvier 2017. Cette planification peut être découpée en plusieurs phases, et ponctuée de réunions -telles que les grandes réunions décisionnelles de Saint-Etienne- qui représentent autant de points d'étapes.

---

<sup>84</sup> Cf. Annexe 5 – « Circuit rapide des nouveautés ».

<sup>85</sup> PETIT, Iris, « Pleins feux sur les best-sellers », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2016, n° 9, p. 96-103. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-09-0096-010>

Le degré de planification du projet est fonction de son périmètre d'action, mais également des moyens dont dispose l'établissement et du temps qu'il peut consacrer à sa mise en œuvre : certains projets se limitent à des grandes phases, tandis que d'autres vont jusqu'à proposer des fiches pratiques opérationnelles. A Calais, une « fiche projet » explicite ainsi les grandes lignes du futur service et propose des outils pour sa mise en œuvre opérationnelle. Rédigée en mai 2016, après six mois de réflexion, elle comporte les volets suivants<sup>86</sup> :

- **Finalité** : l'esprit du projet
- **Objectif** : les objectifs du projet déclinés en actions concrètes
- **Acquisitions** : les données budgétaires (enveloppe, lot de marché)
- **Développement du fonds et intégration dans les thèmes d'acquisition** : les modalités de constitution du fonds
- **Mise à disposition du public** : les modalités de mise à disposition des documents
- **Traitement des documents** : les modalités de traitement et de mise en circulation des documents
- **Date, durée, fréquence** : les mentions relatives à l'ouverture prochaine du service et les modalités de prêt des documents
- **Remarques/Observations** : les points qu'il reste à traiter avec les équipes

Enfin, il faut garder à l'esprit qu'élaborer un projet exige du temps : à Saint-Étienne, 14 mois se sont écoulés entre la première mention du projet en juillet 2014 et l'ouverture du rayon best-sellers en septembre 2015. A Saint-Genis-Laval, la réflexion a pris cinq mois et la mise en œuvre concrète trois mois, pour une durée totale de huit mois. Quant à Calais, s'il respecte ses échéances, le projet aura duré un peu plus d'un an. La difficulté est donc aussi de conserver une cohérence tout au long de sa réalisation.

## METTRE EN PLACE LE SERVICE : LA CONCEPTION OPERATIONNELLE

Le projet défini, il s'agit, dans cette partie, d'aborder sa mise en œuvre concrète : on détaillera notamment les modalités de sélection, de mise en circulation et de mise à disposition du fonds.

### Sélectionner les ouvrages

#### *Comment définir les critères de sélection ?*

Dans les trois établissements, les critères de sélection ont été définis très tôt, pendant la phase de conception du projet. A Saint-Étienne, ils ont ainsi été déterminés lors des grandes réunions qui rassemblaient l'ensemble des acquéreurs. A Calais, la lettre d'information au personnel précisait déjà que l'offre concernerait les fictions et documentaires adultes (les documents adolescents seront ajoutés ultérieurement), tandis qu'à Saint-Genis-Laval, les critères de sélection figuraient en bonne place parmi les questions adressées à Iris Petit.

---

<sup>86</sup> Cf. Annexe 6 – « Fiche projet » du service meilleures ventes de la médiathèque de Calais.

La question n'est pas tant de les définir que de s'interroger sur la manière de les définir : qui les détermine ? Faut-il confier la responsabilité de la sélection à un individu, ou privilégier des acquisitions décidées collectivement ? Le choix doit-il relever uniquement de la direction de l'établissement, ou faut-il impliquer l'ensemble des équipes dans la sélection des documents ? A cet égard, les établissements étudiés ont manifesté des fonctionnements très divers. A Saint-Etienne, l'ensemble des acquéreurs ont été invités à se prononcer sur la question, tandis qu'à Calais, les critères de sélection ont été définis par les membres du comité de direction. Quant à Saint-Genis-Laval, Catherine Messelta les a déterminés en s'inspirant de ce qui avait été fait à Saint-Etienne, avant de les transmettre à la direction pour validation.

Nous avons tenté d'analyser ces divers choix. Le fait d'impliquer l'ensemble des acquéreurs peut relever de plusieurs logiques. D'une part, les best-sellers ne représentent pas un domaine d'acquisition en tant que tel, sinon composite : ce n'est pas l'appartenance à une thématique disciplinaire qui donne du sens à cette collection, mais le succès commercial des titres. Le best-seller est donc un objet documentaire par essence transversal à la collection : si les meilleures ventes « fiction » se retrouvent essentiellement en section Littérature, les meilleures ventes « documents/essais » sont plus dispersées. Selon cette logique, la définition de l'offre de best-sellers participerait de la même transversalité, et résulterait de la réflexion de l'ensemble des acquéreurs concernés. Cette sélection en mode participative a également le mérite d'éviter que certains secteurs documentaires soient ignorés, et qu'une facette de l'offre s'en trouve ainsi négligée. D'autre part, la définition collective des critères de sélection permettrait d'éviter que le rayon best-sellers soit appréhendé par le reste des acquéreurs comme une entité à part, et plus encore comme une entité rivale mobilisant, au détriment du reste des collections, des budgets déjà bien sollicités. On peut aussi supposer que l'implication dans le processus de sélection est un moyen pour les personnels de s'approprier plus facilement l'offre, d'en comprendre plus aisément l'esprit : cela éviterait une certaine distanciation des collègues vis-à-vis d'un nouveau service dont ils ne comprendraient pas l'utilité.

Définir collectivement les critères de sélection comporte cependant une part de risques : porter un projet auprès de l'ensemble des collègues, c'est nécessairement s'exposer à des critiques, lesquelles peuvent être rédhibitoires si le projet n'est pas solide. Il semble bien qu'à Saint-Etienne, l'appui de la direction ait été ainsi décisif. Par ailleurs, les contraintes de la vie quotidienne de la bibliothèque, l'organisation interne de l'établissement ou le contexte local peuvent justifier que la définition des critères de sélection se fasse en petit comité, voire individuellement, plutôt que collectivement. A Saint-Genis-Laval, il semble que le choix de confier la mise en œuvre de ce nouveau service à un agent relève d'une logique d'efficacité : « Je pense que j'ai été un peu l'instigatrice » explique Catherine Messelta. « Il fallait que quelqu'un lance la réflexion<sup>87</sup>. »

### ***Quels critères de sélection retenir ?***

Quelles catégories de document faut-il sélectionner au titre du rayon best-sellers ? Faut-il acquérir tous les titres figurant parmi les meilleures ventes ? Ou doit-on, au contraire, pratiquer une sélection en matière de best-sellers ? A ce

---

<sup>87</sup> Extrait d'entretien du 21/09/2016 avec Catherine Messelta.

sujet, il nous a paru intéressant de comparer les attendus de la profession et les pratiques des établissements étudiés. Sur les 32 collègues qui ont répondu à notre questionnaire, 20 ont répondu par la négative à la question « Si vous envisagiez la mise en place d'un rayon "best-sellers", y aurait-il des catégories d'ouvrages que vous n'incorporeriez pas dans l'offre ? ». « Je pense au contraire qu'il serait intéressant que tous les best-sellers soient représentés. Mais cela dépend du type de bibliothèque. En bibliothèque municipale, la question ne me paraît pas se poser », explique ainsi une collègue. « Ce serait malhonnête de refuser un best-seller s'il entre dans la politique d'acquisition. Censurer, c'est sélectionner ses usagers ! », commente un autre. Et un dernier de répondre : « Je ne ferai pas de distinguo : tous les genres sont bons à aborder, dès lors qu'on choisit la qualité et non la quantité (ainsi, les noms de Barbara Cartland ou de San Antonio ne me font pas frémir d'horreur, il faut juste choisir les meilleurs parmi ces abondantes productions) ».

D'autres répondants s'interrogent cependant sur les difficultés posées par certains types de documents, notamment les bandes dessinées, en matière de gestion et d'articulation avec le reste des collections :

*Je [n'envisage pas la mise en place d'un rayon best-sellers], mais si tel était le cas je n'écarterais à priori aucune catégorie d'ouvrages, ou alors pour des raisons pratiques (par exemple si le rayon BD est à l'autre bout de la bibliothèque, ce ne serait pas forcément judicieux de mettre à part les meilleures ventes en BD).*

Deux de nos répondants pointent également du doigt les livres politiques, et la difficulté à équilibrer une telle offre dans une logique de pluralisme. Une collègue explique qu'elle ne les acquerrait pas, « sauf à pouvoir les acheter tous ». Une autre admet que la sélection sera « certainement plus compliqué[e] pour la politique » en raison d'un « risque de déséquilibre du fonds ».

Si l'on considère maintenant les choix qui ont été faits dans nos trois établissements, on se rend compte qu'il existe toujours un niveau de sélection minimale, ainsi que nous l'évoquions en première partie de ce mémoire. Cela tient, d'une part, au fait que les bibliothécaires interprètent différemment le best-seller. Par exemple, l'un de nos répondants explique qu'il envisage plutôt l'offre de best-sellers comme une offre de fiction : « Mais même si dans mon idée c'est plutôt une offre liée à la fiction, je ne vois pas pourquoi en exclure une catégorie, au contraire ». Il est d'ailleurs intéressant de constater que douze répondants ont employé le mot « livre » pour définir le best-seller, plutôt qu'« ouvrage » ou « document » (termes pourtant plus généraux), comme si le best-seller désignait davantage un objet physique, identifié au livre, qu'un contenu. A Saint-Genis-Laval, la décision de Catherine Messelta de ne pas acquérir de bandes dessinées semble participer de cette conception « livresque » du best-seller :

*Nous, on n'a pas décidé d'en acheter. Non, c'était presque une évidence. Nous, c'était les romans, essentiellement les romans. (...) Les BD, c'est amusant, mais ça me semblait logique. Je n'arrive pas trop à me justifier.*

Extrait d'entretien (21/09/2016)

D'autre part, les réalités du service, la contrainte des budgets, les lourdeurs de l'organisation, jouent pour beaucoup dans le choix des critères de sélection, lesquels sont parfois revus à la baisse. A Saint-Genis-Laval, les bandes dessinées, les manuels scolaires, et depuis peu les livres politiques, sont ainsi exclus de la sélection. A Calais, l'offre ne devrait pas comprendre les bandes dessinées, les

manuels scolaires, et les livres de poche, à l'exception des poches inédits. Même à Saint-Etienne, qui se prévaut d'une grande ouverture d'esprit (« Du moment que c'est dans les best-sellers, on prend<sup>88</sup> », explique Iris Petit), certaines catégories de documents ne sont pas retenues comme les romans à l'eau de rose, les almanachs, les manuels scolaires et les livres de poche. En outre, depuis septembre 2016, l'offre ne couvre plus les mangas, les bandes dessinées, les romans jeunesse et adolescents. Dans l'ensemble, elle se concentre donc sur la fiction et les documentaires adultes.

Il semble enfin que cette offre soit très volatile, et qu'il faille se ménager une certaine souplesse dans le choix des critères de sélection. A Saint-Etienne, ainsi que nous l'avons déjà mentionné, les bandes dessinées, mangas et romans jeunesse étaient initialement compris dans les critères d'acquisition du rayon best-sellers. Mais deux constats ont incité la direction à les écarter : il est apparu, d'une part, que ces documents sortaient moins que le reste des best-sellers (2,83 de taux de rotation pour la catégorie « 12 ans et plus » contre 4,4 pour la catégorie « Adultes » en décembre 2015<sup>89</sup>), peut-être parce que, le rayon se situant dans le secteur adulte, il se trouve en quelque sorte en dehors de l'itinéraire habituel des jeunes et des adolescents, qui n'auraient donc pas le réflexe d'y rechercher un titre. D'autre part, le constat d'une gestion lourde liée aux suites de séries, notamment en ce qui concerne les mangas. Dans un contexte de budgets contraints, il a été décidé d'abandonner l'acquisition de ces documents au titre du rayon best-sellers :

*La première année, on avait ratissé très large, on voulait ouvrir avec un rayon quand même fourni : donc on avait acheté du roman ado et de la BD. Et puis on s'est rendu compte que ça sortait très peu, comparativement aux autres best-sellers, et étant donné qu'il fallait tenir toute une année au lieu de simplement six mois avec le même budget, avec Mr. Marin on a tranché, on a dit plus de mangas.*

Extrait d'entretien avec Iris Petit (14/06/2016)

Il est ainsi intéressant de constater qu'aucun des trois établissements étudiés ne propose à ce jour de bandes dessinées ou de mangas dans leur rayon best-sellers, contrairement aux vœux de certains de nos répondants. Si cela ne doit pas être une fatalité, cette réalité indique peut-être qu'un rayon best-sellers devrait privilégier la souplesse et la modularité, modes de fonctionnement qui conviennent le mieux à sa nature plurielle et changeante.

### ***Quelles marges de manœuvre pour les acquéreurs ?***

Tous les documents doivent-ils être acquis dès lors qu'ils remplissent les critères de sélection ? Ou faut-il se ménager une marge d'appréciation ? A la question « y aurait-il des catégories d'ouvrages que vous n'incorporeriez pas dans l'offre ? », une collègue a ainsi répondu qu'elle n'achèterait pas, par exemple, des ouvrages traitant d'ésotérisme, ou manifestant « des points de vue contestables au regard de la discipline », en vertu de laquelle Lorant Deutsch serait ainsi « à la limite ». Une autre évoquait ces « "romans de gare" qui [leur] posent souvent problème, comme ce livre *La femme parfaite est une connasse* [d'Anne-Sophie

---

<sup>88</sup> Extrait d'entretien du 14/06/2016 avec Iris Petit.

<sup>89</sup> PETIT, Iris, « Pleins feux sur les best-sellers », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2016, n° 9, p. 96-103. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-09-0096-010>

Girard et Marie-Aldine Girard, paru en 2013] dont le titre et le contenu sont vides et qui, pourtant, est un best-seller ».

Porter un jugement sur les contenus et sélectionner un titre plutôt qu'un autre, c'est, en un sens, l'essence même du travail de l'acquéreur, son expertise en tant que professionnel de l'information. Mais cette démarche lui vaut aussi d'être qualifié de trop prescripteur, c'est-à-dire de constituer des collections sur des notions de qualité qui sont avant tout celles des bibliothécaires. « Après tout, ce ne sont pas forcément celles du public<sup>90</sup> », remarque François Marin, directeur des médiathèques de Saint-Etienne, qui évoque, à propos des best-sellers, une autre forme de qualité, « une qualité imposée ». Ici comme à Calais, l'intention est très clairement de tenter une nouvelle approche documentaire de la collection : soit en rompant avec la démarche prescriptive dans le périmètre limité du rayon best-sellers, pour l'une, soit en la mettant temporairement entre parenthèses, pour la seconde. La conséquence de ce choix est le strict respect des critères de sélection.

A Saint-Etienne, en dehors des interdictions strictes relatives aux grandes catégories de documents, aucun jugement n'est en principe porté sur les contenus. « Du moment qu'il n'y a pas d'incitation à la violence, à la haine raciale, à la gynophobie, si vraiment il n'y a pas de contenus haineux, pourquoi on se l'interdirait ? », s'interroge Iris Petit. Ce raisonnement, initialement appliqué aux suggestions d'achat, a été ainsi étendu aux best-sellers. Fin 2015, seuls 7,9 % des titres acquis au titre du rayon best-sellers n'auraient pas été achetés en temps normal, d'où le constat de sa responsable qu'il ne « dénature pas trop » les collections des médiathèques stéphanoises.

A Calais, la logique poursuivie est plus radicale, puisque la sélection effective échappe complètement aux bibliothécaires : c'est le prestataire qui, chaque semaine, livre tous les titres qui entrent dans les meilleures ventes Edistat - ce qui évite de les avoir en doublon- dès lors que ces titres respectent les critères d'acquisition définis par le marché. « Les fonds ne sont pas sélectifs, ils sont ouverts à tous supports -enfin, pas tous supports- mais tout rang de documents », explique Caroline Deconinck :

*On revendique le fait qu'on ne se censure pas. On ne censure pas les nouveautés éditoriales, les meilleures ventes, on ne censure pas le public et on ne se censure pas non plus dans notre travail. (...) Notre objectif (...) est d'offrir au public ce qui est en meilleures ventes, sans jugement de valeur.*

Extrait d'entretien (23/09/2016)

Ce fonctionnement peut cependant réserver quelques surprises : les responsables n'avaient ainsi pas prévu que des romans inédits Harlequin figurent dans la liste Edistat des meilleures ventes et puissent donc intégrer le fonds. Ses conséquences sur le développement des collections sont cependant minimes, puisque la véritable sélection s'effectue au moment de la réintégration du document dans les collections courantes, comme l'explique Caroline Deconinck :

*Les livres qui sont achetés (...) vont après être étudiés par les collègues et répartis dans les différents thèmes d'acquisition. Chaque gestionnaire aura pour travail d'intégrer les documents qui répondent à son thème d'acquisition ou de le rejeter, mais en motivant son rejet. (...) S'il est*

---

<sup>90</sup> Extrait d'entretien du 14/06/2016 avec François Marin.



*rejeté, (...) il est désherbé, (...) avec une option de seconde vie qui est la brocante.*

Extrait d'entretien (23/09/2016)

Qu'il s'agisse de Saint-Etienne ou de Calais, la démarche d'acquisition n'a donc pas pour volonté de transcender ou de révolutionner l'approche traditionnelle de la documentation, mais elle bouscule néanmoins des habitudes ancrées depuis longtemps dans les pratiques professionnelles. Cet aspect a été particulièrement pris en considération à Saint-Genis-Laval : la décision de ne pas acquérir de best-sellers politiques a ainsi été prise à la demande de la collègue chargée des documentaires, qui, pour des raisons d'équilibre de l'offre, souhaitait que ces livres intègrent les collections par le circuit habituel. Mais ces réserves trahissent aussi une difficulté à s'identifier à cette proposition documentaire :

*Ce que dit notre collègue des documentaires, c'est que ce livre-là, elle s'en sent un peu responsable. Après, il va être dans les rayons. Elle dit, à juste titre, que ça la met mal à l'aise par rapport à certains documents. Donc, c'est vrai qu'il faut se dire aussi qu'on travaille avec des gens. On va tâtonner entre faire plaisir aux lecteurs, respecter ces best-sellers et aussi ne pas choquer le personnel. Parce que si les livres sont le reflet de ce que l'on est, en tout cas des images que l'on veut véhiculer, il faut prendre en compte ces détails.*

Extrait d'entretien (21/09/2016)

Cette dimension humaine de l'offre semble donc également jouer pour beaucoup dans l'acceptation de cette dernière par les personnels.

## **Organiser le circuit du document**

Cette étape est très importante en ce qui concerne les best-sellers, dans la mesure où une telle offre se veut actuelle et réactive : les nouvelles acquisitions doivent être mises à disposition du public le plus rapidement possible, ce qui demande d'optimiser les opérations d'acquisition et de traitement du document. Dans les trois établissements étudiés, cette réflexion a mobilisé le service des acquisitions, le service de traitement du document et le service informatique.

### ***L'acquisition :***

L'acquisition d'un document se décompose en deux phases : la sélection des titres, puis leur commande, ou leur achat sur place en librairie. **La phase de sélection** relève des agents en charge du service best-sellers. Dans les trois établissements étudiés, l'outil d'aide à la sélection est la liste des 200 meilleures ventes librairies établies par le site Edistat chaque semaine à partir d'un panel représentatif de 1200 points de vente. Ce service est notamment utilisé par *L'Express* pour établir son propre palmarès. Il a été préféré à *Livres Hebdo* dans la mesure où il ne nécessite pas d'inscription, et parce qu'il présente également un plus grand nombre de titres.

**La commande des documents** est en général hebdomadaire, de l'ordre d'une dizaine de documents. Maintenir ce rythme n'est cependant pas toujours possible selon les périodes de l'année : il se peut par exemple qu'en Juillet-Août, en raison du ralentissement de l'activité éditoriale, aucun nouveau titre ne corresponde aux critères d'acquisitions ; en novembre-décembre, les contraintes de fin d'exercice

budgetaires peuvent également restreindre les commandes. En ce qui concerne les procédures d'acquisition, elles sont prises en charge par le service dédié au sein de l'établissement : à Saint-Etienne, deux agents préparent ainsi la liste de commandes et la transmettent au service Acquisitions après validation du responsable du rayon. Il est intéressant de noter que chaque feuille de commande est mise à disposition des acquéreurs du réseau sur le serveur bureautique, afin qu'ils puissent en tenir compte dans leurs acquisitions courantes et ainsi éviter les doublons. Le choix d'acquérir un ou plusieurs exemplaires dépend, quant à lui, du budget et des objectifs poursuivis par le rayon.

A la commande succède **la livraison** (ou le retrait des documents en librairie). Cette étape devant intervenir rapidement, la responsable de Calais nous expliquait qu'il était impératif que ces contraintes de temps aient été formalisées dans la rédaction de marché pour l'appel d'offre. Cela suppose cependant de créer un lot spécifique aux best-sellers, ce qui ne permet pas tous les calendriers. Ce fonctionnement a cependant le mérite de limiter les bons de commande par type de document, difficulté qui avait été relevée notamment à Saint-Etienne. A défaut, afin de gagner du temps et si la configuration et les contraintes d'organisation le permettent, on peut retirer directement les documents en librairie, comme cela se fait à Saint-Genis-Laval et Saint-Etienne, ce qui permet également d'accélérer le processus de facturation.

Une fois les ouvrages livrés ou achetés sur place en librairie, un **pointage de la commande** est effectué. Les documents sont ensuite **collationnés, enregistrés, et estampillés**, opérations qui n'ont rien d'originales mais qui doivent être réalisées en priorité dès la réception des ouvrages.

### *Le traitement informatique :*

Une fois réceptionnés et vérifiés, les documents best-sellers sont soumis à un certain nombre d'opérations informatiques : c'est à ce niveau, notamment, qu'ils nécessitent un traitement particulier. Une **notice bibliographique**, c'est-à-dire une description du livre, est créée. Afin de limiter le temps de traitement, les établissements récupèrent des notices préexistantes : plusieurs sites de bases de données commerciales et professionnelles offrent ce service, comme Electre (notices payantes), les catalogues BN Opal et BN Opaline de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et Moccam (notices gratuites). Dans la même logique de rapidité, les documents best-sellers sont traités en priorité. Il n'est pas nécessaire de récupérer une notice détaillée lorsque cette dernière est amenée à être retravaillée lors de la réintégration du document dans les collections : à Calais, par exemple, il est prévu que le service de traitement du document importe dans un premier temps la notice Moccam, qui sera ensuite remplacée par la notice bibliographique de la BnF. A Saint-Etienne, le service des acquisitions télécharge directement la notice de la BnF, puis y greffe les notices exemplaires.

En fonction du système informatisé de gestion des bibliothèques (SIGB) dont est équipé l'établissement, un certain nombre d'ajustements sont par ailleurs nécessaires : il semble par exemple que le logiciel PMB réserve sur la notice et non sur l'exemplaire, ce qui est problématique dans la mesure où les exemplaires du rayon best-sellers ne doivent pas pouvoir être réservés. A Saint-Genis-Laval, où cette difficulté s'est posée, il a finalement été décidé de créer une notice distincte, avec statut « best-seller » qui la rend non-réservable et non-prolongeable. A Calais et à Saint-Etienne, qui disposent tous deux du logiciel Aloès, un « type doc » (type

de document) particulier est enregistré dans la notice exemplaire, et restreint de la même manière les opérations sur le document.

Les documents sont enfin **indexés et cotés**. Pour gagner du temps ou faciliter la gestion en rayon, il est cependant possible de s'affranchir de cette étape : à Saint-Etienne, le choix a été fait de ne pas donner de cote physique (étiquette sur le livre) aux documents best-sellers, afin qu'ils ne soient pas rangés involontairement dans le fonds général. Ils ne reçoivent donc qu'une cote informatique sous la forme d'un préfixe de cote qui signale dans le catalogue que l'exemplaire se trouve au rayon best-sellers. A Lausanne, qui dispose à l'échelle de son réseau d'une collection d'ouvrages d'actualités et de nouveautés appelée Les Ephémères, dont l'esprit et le fonctionnement se rapprochent de celui d'un rayon best-sellers<sup>91</sup>, les ouvrages sont catalogués et disposent d'un code barre, mais ils ne sont, en revanche, ni indexés ni cotés pour une plus grande souplesse.

### *L'équipement physique :*

Ces opérations effectuées, les documents sont mis en circulation le plus rapidement possible : à Calais, ce délai devrait être de 48 heures maximum. A Saint-Genis-Laval, Catherine Messelta souhaite qu'un titre entré le vendredi soit disponible en rayon le jeudi de la semaine suivante au plus tard.

L'équipement physique des documents se compose de plusieurs éléments : une cote, une protection plastique de type Filmolux et un système antivol. La cote choisie par le catalogueur est normalement apposée de façon visible sur les plats ou le dos de l'ouvrage. Lorsque le choix est fait de ne pas coter les ouvrages best-sellers, comme à Saint-Etienne, il faut donc lui substituer un autre élément d'identification, afin que les agents qui sont au poste de retour sachent qu'il s'agit de documents qui doivent réintégrer les présentoirs best-sellers. Ce symbole est en général associé à une couleur : à Saint-Etienne, il s'agit d'un macaron rouge « best-sellers » apposé sur la couverture plastifiée du livre. A Saint-Genis-Laval, il s'agit d'un logo représentant une étiquette, également rouge, portant la mention « best-seller ». Le choix de ces éléments peut faire l'objet d'une concertation avec les équipes : à Saint-Etienne, ces dernières ont ainsi été amenées à voter parmi plusieurs maquettes proposées par un prestataire extérieur. Cela reste un moyen, certes limité mais toujours appréciable, d'associer les agents à la conception du service. Enfin, il nous a paru intéressant que les conditions d'emprunt soient signalées, comme à Saint-Genis-Laval où la mention « non réservable, non empruntable » informe les usagers sur les modalités de prêt spécifiques au rayon.

### *La mise en rayon et la vie en rayon :*

Les bibliothèques de Saint-Etienne, de Saint-Genis-Laval et de Calais ont opté pour une **présentation** faciale des best-sellers à la manière des librairies, elle-même inspirée du *facings* de la grande consommation : les documents sont disposés de face et de telle sorte qu'ils soient visibles simultanément par un usager passant devant. Il s'agit de renvoyer du rayon une image attractive et actuelle, et favoriser une vision plus globale de l'offre : pour peu que les présentoirs ne soient pas dégarnis, un seul coup d'œil permet ainsi de saisir l'intégralité de la sélection

---

<sup>91</sup> Le rayon Les Ephémères de Lausanne est cependant beaucoup plus ancien que l'expérience de Saint-Etienne, ce qui explique que nous ne l'avons pas pris en compte dans cette étude. Il date, en effet, d'une vingtaine d'années environ. Par ailleurs, son offre documentaire ne se limite pas aux best-sellers.

documentaire. D'autres présentations sont cependant possibles : les documents de la collection Les Ephémères des bibliothèques de la ville de Lausanne sont ainsi présentés dans des bacs. Les titres sont rangés sans classement, de face, mais à la façon aléatoire des bouquinistes, c'est-à-dire que seules les premières couvertures sont visibles (les bandes dessinées sont souvent présentées de cette manière). Il s'agit d'encourager le lecteur à venir « butiner » la collection. Ces deux dispositifs sont conçus à l'intention d'un public qui n'est pas nécessairement à l'aise avec le classement en bibliothèque, et/ou qui apprécie de pouvoir trouver des documents sans idée précise de départ. Ils favorisent l'appropriation de la collection par l'utilisateur, tout en offrant une expérience utilisateur plus confortable.

**La mise en rayon** exige une certaine réflexion. Il est en effet déconseillé de mettre à disposition l'ensemble des documents dès l'ouverture du rayon (outre que le mode de présentation retenu le permet rarement), afin d'éviter que les présentoirs ne se retrouvent trop vite dégarnis. A Calais, il est ainsi prévu de mettre à disposition des lecteurs 75 documents, et de garder le surplus en réserve, laquelle sera située à proximité de la banque d'accueil afin que les agents en poste puissent réapprovisionner régulièrement les présentoirs. Cette organisation nécessite cependant de bien former les agents et de les sensibiliser à l'entretien du fonds. Le plus ardu sera cependant d'atteindre un équilibre, un fonds de roulement permettant une alimentation continue du rayon. A Saint-Etienne, il semble que cet équilibre se situe autour de 250 documents : lorsque nous sommes allées visiter le rayon en juin 2016, les rayonnages presque vides semblaient indiquer qu'il n'était pas encore atteint.

Une fois mis en rayon, les documents « best-sellers » n'ont pas vocation à y rester éternellement, et les nouvelles entrées remplacent les anciennes. L'expérience a montré qu'il était cependant difficile de prévoir la **durée de vie** des ouvrages en rayon. A Calais, elle devrait être de six mois, tandis qu'à Saint-Etienne, il était initialement prévu que cette durée serait de trois mois. Par ailleurs, la question du retrait est problématique en elle-même, surtout s'il est massif : il ne suffit pas de retirer les documents, encore faut-il les remplacer. A Saint-Etienne, cela a posé problème car le rythme hebdomadaire d'acquisition n'a pas permis de renflouer rapidement le rayon, qui s'en est trouvé dégarni pendant plusieurs semaines. Pour dépasser cette difficulté, on peut choisir de moduler la durée de vie d'un ouvrage en fonction de son maintien ou non dans la liste des meilleures ventes : à Calais, un titre particulièrement prisé du public pourrait ainsi être prolongé au-delà des six mois actuellement prévus. Ce fonctionnement exige cependant une plus grande implication dans la vie du rayon, puisque chaque titre devra être étudié au cas par cas, et comporte le risque de déséquilibrer le rythme des acquisitions.

### *La réintégration ou non du document dans les collections :*

Qu'advient-il de ces documents après leur retrait du rayon best-sellers ? Deux choix s'offrent aux établissements : les **désherber**, ou les **réintégrer** dans les collections. La première solution est proposée notamment par Calais, à l'occasion de cette sélection rétrospective qui intervient après que les documents aient quitté la présentation « meilleures ventes ». Elle peut intervenir si le document a été acquis en plusieurs exemplaires au titre des acquisitions courantes, et si l'on estime que ces derniers représentent une offre suffisante par rapport à la demande dont ils font l'objet. Il peut également s'agir d'ouvrages dont l'on ne

perçoit pas l'intérêt documentaire vis-à-vis de la collection et des orientations qu'elle s'est données.

La deuxième solution, à savoir **la réintégration des documents dans les collections courantes**, est actuellement proposée par Saint-Etienne : elle constituait d'ailleurs l'une des conditions de sa mise en place. Au terme des trois mois de vie en rayon, les ouvrages sont retirés afin d'en faire bénéficier les autres établissements du réseau qui ne disposent pas eux-mêmes d'un semblable dispositif. Un tableau est ainsi régulièrement mis à disposition des collègues : chacun peut cocher les titres qui l'intéressent, lesquels sont ensuite transmis par navettes. Enfin, il faut répartir sur les exemplaires « ex-best-sellers » les réservations qui ont été effectuées par les usagers sur les autres exemplaires du réseau. De fait, ces opérations représentent une gestion lourde : en termes d'équipement physique, les documents sont souvent dégradés et nécessitent un nettoyage ou un passage au massicot, voire une nouvelle couverture. En ce qui concerne l'équipement informatique et selon le SIGB, un certain nombre d'opérations sont également nécessaires : modification de la notice, indexation, cotation ou recotation.

Enfin, si les procédures en cours de conception à Calais paraissent plus souples, il faut prendre garde à ce que cette autonomie n'ait pas l'effet inverse. Dans les principes directeurs de la collection *Les Ephémères* des bibliothèques de la ville de Lausanne<sup>92</sup> était ainsi mentionnée la possibilité qu'« un exemplaire destiné à durer pourra suivre le circuit habituel de traitement et de mise en circulation ultérieure ». Dans les faits, cela est très rarement le cas. Lara Jovignot, responsable de la collection, en témoigne :

*En fait, ça, on ne le fait pas. Alors, là, on les garde pour le projet Hors-les-murs. On est à la piscine, donc on les garde pour ça. Je suis en plein dans la réflexion, avec la direction, pour essayer de voir comment on peut les réintégrer différemment.*

Extrait d'entretien du 21/10/2016

Le besoin manifeste de réfléchir à une nouvelle manière de réintégrer ces documents laisse ainsi entendre que le fonctionnement actuel n'est pas satisfaisant. Cela révèle peut-être la difficile application de cette « seconde » sélection par des acquéreurs qui ont déjà fort à faire avec la gestion des collections courantes.

## **Gérer le rayon au quotidien : les moyens financiers et humains**

### *Quel budget et comment le gérer ?*

En matière de budgétisation, l'un des points les plus épineux est d'arriver à un équilibre entre les collections courantes et le rayon best-sellers. A Saint-Etienne, un budget de 8 000 euros a été dégagé pour ce nouveau service. En comparaison, le budget fiction adulte s'élevait à 20 000€ en 2015, puis à 16 000€ en 2016 : il ne s'agit donc pas d'un chiffre négligeable, d'autant qu'il se maintient lorsque d'autres diminuent.

---

<sup>92</sup> Document non communicable.

En période de restrictions budgétaires, de tels arbitrages sont susceptibles de cristalliser des oppositions au sein de l'équipe, et peuvent être difficiles à défendre. A Saint-Etienne, certains acquéreurs des bibliothèques de quartier qui ne disposent pas d'une telle somme pour leurs acquisitions courantes, ont par exemple regretté que les moyens n'aient pas été mis dans d'autres projets, tels que des projets d'animation, qui leur paraissent peut-être plus légitimes. A Saint-Genis-Laval, le budget 2017, initialement estimé à 4000€ (« Il m'a semblé qu'il fallait que ce soit la moitié de Saint-Etienne<sup>93</sup>. ») a été finalement porté à 8000€. A Calais, la fiche projet fixe une fourchette budgétaire, comprise entre 5000 et 20 000€, mais vraisemblablement plus proche de 5000€, prélevée sur le budget comptable fiction et document adultes. A Calais et à Saint-Etienne, le choix a été fait de ne pas pénaliser les thèmes d'acquisition qui ne sont pas concernés par les meilleures ventes, tel que le secteur jeunesse par exemple.

La recherche d'un équilibre est évoquée par François Marin comme un exercice délicat, presque une tentation à laquelle il serait aisée de s'abandonner :

*La limite budgétaire est intéressante à évoquer également. C'est-à-dire qu'en effet, assez facilement, on pourrait faire passer toute la médiathèque en mode best-sellers. Si on le voulait vraiment. Il y aurait deux choses à faire pour augmenter ce type d'offre : on achète plus d'exemplaires des best-sellers, ou, dans la liste des meilleures ventes, on est moins sélectif. (...). Là en effet, dans ces conditions-là, il faudrait y mettre un budget très important, et plus le budget sera important, plus il remettra en cause le budget plus classique, où l'on s'intéresse surtout à l'équilibre des collections, à couvrir l'ensemble des domaines, à proposer des ouvrages qui sont peut-être moins populaires mais qu'on considère de bonne qualité. C'est vraiment une question de curseur, d'équilibre. En plus les budgets ont plutôt tendance à diminuer actuellement, donc ça ne facilite pas l'exercice.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Le rayon best-sellers, de par sa nature, semble représenter une variable dont l'on peine encore à mesurer l'évolution et dont l'on craint de perdre le contrôle. C'est ce qu'exprime Iris Petit lorsqu'elle évoque la nécessité de conserver « une marge de manœuvre au niveau des acquisitions » :

*Actuellement, on arrive encore à maintenir un équilibre entre les achats qui nous font plaisir, ceux qu'on aura plaisir à défendre auprès des usagers, et les best-sellers qu'on est obligé d'acheter parce qu'ils sont dans la liste. J'aimerais que ça reste, cet équilibre, qu'on n'ait pas, avec une baisse du budget des acquisitions, une prédominance du rayon best-sellers sur les autres. Le cœur de notre métier, c'est certes donner aux gens ce qu'ils attendent, mais c'est aussi leur proposer des choses qu'ils n'auraient pas imaginé. Et c'est pour ça qu'il faut qu'on ait une marge de manœuvre au niveau des acquisitions.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Il est en effet raisonnable de craindre qu'une telle proposition ne prenne trop d'importance au regard du reste des collections. Cela a été observé pour la collection *Les Ephémères* des bibliothèques de Lausanne : son succès était tel que

---

<sup>93</sup> Extrait d'entretien avec Catherine Messelta du 23/09/2016.

ses responsables ont ressenti le besoin, non seulement de réduire le fonds, mais encore de revaloriser les autres dispositifs existants (nouveau, coups de cœur) :

*Quand je suis arrivée, il y avait trois fois plus [de documents]. On a limité, parce qu'en fait, les gens n'empruntaient que là. Il y avait une énorme concentration sur cette collection. (...) C'est le taux de rotation le plus fort, c'est pour ça qu'avec ma collègue, on a réduit de deux tiers la collection. En parallèle, on a mis en valeur les nouveautés deux fois plus qu'avant ; on a mis une étiquette "new" sur les nouveautés.*

Extrait d'entretien (21/10/2016)

### ***Quelle équipe ? Quelles missions et compétences ?***

Combien de personnels devront être mobilisés pour assurer le fonctionnement du service ? Qui doit en assumer la gestion ? Quelles sont les compétences requises pour son bon fonctionnement ? Dispose-t-on de ces compétences en interne ? Si non, quelles sont les actions -de formation notamment-, à envisager ?

En ce qui concerne la taille des équipes, cela dépend de l'importance du fonds et du poids de l'organisation. A Saint-Etienne, le rayon best-sellers mobilise trois agents : deux pour la sélection et la préparation des commandes, un pour l'équipement des livres. A Calais, il est prévu que la gestion opérationnelle soit assurée par deux collègues : la responsable du service de traitement du document pour les tâches afférentes, et un agent chargé de la médiation et de la gestion des collections pour la gestion en rayon. Les collègues du secteur adulte seront également sollicités pour retirer les ouvrages et les transmettre aux gestionnaires de collection lorsqu'ils devront quitter les présentoirs meilleures ventes. Il reste cependant difficile de prévoir à l'avance la charge de travail que représentera la gestion d'un tel dispositif, de sorte que des réajustements sont parfois nécessaires, comme à Saint-Etienne où un collègue bibliothécaire est venu seconder Iris Petit dans la préparation des commandes.

En ce qui concerne les compétences requises, il est nécessaire de distinguer les compétences mobilisées par la conduite de projet de celles exigées par la mise en œuvre et la gestion opérationnelle du service. Dans le second cas, ces compétences sont essentiellement techniques et organisationnelles : connaître le circuit du document, maîtriser l'outil informatique (et notamment les différents modules du SIGB utilisé par l'établissement qui peuvent intervenir dans la création des notices « best-sellers ») ou savoir gérer un budget documentaire. Le service demande par ailleurs une bonne connaissance du monde de l'édition, et notamment de la librairie, et une capacité à faire de la veille informationnelle.

Dans les faits, ces diverses compétences sont déjà attendues des responsables documentaires, acquéreurs ou gestionnaires de collections ; certaines sont même formalisées dans leur fiche de poste. La question est moins de former le personnel que d'identifier les agents qui pourront prendre cette nouvelle responsabilité sur leur temps de travail.

## **COMMUNIQUER ET EVALUER LE SERVICE**

Il ne suffit pas de monter, de porter et de mettre en place un nouveau service ; il importe aussi de le faire connaître -au sein de l'établissement comme au-delà- et de l'évaluer.

## Communiquer autour du service

Même si parler de plan de communication serait sans doute quelque peu ambitieux dans le cas présent, l'élaboration d'une stratégie de communication semble incontournable. Celle-ci permet de construire la lisibilité -et donc l'attractivité- du service, et de le porter auprès des usagers, du personnel et des tutelles.

### *Communiquer sur l'ouverture du service :*

L'objectif premier est d'informer les publics de l'existence de ce nouveau service et de rendre l'offre lisible et visible au sein des multiples propositions de la bibliothèque. A Saint-Etienne, cette communication a débuté en amont de son ouverture par du *teasing* : ce terme désigne un procédé publicitaire qui consiste à entretenir la curiosité du public par la diffusion d'un message de communication en plusieurs étapes. Mise en place à la fin du mois d'août, cette campagne se déclinait en trois volets :

- Une mise en place physique dans le futur rayon : des panneaux comportant des points d'interrogation rouges ont été installés au-dessus des rayonnages récemment vidés de leurs contenus.
- Une campagne de communication interne : l'annonce de l'ouverture prochaine du rayon est parue dans le programme trimestriel d'animations de l'établissement.
- Une campagne de communication externe : un article a été publié dans le magazine municipal de Saint-Etienne, et un autre dans *Le Progrès-La Tribune*.

Une seconde campagne de communication est ensuite mise en place le jour de l'ouverture. Elle a pour vocation d'informer sur la nature de l'offre, ses objectifs et sur les modalités de prêts. On retrouve les trois volets mentionnés plus haut : communication sur place, interne et externe. Sur place, elle se fait de vive voix par les collègues postés en banque l'accueil ou aux renseignements, comme à Saint-Etienne, ou au moyen d'affiches installées dans la bibliothèque à des endroits stratégiques (accueil, postes de prêts/retours, à proximité du rayon), comme à Saint-Genis-Laval. Dans le même temps, elle peut être relayée à l'extérieur par la parution d'articles dans la presse locale ou professionnelle, comme l'article de *Livres Hebdo* pour Saint-Etienne. Les réseaux sociaux représentent en outre un excellent moyen de relayer l'information et de la faire circuler. Ainsi, à Saint-Genis-Laval, il était prévu qu'un billet soit publié sur le profil Facebook de la ville.

### *Communiquer sur les objectifs du service :*

Cela dit, il ne suffit pas de communiquer sur l'ouverture du service ; encore faut-il en expliquer la finalité et les objectifs. Les usagers apprécient d'autant plus cette nouvelle proposition qu'ils en comprennent le sens, qu'ils peuvent se l'approprier et évaluer leur propre ressenti à l'aune des objectifs affichés. Il ne s'agit pas de justifier ses choix auprès des usagers, mais de leur offrir la possibilité de comprendre les intentions de la bibliothèque.



D'une part, il s'agit d'expliquer les modalités particulières de prêt. Celles-ci, en effet, ne manquent pas d'éveiller la curiosité -sinon la frustration- des usagers habitués à d'autres pratiques. Il est donc nécessaire d'expliquer pourquoi les livres sont non réservables, non prolongeables, ou toute autre particularité de cette nature. « Il a fallu faire beaucoup de pédagogie, témoigne Iris Petit, beaucoup discuter, expliquer pourquoi on l'avait fait<sup>94</sup> ». Cette pédagogie s'est faite essentiellement le jour de l'ouverture : « J'avais bien briefé toutes les personnes qui sont aux renseignements -au centre de la salle, juste à côté-, parce que je me suis dit que c'est vers elles qu'iront spontanément les gens pour poser des questions, donc il fallait bien les briefer sur les raisons, sur les modalités. »

D'autre part, il s'agit d'expliquer le « pourquoi » du rayon. A Calais, par exemple, les responsables se sont dits qu'il faudrait mettre en place « une médiation particulière sur "pourquoi ces livres sont là"<sup>95</sup> ». C'est que cette proposition de best-sellers peut interpeller certains usagers. Il s'agit donc de leur expliquer les objectifs du service et de les sensibiliser à cette nouvelle approche documentaire. Partager sa réflexion avec le public, c'est également manifester le fait que son avis importe, que l'offre est avant tout élaborée en vue de sa satisfaction. A Calais, plusieurs actions de médiation ont ainsi été envisagées : « On pense faire (...) une présentation de notre nouveau service en expliquant que l'on y fait aucune censure sur les meilleures ventes, à partir du moment où les documents rentrent dans les catégories<sup>96</sup> » définies, explique Caroline Deconinck. Cette sensibilisation sera complétée par l'affichage des meilleures ventes acquises par le réseau, liste qui sera réactualisée chaque semaine et affichée à proximité des documents. Il est également prévu qu'elle soit rendue accessible sur le portail de la médiathèque.

*On trouvait qu'il était intéressant d'avoir la liste complète pour appuyer et expliquer notre démarche, la couverture de ce que propose le statut meilleures ventes. En complément de cette liste, on projette d'imprimer ou de photocopier les articles de presse qui sont sortis sur certains titres.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Elle répondra ainsi à l'objectif du service d'offrir « un visu sur les meilleures ventes », de proposer aux usagers une vue d'ensemble de l'actualité médiatique de manière à ce qu'ils puissent se faire leur propre opinion. Ce dispositif permettra « d'éviter l'effet coquille vide. L'intérêt d'avoir cette liste, c'est que ça appuie sur la sélection qui a été faite et sur son exhaustivité. » Car justifier ses objectifs, c'est aussi justifier sa sélection. Iris Petit en témoigne :

*On a beaucoup communiqué sur les contraintes, "pas réservable, pas prolongeable, pas transportable dans les quartiers", mais on n'a pas communiqué sur [les critères]. On avait communiqué sur le pourquoi, sur le fait qu'on avait constaté une demande sur les nouveautés, mais on n'a pas vraiment justifié nos critères de choix. C'est peut-être une erreur. (...)*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Si l'absence de communication déstabilise d'abord le public, elle peut également avoir des conséquences sur la manière dont les personnels eux-mêmes

<sup>94</sup> Extrait d'entretien du 14/06/2016 avec Iris Petit.

<sup>95</sup> Extrait d'entretien du 23/09/2016 avec Caroline Deconinck.

<sup>96</sup> Extrait d'entretien du 23/09/2016 avec Caroline Deconinck.

perçoivent cette nouvelle offre. A Saint-Etienne, Iris Petit explique cette inquiétude :

[Les collègues] *avaient peur, peut-être parce qu'on n'avait pas assez communiqué justement sur les limites qu'on se donnait, ils avaient peur d'y trouver vraiment n'importe quoi. Il a fallu bien communiquer sur le fait que non, on ne prendrait pas d'Arlequin, d'ouvrages un peu limite niveau religieux.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Afin de prévenir ces inquiétudes, dans les deux mois qui précéderont l'ouverture du rayon, il est possible d'organiser régulièrement des réunions d'information collectives : à Calais, une réunion de présentation à l'ensemble du personnel a été faite début novembre 2016, et une réunion d'information aux gestionnaires s'est tenue à la fin du mois. Une réunion participative a également eu lieu à la même période afin de déterminer le nom du service, son lieu d'implantation dans la bibliothèque et les éléments de communication.

## Evaluer le service

Les objectifs de l'évaluation en bibliothèque, comme toute autre démarche d'évaluation des politiques publiques, permettent de vérifier si le service atteint bien les objectifs qu'il s'est fixé. Il s'agit également de déterminer si les moyens et procédures engagés sont les plus adaptés et les plus pertinentes au regard des besoins de la population et de l'efficacité de sa gestion<sup>97</sup>.

Même si l'observation visuelle suffit parfois à mesurer le succès d'une collection -des rayonnages vides signalant souvent une importante activité d'emprunts ou de consultations-, l'évaluation d'un service se fait généralement au moyen d'indicateurs. En matière d'évaluation des collections, ces indicateurs sont divers, tels que taux de renouvellement et taux d'accroissement. Dans le cas d'un rayon best-sellers, l'indicateur le plus adapté serait le taux de rotation, qui indique le nombre de fois qu'un document a été emprunté sur une durée donnée. On le calcule surtout pour une collection, en divisant le nombre de prêts réalisés à l'échelle de cette collection par le nombre de documents empruntables dans le fonds : plus ce chiffre est élevé, plus la collection a fait l'objet d'un emprunt intensif. Cet indicateur permet ainsi de mesurer son adéquation avec les besoins de la population desservie. L'interprétation de ce taux n'est pas évidente, mais on admet généralement qu'un taux de rotation élevé est le signe que l'offre est insuffisante au regard de la demande ; à l'inverse, un taux très faible indique que le fonds est sous-utilisé, et par extension, que l'offre est inadaptée.

En ce qui concerne le rayon best-sellers, on s'attendra à ce que ce taux de rotation soit plus élevé que le taux de rotation moyen des collections, en raison de l'attractivité naturelle de l'offre. Il demeure que son calcul n'est pas évident : les best-sellers composent une collection dont le volume des titres peut être amené à fluctuer selon les périodes de l'année, comme cela a été observé à Saint-Etienne. De la sorte, on peut se demander s'il est pertinent de calculer ce taux sur l'ensemble de l'année. Par exemple, à Saint-Etienne, le taux de rotation du rayon

---

<sup>97</sup> GOUYON, François, *L'évaluation en bibliothèque publique : permanence des enjeux, nouveaux outils, nouvelles méthodes ?* sous la direction de Marie-France Peyrelong, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2008, p. 34. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1758-1-evaluation-en-bibliotheque-publique-permanence-des-enjeux-nouveaux-outils-nouvelles-methodes.pdf>

best-sellers s'élevait à 12,6 fin août 2016, mais le nombre de documents en rayon a pu décroître dans l'année. Même en divisant le nombre de prêts sur l'année par la moyenne du nombre de documents en rayon, nous obtenons un taux de 14,5, ce qui témoigne d'un usage très intensif du fonds. Lors de notre visite en juin 2016, les présentoirs étaient d'ailleurs très largement dégarnis.

Période	Nombre de documents dans le rayon	Nombre de prêts
Septembre 2015	173	199
Octobre 2015	340	406
Novembre 2015	402	606
Décembre 2015	428	523
Janvier 2016	428	446
Février 2016	91	146
Mars 2016	110	168
Avril 2016	154	247
Mai 2016	205	295
Juin 2016	254	409
Juillet 2016	294	217
Août 2016	307	187
Septembre 2016	294	452

**Figure 12** - Evolution du rayon best-sellers et du nombre de prêts (Septembre 2015-Septembre 2016)

Le taux de rotation n'est cependant qu'un indicateur parmi d'autres. Comme le rappelle Pierre Carbone à propos de la norme ISO 11620, il est préférable de croiser les résultats de plusieurs indicateurs<sup>98</sup> lorsque l'on évalue une collection ou un service. Par ailleurs, ce taux doit être manipulé avec d'autant plus de précaution qu'il n'est jamais, comme l'explique Bertrand Calenge, qu'un « résumé lapidaire de l'activité d'emprunt portant sur une collection particulière dans un environnement social et culturel donné, et selon la politique voulue par cette bibliothèque<sup>99</sup> ». Il n'est donc pas comparable d'un établissement à l'autre. Il faut se garder, en outre, d'en tirer des conclusions hâtives : un taux de rotation élevé ne signifie pas nécessairement qu'il faille augmenter le nombre ou la fréquence des acquisitions. Bertrand Calenge met ainsi en garde contre cette pratique :

*Attention, cela ne signifie pas pour autant qu'il faille acheter plus de ces documents (en plus, si on en achète trop on peut arriver à un seuil de rupture : c'est « l'effet Deriez » – du nom d'un consultant que j'avais connu et qui avait montré qu'une augmentation massive des livres à succès,*

<sup>98</sup> Pour une liste exhaustive des différents indicateurs de performance en bibliothèque, on se référera à la troisième et dernière version de la norme ISO 11620 « Information et documentation -- Indicateurs de performance des bibliothèques », révisée en 2014, qui en présente une quarantaine.

<sup>99</sup> CALENGE, Bertrand, « Évaluation et statistiques : les taux de rotation », *Carnet de notes*, 2008. Disponible en ligne : <https://bccn.wordpress.com/2008/08/04/evaluation-et-statistiques-les-taux-de-rotation/>. On conseillera de se reporter à ce billet pour toute question relative au taux de rotation et à ses interprétations possibles.

*accompagnée d'une diminution correspondante des autres titres, conduisait à terme à faire chuter les prêts*<sup>100</sup>.

Si le contexte n'est pas exactement le même, on retiendra l'idée selon laquelle l'équilibre d'une collection ne repose pas nécessairement dans l'abondance de l'offre. Il est certes préférable que le rayon best-sellers ne soit pas constamment dégarni, mais rien ne permet de dire qu'un accroissement du fonds favorisera une meilleure disponibilité des documents. Il est en revanche toujours possible, comme à Calais, de jouer sur la répartition présents/réserve, ou, comme à Saint-Genis-Laval, de sensibiliser les usagers afin qu'ils rendent les livres dans les temps.

### ***Évaluer, réviser et faire évoluer le service :***

L'évaluation n'est pas une sanction : s'il est vrai qu'elle permet de rendre compte du bon usage des moyens engagés, elle est aussi une manière de valoriser le travail accompli auprès de sa hiérarchie comme auprès des agents qui l'ont effectué<sup>101</sup>. Elle permet de dresser un bilan de l'activité du service qui conduit à en conforter les acquis ou à le réorienter. Cette évaluation peut s'inscrire dans l'évaluation globale des services, comme à Saint-Genis-Laval où elle aura lieu à l'occasion de l'établissement du rapport annuel d'activité ; elle peut également donner lieu à une évaluation spécifique. A Saint-Etienne, un bilan d'activité du rayon best-sellers a ainsi été réalisé en septembre 2016<sup>102</sup> : il nous a paru intéressant de le présenter, dans la mesure où il illustre bien cette logique d'ajustements continus à laquelle tout service est confronté. Ce processus a abouti à une révision partielle de l'organisation et à une réorientation de la politique d'acquisition.

Comme nous l'avons vu précédemment, un certain nombre d'ajustements ont été nécessaires en 2016 : la première contrainte a été budgétaire, puisqu'il fallait maintenir des commandes régulières sur douze mois, et non plus six mois comme pour la première année. Cela a entraîné une rationalisation des acquisitions, notamment en termes de nombre d'exemplaires acquis : seuls les titres qui figurent aux premières places du palmarès d'Edistat, ou ceux qui connaissent une progression à la hausse, sont désormais achetés en double exemplaires. Le reste est venu de l'observation : le faible usage des bandes-dessinés, des mangas et des documents jeunesse et adolescents, associé à une gestion lourde, ont ainsi amené les responsables à recentrer l'offre autour des romans et documentaires adultes.

Il a également été nécessaire de réviser l'organisation du rayon, notamment les modalités de retrait des documents : au vu du rythme hebdomadaire d'acquisition, il est apparu qu'un retrait massif tous les trois mois, comme il était initialement prévu et comme cela a été fait en janvier 2016, n'était pas viable, le rayon n'ayant pas le temps de se reconstituer. Il a donc été décidé d'abandonner le fonctionnement par durée de vie : au lieu de retirer les best-sellers à l'issue de ces trois mois, il s'agira de conserver un « fonds de roulement » permanent d'au minimum 250 exemplaires, afin de maintenir l'attractivité du rayon.

---

<sup>100</sup> Ibid.

<sup>101</sup> JACQUET, Amandine, *Intervention d'Amandine Jacquet, 1er congrès mondial de l'AIFBD, à Montréal du 3 au 6 août 2008*, 2008, p.2. Disponible en ligne : [http://adbdp.web03.b2f-concept.net/IMG/pdf\\_Evaluerlactiviteenbibliotheque.pdf](http://adbdp.web03.b2f-concept.net/IMG/pdf_Evaluerlactiviteenbibliotheque.pdf).

<sup>102</sup> Cf. Annexe 7 – Données quantitatives extraites du bilan d'activité du rayon Best-Sellers au 30/09/2016.

Ces divers ajustements n'ont pas été sans conséquence sur l'organisation générale du service, une gestion plus fine des achats et des retraits ayant nécessairement des répercussions. En termes de ressources humaines, la préparation hebdomadaire de la liste de commandes mobilise désormais un agent supplémentaire. En termes de circuit du document, la suppression des trois mois ne permet plus de savoir dans quels délais les best-sellers seront retirés du rayon afin d'être redistribués dans les autres bibliothèques du réseau, et rend également incertaine la durée d' « embargo » sur les réservations.

### *Expérience d'une évaluation qualitative à Saint-Etienne :*

Le plus souvent, l'évaluation d'une collection ou d'un service se fait au moyen d'outils quantitatifs, tels que les indicateurs mentionnés ci-avant, ou les statistiques, principalement produites par les SIGB. Les outils permettant une évaluation qualitative, tels que les questionnaires, les enquêtes ou les entretiens, sont utilisés de manière plus ponctuelle. Pourtant, si les premiers permettent de mesurer l'adéquation de l'offre à la demande exprimée par les usagers, ce sont les seconds qui apparaissent le plus appropriés pour évaluer leur satisfaction. Ils permettent d'évaluer ce qui n'est pas quantifiable, comme l'impact de la collection sur les publics.

Mettre en place un dispositif d'évaluation qualitative exige du temps et de la méthode. Une solution fréquente consiste à réaliser un questionnaire de satisfaction à destination des usagers : ce dispositif mobilise peu d'agents, et permet de sonder un public potentiellement plus large que celui des entretiens. A Saint-Etienne, des « bulletins-questionnaires » ont ainsi été distribués aux usagers lors de l'ouverture du rayon, afin de recueillir leur avis sur ce nouveau service. Il comportait un texte introductif présentant le rayon, une phrase invitant les usagers à faire part de leurs remarques ou observations, ainsi qu'une zone de réponse libre d'une dizaine de lignes.

Ce questionnaire a eu peu de succès : sur les 600 bulletins imprimés, seuls 31 ont été rendus. Cela tient à la nature même du questionnaire, et à son mode de distribution : s'il n'est pas rempli sur l'instant, un questionnaire a souvent peu de chance de l'être jamais, surtout si on laisse à l'utilisateur la possibilité de le compléter chez lui. Il faut également qu'il corresponde à un certain usage, d'où l'importance de choisir le moment le plus opportun pour sa diffusion. Le questionnaire de Saint-Etienne exigeait ainsi de l'utilisateur une certaine connaissance du rayon, sinon de l'avoir activement pratiqué : dans les premiers temps, certains ont pu se sentir illégitimes à y répondre, comme cet usager qui écrit « Excellente idée ! (Je ne peux guère en dire plus, de retour à la médiathèque après quelques mois d'absence) ».

Malgré son faible taux de réponse, le questionnaire mis en place à Saint-Etienne a le mérite de donner la parole aux usagers. Il apporte un élément de réponse à la question suivante : le rayon best-sellers rencontre-t-il le succès parce que la nature même de l'offre conditionne son usage -en d'autres termes, est-ce un succès parce que c'est un rayon best-sellers-, ou rencontre-t-il le succès parce qu'il répond à une demande des usagers ? On se doute bien qu'il y a sans doute un peu des deux, mais il est important de ne pas déprécier la satisfaction des usagers. Ainsi, sur 31 réponses, 25 pourraient être qualifiées de positives et 4 sont des propositions d'amélioration. Un seul commentaire remet véritablement en question la pertinence de l'offre, et notamment le choix de mettre « en valeur » des auteurs « qui tournent déjà très facilement », plutôt que des « auteurs, disons, un peu plus

"consistants"». Cela révèle que l'offre est plutôt bien perçue par les usagers, quoiqu'il faille relativiser : il est possible que les indifférents et les détracteurs n'aient pas souhaité s'exprimer. Plus encore, 16 commentaires qualifient le rayon best-sellers de bonne idée ou de bonne initiative : « très bonne initiative », « Cette initiative est tout simplement géniale ! », « Intéressant ! », « Idée très appréciée », « Très bonne idée ». L'emploi du terme « initiative » révèle que le rayon best-sellers n'est pas seulement appréciable en soi, mais qu'il répond à un besoin et satisfait un désir plus ou moins formulé. 8 personnes ont également exprimé de la gratitude, principalement sous la forme d'un « merci ».

Nous nous sommes ensuite intéressés aux arguments avancés par les répondants pour expliquer ce sentiment de satisfaction :

-5 personnes ont loué la capacité du rayon best-sellers à donner accès à **l'actualité éditoriale**, soit à travers les modalités spécifiques de prêt, et notamment la non-réservation (« J'espère que cela permettra la lecture assez rapide de succès en librairie (jusqu'ici inaccessibles) », « Je trouve que c'est une très bonne initiative, cela permet d'avoir accès à des nouveautés alors qu'avant il fallait attendre TRES longtemps. ») soit en soulignant le mode de présentation des documents (« On a toujours envie de lire les livres dont on parle dans l'actualité, de pouvoir les retrouver regroupés dans le même rayon est très pratique »).

-4 personnes ont évoqué **l'aspect « sérendipité » de l'offre**, c'est-à-dire la possibilité qu'offre le rayon de faire des découvertes : « Ça permet de découvrir des livres que l'on ne remarque pas forcément. », « Je viens de découvrir Van Cauwelaert, que je connaissais mais que je n'avais jamais lu. Très belle découverte de "Jules" et découverte aussi qu'un chien peut aider les épileptiques... (J'en connais). Merci beaucoup ».

-3 autres personnes ont souligné la **qualité de la sélection effectuée** (« En attente des prochaines arrivées de best-sellers, je suis époustouflée par la qualité des choix »), la **diversité de l'offre** (« Rayon diversifié pour tous les âges, tous les goûts. »), ou son **aspect « démocratique »** (« Nouvelle formule assez démocratique, mais il faut être dans les 1<sup>ers</sup> »).

Ce dernier commentaire introduit une problématique qui apparaît encore peu marquée dans cette enquête (sans doute parce qu'elle intervient trop tôt pour que les usagers aient eu le temps d'en prendre conscience) mais qui s'affirmera très nettement ensuite, à savoir le fait que ce rayon se dégarnisse rapidement. « Je ne viens pas tous les jours ni même toutes les semaines, mais depuis que vous avez créé le rayon "best-seller", je n'ai vu que des rayons vides d'un côté, et de l'autre quelques mangas. J'ai pu, ô chance, avoir le dernier livre de Hasper Lee, mais pour le reste c'est un peu décevant... », explique l'un des répondants.

Quelques usagers ont même fait des propositions d'amélioration : deux d'entre eux suggèrent de l'agrandir et de rallonger la durée de vie des ouvrages en rayon, n'hésitant pas à affirmer que « certaines biblis françaises fonctionnent déjà qu'avec ce type de rayon... ». Un autre usager propose de raccourcir la durée de prêt, actuellement de trois semaines, afin que les ouvrages circulent plus rapidement. Certaines remarques, enfin, manifestent le désir d'une plus grande médiation autour de cette collection, à travers la réalisation d'« une liste des ouvrages » et la possibilité « de proposer pour ce rayon des avis-lecteurs, sous forme par exemple de petites fiches ou marque-pages. » Il est évident que toutes ne peuvent être prises en considération, mais la satisfaction d'une seule suffit à montrer que la bibliothèque est à l'écoute de ses usagers. La responsable de Saint-

Etienne s'était ainsi interrogée sur l'utilité de mettre une liste des exemplaires best-sellers à disposition des lecteurs, mais avait finalement estimé qu'elle engendrerait plus de frustration que de satisfaction.

Du fait de la taille limitée de l'échantillon, il est malaisé d'en tirer des généralités. Tout au plus pouvons-nous dire que, pour les usagers de la médiathèque municipale de Tarentaize ayant répondu au questionnaire, le rayon best-sellers s'inscrit dans une continuité avec le reste des collections. Il semble répondre à une attente du public, que celle-ci s'exprime en termes d'actualité de l'offre, de disponibilité des exemplaires, ou de « sérendipité ». Une nouvelle enquête permettrait cependant de savoir si, au regard des difficultés de gestion rencontrées et de la nouvelle orientation documentaire, ce « rayon best-sellers » répond toujours aux besoins et attentes du public.

Selon les établissements, le concept d'une offre spécifique aux best-sellers ne recouvre donc ni la même réalité, ni les mêmes objectifs, puisque chacun y superpose ses sensibilités et ses attendus. En conséquence, chacune de ces expériences possède une coloration qui lui est propre. Précurseur, le « rayon best-sellers » de Saint-Etienne est sans doute le plus abouti en termes de conception technique et d'organisation fonctionnelle. Même si on peut lui reprocher une gestion complexe et chronophage, il dispose de bases solides et ne dépend pas de l'investissement d'un seul individu. Le service mis en place à Saint-Genis-Laval se démarque par sa souplesse et son adaptabilité : il semble ainsi particulièrement adapté aux établissements de petite taille ou souhaitant tester le concept. Le service « meilleures ventes » de Calais, quant à lui, se caractérise par sa dimension sociale, comme instrument au service d'une nouvelle vision de la bibliothèque, plus inclusive et plus participative : il est, avant tout, le reflet d'un contexte local et d'une sensibilité professionnelle qui le rendent difficilement transposable.

Ces expériences ne laissent entrevoir qu'une facette de ce que pourrait être un service dédié aux best-sellers en bibliothèque. D'autres organisations que le « rayon » sont possibles, qui ne nécessitent pas forcément la constitution d'un corpus documentaire spécifique. On peut également envisager une offre de best-sellers dématérialisée : ainsi, la Maison du livre, de l'image et du son (MLIS) à Villeurbanne propose une sélection de nouveaux best-sellers au format numérique. Pour autant, le renouvellement ne passe pas nécessairement par la nouveauté. Il importe moins de concevoir des services véritablement innovants que de s'interroger, aujourd'hui, sur nos pratiques professionnelles et leur visibilité. L'un de nos interlocuteurs faisait justement remarquer que le plus grand défi qui attend les bibliothèques n'est pas tant de transformer nos pratiques que de les faire connaître à l'extérieur.

C'est donc à plus d'un titre que les expériences de Saint-Etienne, de Saint-Genis-Laval et de Calais nous ont paru intéressantes : en faisant le choix de matérialiser la présence des best-sellers dans l'espace de la bibliothèque, en leur dédiant un dispositif de valorisation spécifique, ces établissements poursuivent une logique de visibilité, tant en faveur de la collection que de la bibliothèque. Cette visibilité n'est cependant pas sans questionner la profession : les réticences soulevées par le rayon best-seller révèlent ainsi que les vieilles tensions qui parcourent la profession sont loin de s'être résorbées.

## LE BEST-SELLER EN DEBAT : ENJEUX ET PERSPECTIVES

---

La mise en place d'un service spécifiquement dédié aux best-sellers dans les médiathèques de Saint-Etienne, de Saint-Genis-Laval et de Calais a suscité chez les personnels de ces différents établissements un certain nombre d'inquiétudes, d'interrogations et de réticences. Certaines touchent à des considérations d'ordre pratique, telles que l'organisation fonctionnelle du service ou les contraintes de budget et de personnel ; d'autres touchent à la sensibilité professionnelle des agents, à l'image qu'ils se font de leur métier et de l'institution dans son ensemble. En outre, les débats suscités par la présentation du rayon best-sellers de Saint-Etienne à l'occasion de la première édition des rencontres professionnelles « Biblio Pitch<sup>103</sup> », organisées début décembre 2015 par l'Arald (l'Agence Rhône-Alpes pour le livre et la documentation), montrent que ce sujet ne laisse pas la profession indifférente. Iris Petit, responsable du rayon, en témoigne :

*Il y a vraiment eu des réactions très contrastées, très contrastées et assez passionnées (...). Il y a eu des collègues qui, certaines, étaient absolument pour en disant "il faut arrêter d'être le bibliothécaire dans son sérail qui s' imagine être seul détenteur de ce qui est bien, de ce qui est bon. Il faut aussi admettre que le public a des goûts qui ne sont pas forcément les nôtres ». A côté de ça, il y avait au contraire les bibliothécaires qui disaient, "justement c'est le cœur de notre métier, c'est de ne pas acheter ce que l'on peut trouver partout, c'est de proposer une offre différente".*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

« Proposer une offre différente » ou répondre aux goûts du public, voilà sans doute le principal point d'achoppement autour de la question des best-sellers en bibliothèque. Le débat est ancien ; il faisait déjà prendre la plume à Dominique Lahary<sup>104</sup>, Bertrand Calenge<sup>105</sup> ou Claude Poissenot<sup>106</sup> dans les années 2000. David-Jonathan Benrubi évoquait même, dans un article de 2009, la « question des best-sellers, qui tel le Matou revient<sup>107</sup> ». Il est vrai qu'elle anime régulièrement la profession, notamment en lecture publique : « Faut-il suivre les demandes exprimées par les usagers, ou affirmer avec force des choix culturels et éducatifs ? » s'interrogeait ainsi Bertrand Calenge en mars 2001. Il ne semble pas, au premier abord, que la question ait beaucoup évolué depuis ce temps-là. Pourtant, l'enquête au sujet d'un rayon best-sellers que nous avons menée auprès des professionnels, toute modeste qu'elle puisse être, semble indiquer que le centre de gravité du débat a connu une légère inflexion : aujourd'hui, l'acquisition de

<sup>103</sup> BÜRKI, Reine, « Biblio Pitch 2015 », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2016, n° 7. Disponible en ligne : [http://bbf.enssib.fr/tour-d-horizon/biblio-pitch-2015\\_65752](http://bbf.enssib.fr/tour-d-horizon/biblio-pitch-2015_65752).

<sup>104</sup> LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français* (ABF), n°189, 2000, p. 92-102. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>.

<sup>105</sup> CALENGE, Bertrand, "La collection entre offre et demande ?", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n° 2, 2001. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-02-0040-003>

<sup>106</sup> POISSENOT, Claude , « Enquête sur la présence des succès de librairie dans les médiathèques », *Biblioacid*, 2004. Disponible en ligne : [https://hal.archives-ouvertes.fr/sic\\_00000973](https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_00000973)

<sup>107</sup> BENRUBI, David-Jonathan, "Enquête sur les consommations culturelles des bibliothécaires", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n° 4, 2009. Disponible sur le Web: <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-04-0006-001>



best-sellers paraît faire l'objet, sinon d'un certain consensus, à tout le moins d'une certaine tolérance, et le point d'achoppement semble s'être décalé vers la question de leur valorisation au sein des collections. Ou n'est-ce qu'un écran de fumée, dissimulant la survivance d'anciennes tensions ?

## **LA PROBLEMATIQUE DU BEST-SELLER EN BIBLIOTHEQUE : CONTEXTE PROFESSIONNEL ET ENJEUX**

« Offre » et « demande », « bibliothécaires prescripteurs » et « bibliothécaires fournisseurs », « service public » et « service au public » ... Ces deux légitimités traversent et fondent le débat autour du best-seller depuis une vingtaine d'années. A ce titre et afin de mieux comprendre la problématique d'un « rayon best-sellers » en bibliothèque, il nous a semblé nécessaire de revenir sur chacun de ces concepts et de les mettre en perspective.

### **Contexte et enjeux de l'offre en bibliothèque**

Quel est le sens et les enjeux d'une offre de best-sellers en bibliothèque ? Dans quel contexte institutionnel et professionnel s'inscrit-elle ?

#### *Qu'est-ce que l'offre en bibliothèque ?*

Les termes d'offre et de demande sont issus du vocabulaire économique : l'une désigne l'ensemble des productions (bien ou service) offertes à la vente ; la seconde désigne la quantité d'un bien ou d'un service qu'un consommateur, à un moment donné, est disposé à acquérir en fonction de son prix sur le marché. En bibliothèque, la notion d'offre est quelque peu particulière, puisqu'elle a la spécificité d'être non-cessible : à la différence du circuit commercial de l'édition, et quelles que soient par ailleurs les causes ou les formes de cette acquisition, les documents réintègrent toujours les collections. C'est le principe même du prêt, qui définit et encadre les modalités de l'offre en bibliothèque. Si nous parlons essentiellement de documents, c'est que l'offre en bibliothèque renvoie généralement à l'ensemble des collections et supports sélectionnés et proposés par la bibliothèque à son public. Cependant, cette notion d'offre s'applique aussi aux services rendus par une bibliothèque : on parle alors, plus spécifiquement, d'offre de services. Pour les besoins de l'étude, on ne considérera cependant que le volet documentaire de l'offre, dans laquelle s'insèrent les best-sellers.

Au-delà de ces aspects purement techniques, l'offre en bibliothèque est porteuse d'une intention forte. L'offre, écrit Bruno Maresca, désigne « le travail des institutions culturelles pour rendre accessibles et attractifs le savoir et la culture<sup>108</sup> ». Cette logique d'une mise en valeur d'une politique publique de la culture, et à travers elle d'une politique publique de la lecture, engage, de fait, une certaine vision de l'institution et de ses missions, qui dépasse la simple satisfaction des besoins de la population. La bibliothèque doit être une force de « propositions

---

<sup>108</sup> MARESCA, Bruno ; GAUDET, Françoise ; et EVANS, Christophe, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : Attractivité, fréquentation et devenir*, Paris, Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2007 (généré le 01 septembre 2016), p.123. Disponible en ligne : <http://books.openedition.org/bibpompidou/176>.

alternatives<sup>109</sup> » ; elle doit, comme l'expliquait Jean-Claude Utard, proposer une offre « complémentaire à l'offre marchande<sup>110</sup> ». Cette politique d'offre, Cécile Rabot la définit comme le fait de « sélectionner des œuvres au nom de leur qualité et de créer une demande qui n'existait pas au préalable », afin de « faire découvrir des productions moins attendues susceptibles de stimuler la curiosité et d'ouvrir les horizons<sup>111</sup> ».

Cette logique prescriptive, qui sous-tend la politique d'offre, est conçue comme un outil de justification de l'action de la bibliothèque, et donc de son existence : Sonia Mourlan-Mazarguil évoque même « un écartèlement de la lecture publique entre un discours de légitimation empreint d'humanisme et une réalité en phase avec l'ordre des choses, les orientations culturelles et le fonctionnement des équipements<sup>112</sup> ». Le bibliothécaire, écrit encore Bruno David, semble soucieux d'affirmer une identité culturelle, lui qui se trouve écartelé entre la « consommation (honnie) » des biens qu'il met à disposition des publics et la « création (sacralisée)<sup>113</sup> » qu'il entend mettre en valeur.

Au nom de cette logique, une politique d'offre qui inclurait les best-sellers paraîtrait illégitime : pur produit du système marchand, ils sont déjà largement empruntés par ailleurs et ne justifient pas une médiation particulière.

### *Contexte de l'offre :*

L'offre s'appréhende à travers le prisme d'un certain nombre de représentations, au croisement de contextes (socio-historique, professionnel) et d'opportunités. Ainsi, si la lecture est un acte personnel, « chaque lecteur participe à une culture collective qui contribue à fonder le sens de sa lecture personnelle<sup>114</sup> ». A ce titre, une offre revêtira « des sens différents selon la communauté [...] qui la considère » : le regard français sur le best-seller, par exemple, outre qu'il est le reflet d'une époque, est ainsi très différent des regards américains ou japonais. Il est le fruit des rapports particuliers que notre société entretient avec la culture, et résulte d'une certaine conception de la bibliothèque :

*Il est intéressant de remarquer que [la question de l'adéquation entre offre et demande] est particulièrement brûlante dans les pays qui, comme la France, ont d'abord conçu leurs bibliothèques comme des lieux de dépôts accumulés, sources d'une offre fondée sur le stock, et où l'abondance d'acquisitions onéreuses reste un phénomène récent. En revanche, la démarche nord-américaine, dépourvue de cette histoire particulière, a*

<sup>109</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015, p. 168.

<sup>110</sup> UTARD, Jean-Claude, « Les bibliothèques et l'édition indépendante », dans Emmanuel Payen (dir.), *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, Paris, Editions du Cercle de la Librairie, 2004, p. 166.

<sup>111</sup> RABOT, Cécile, « Les « Coups de cœur » d'une bibliothèque de lecture publique : valeurs et enjeux professionnels d'une sélection littéraire », *Culture & Musées*, n°17, 2011, p. 68-69.

<sup>112</sup> MOURLAN-MAZARGUIL, Sonia, *"Les bibliothécaires, ennemis de la bibliothèque ?"* ; sous la direction de Dominique Lahary, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2012, p.18. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56768-les-bibliothe-caires-ennemis-de-la-bibliotheque.pdf>

<sup>113</sup> DAVID, Bruno, « Le manège enchanté des bibliothécaires », *Bulletin des Bibliothèques de France (BBF)*, 2004, n°6, p.87-97. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-06-0087-001>.

<sup>114</sup> CALENGE, Bertrand, "La collection entre offre et demande ?", *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 2, 2001. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-02-0040-003>.

*toujours fondé les acquisitions sur leur adéquation à des publics réels ou potentiels*<sup>115</sup>.

Si l'offre de best-sellers suscite certaines crispations en France, elle apparaît ainsi beaucoup plus naturelle aux Etats-Unis, où nombre de bibliothèques publiques ont automatisé l'acquisition des best-sellers<sup>116</sup> et proposent des services documentaires dédiés (liste des derniers titres, clubs de lecture...); certains établissements ont même mis en place des dispositifs de prêt adaptés (la bibliothèque Ann Arbor propose ainsi un rayonnage de best-sellers en rotation rapide, "a quick pick section", où les usagers peuvent emprunter des documents pour une durée maximale d'une semaine<sup>117</sup>).

Il faut également prendre en compte le contexte professionnel dans lequel s'insère cette notion d'offre : l'offre, c'est aussi une pratique, celle de l'acquisition. Elle constitue encore le cœur de l'activité du bibliothécaire pour nombre de professionnels : « J'acquiers, donc je suis<sup>118</sup> », résumait Sonia Mourlan-Mazarguil. Dans son mémoire d'études réalisé en 2012, elle rapporte ainsi que sur quinze bibliothécaires interrogés, onze avaient placé la gestion des collections avant même le public, l'accueil, ou la médiation. L'acquisition est en effet vue comme une reconnaissance, à la fois de son professionnalisme par les collègues et de son utilité par les publics. A cet égard, l'acquisition de best-sellers apparaît comme une fausse sélection, puisqu'elle ne s'opère jamais que sur un ensemble limité de titres prédéterminés par les chiffres de vente. Elle ne permet pas à l'acquéreur d'exercer librement ce travail d'expertise et de sélection, et le rend complice de stratégies commerciales qui n'ont que peu à voir avec les ambitions humanistes de la bibliothèque.

En matière de pratiques professionnelles, il est également question de familiarité avec l'offre : plus grand est l'écart entre les lectures personnelles des agents et celles des publics, plus il est plausible d'envisager une méconnaissance de leurs besoins, voire une distanciation avec les objets sur lesquels s'exerce cette lecture. Au vu des réactions de rejet que le best-seller suscite parfois chez les bibliothécaires, on peut ainsi se demander s'ils lisent eux-mêmes ce type de documents. Il semble, d'après l'étude menée par David-Jonathan Benrubi<sup>119</sup>, que la « curiosité bibliothécaire favorise les incursions exotiques ». Ainsi, un « tiers des agents de catégorie A et la moitié des agents de catégorie B [interrogés] ont lu au moins un livre de Marc Lévy ou de Guillaume Musso, tandis que 40% de la population enquêtée ont lu plusieurs livres d'Anna Gavalda ». Même si ces observations restent insuffisantes pour établir des généralités, l'auteur tente d'expliquer ces chiffres par le fait qu'en lecture publique, « l'influence de la culture personnelle sur l'exercice du métier et celle réciproque de la pratique professionnelle sur les consommations culturelles sont perçues comme fortes ou

---

<sup>115</sup> Ibid.

<sup>116</sup> KENNEY, Brian, « What we buy now », *Publishers Weekly*, 2013. Disponible en ligne : <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/libraries/article/55555-what-we-buy-now.html>

<sup>117</sup> GORDON Michelle, HAACK Allison, VERNON Rebecca, SAULTER Tiffany et SHAW Debora, « Multiple Copies of Bestsellers in Public Libraries: How Much Is Enough? », *Public Library Quarterly*, 2014, p. 153. Disponible en ligne : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01616846.2014.910725>.

<sup>118</sup> MOURLAN-MAZARGUIL, Sonia, "Les bibliothécaires, ennemis de la bibliothèque ?" ; sous la direction de Dominique Lahary, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2012, p.33. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56768-les-bibliothe-caires-ennemis-de-la-bibliotheque.pdf>.

<sup>119</sup> BENRUBI, David-Jonathan, "Enquête sur les consommations culturelles des bibliothécaires", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n° 4, 2009. Disponible sur le Web: <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-04-0006-001>

très fortes, et la première plus forte que la seconde [...] ». Les consommations personnelles joueraient ainsi un rôle plus marqué en lecture publique qu'en bibliothèque universitaire. La sensibilité culturelle et identitaire des bibliothécaires y serait plus forte, et se serait notamment construite contre certaines lectures perçues comme illégitimes, tel que le best-seller.

### *Intentions de l'offre :*

Le fait pour une bibliothèque d'acquérir des documents confère à ces derniers une valeur publique, une légitimité particulière tant du point de vue de leurs contenus que de leur adéquation aux besoins et attentes des publics. L'acquisition n'est donc pas un acte anodin : elle donne sa coloration à la collection ; elle manifeste une intention plus ou moins formulée et plus ou moins consciente. Les collections d'un établissement disent ainsi certaines choses sur son orientation, et notamment sur les objectifs poursuivis en termes de publics. L'offre documentaire, en ce sens, renvoie toujours une certaine image de la bibliothèque.

Considérant ces différents contextes, « la présence affirmée ou le rejet de certains genres ou titres fera paraître la collection tout entière complice ou étrangère à certains groupes de publics<sup>120</sup>. » Dominique Lahary ne disait pas autre chose lorsqu'il écrivait qu'« exclure des livres, ce peut être du même coup, et quelles que soient les intentions, exclure des gens<sup>121</sup> ». « Si quiconque entrant dans une bibliothèque ne décèle rien qui lui soit déjà familier, alors il lui est signifié, j'ose dire avec violence, que cet endroit n'est pas pour lui », précise-t-il. A cet égard, ne pas acquérir de best-sellers est tout aussi lourd de sens que le fait d'en acquérir. Ce souci de satisfaire tous les publics, cependant, ne doit pas inciter à acheter tout et n'importe quoi -le rêve d'une bibliothèque contenant tout le spectre de la production éditoriale n'est jamais qu'un mythe-, mais il invite à réfléchir au fait qu'une « acquisition potentielle s'inscrit sans doute dans l'univers de lecteurs espérés<sup>122</sup> ». En ce qui concerne l'offre de best-sellers, elle semble effectivement correspondre aux attentes d'une grande partie de la population.

L'état de l'offre reflète enfin la position de la bibliothèque vis-à-vis des évolutions de la société, des nouveaux usages et des nouvelles pratiques. En 2004, Patrick Bazin appelait déjà de ses vœux une évolution de la relation entre bibliothécaire et usager : « Cela suppose, inévitablement, d'accepter, d'une part, une bonne dose d'hybridation culturelle et, d'autre part, une approche orientée services, ne craignant pas, dans une certaine mesure, les pressions du consumérisme. C'est seulement à ce prix que les bibliothécaires pourront espérer remplir leur rôle de passeur et contribuer à l'animation d'un véritable espace public<sup>123</sup>. » Au jour d'aujourd'hui, qui voit l'essor des politiques orientées usagers, une telle réflexion semble de plus en plus incontournable.

<sup>120</sup> CALENGE, Bertrand, "La collection entre offre et demande ?", *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 2, 2001. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-02-0040-003>.

<sup>121</sup> LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français (ABF)*, n°189, 2000, p. 92-102. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>.

<sup>122</sup> Op. cit. CALENGE.

<sup>123</sup> BAZIN, Patrick, « Plus proche des lointains », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n°2, 2004, p. 12. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-02-0008-002>.

## Contexte et enjeux de la demande en bibliothèque

L'une des missions principales des bibliothèques est de mettre en œuvre une politique documentaire répondant aux besoins et attentes des publics desservis. La prescription documentaire doit donc se doubler d'une logique de réponse à la demande, de telle manière que les collections et ressources proposées correspondent aux usages constatés et aux désirs de la population. Dans le *Métier de bibliothécaire*, Dominique Peignet écrivait qu'« il faut être capable de mettre en relation, de communiquer, d'entendre une demande et de l'orienter vers les documents et ressources préalablement sélectionnés en fonction de leur qualité et de leur adéquation à la demande<sup>124</sup> ».

### *Satisfaire la demande : un impératif de service public*

La Charte des bibliothèques, adoptée par le défunt Conseil supérieur des bibliothèques en 1991, définissait la bibliothèque comme « un service public nécessaire à l'exercice de la démocratie. Elle doit assurer l'égalité d'accès à la lecture et aux sources documentaires pour permettre l'indépendance intellectuelle de chaque individu et contribuer au progrès de la société<sup>125</sup>. » Aussi, et bien que l'on trouve rarement mention des bibliothèques en tant que service public dans les textes réglementaires, c'est bien sous l'égide de ses principes que l'institution entend se penser, et notamment à la lumière de ces caractéristiques essentielles du service public que sont l'égalité d'accès et la mutabilité. C'est en effet en vertu de ceux-ci qu'il faut penser la pertinence des collections et des services, et plus largement, la question de la demande.

Le principe d'égalité d'accès s'incarne essentiellement en bibliothèque dans l'égalité d'accès à la connaissance et à la culture, dont la vision malrucienne s'est longtemps faite le porte-parole ; il constitue même un élément de justification de son utilité sociale. Mais la bibliothèque doit également donner un égal accès au loisir. *Les services de la bibliothèque publique : principes directeurs de l'IFLA/UNESCO*, publiés en avril 2001, soulignaient ainsi cette dimension trop souvent écartée :

*Les bibliothèques publiques ont pour objet principal de fournir des ressources et des services dans tous les types de médias pour répondre aux besoins des individus et des groupes en matière d'éducation, d'information et de développement personnel, ceci incluant la détente et le loisir. Elles jouent un rôle important dans le progrès d'une société démocratique en donnant aux individus accès à une large gamme de savoirs, d'idées et d'opinions<sup>126</sup>.*

La détente et le loisir relèvent ainsi du « développement personnel » tout autant que la culture ou l'étude. « Il n'y a pas d'un côté la culture et de l'autre la distraction et il n'est pas nécessaire d'appliquer systématiquement un filtre de

---

<sup>124</sup> PEIGNET, Dominique (dir.), MOUREN, Raphaële, *Le métier de bibliothécaire*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 2007, p. 63.

<sup>125</sup> Article 3 de la *Charte des bibliothèques adoptée par le Conseil supérieur des bibliothèques le 7 novembre 1991*, Extrait du Rapport du président pour l'année 1991, Paris, Association du Conseil supérieur des bibliothèques, ministères de l'Éducation nationale, de la Culture et de la Recherche, 1991. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1096-charte-des-bibliotheques.pdf>

<sup>126</sup> « Les buts de la bibliothèque publique », *Les services de la bibliothèque publique : principes directeurs de l'IFLA/UNESCO*, Fédération internationale des associations de bibliothèques, Section des bibliothèques publiques, 2001, p.6. Disponible en ligne : <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001246/124654f.pdf>.

légitimité culturelle pour décider si tel document est digne ou non d'une collection de bibliothèque<sup>127</sup> », écrivait Dominique Lahary en 2010. L'égalité d'accès aux ressources et services de la bibliothèque implique nécessairement une égale présence de ces ressources et services au sein de l'établissement.

Ce principe d'égalité d'accès suppose également de prendre en compte la demande des usagers, afin de se donner les moyens de son action. Le principe du service public suppose donc que la bibliothèque réponde aux besoins des usagers dans leur plus grande diversité. Elle est censée satisfaire leur demande, surtout lorsque celle-ci est massive et non individuelle. Cette logique de réponse à la demande peut ainsi apparaître comme une exigence de service public. « Il s'agit donc d'éviter une forme d'ethnocentrisme lettré qui hiérarchiserait les demandes en fonction du degré de légitimité culturelle des biens demandés<sup>128</sup> », explique Cécile Rabot. Un établissement de lecture public doit au contraire reconnaître la pluralité des usages et des goûts, mais aussi la diversité des profils de lecture.

Enfin, la satisfaction de la demande est aussi une exigence concrète : si l'utilisateur ne trouve pas ce qu'il est venu chercher, il peut désertier la bibliothèque. Or, si cette dernière se conçoit comme un service public, elle doit avoir à cœur d'assurer sa permanence dans le temps. Cela nécessite que soit mis en œuvre un autre principe du service public : la mutabilité, ou la capacité d'adaptation. Dominique Arot écrivait même qu'il « s'agit d'un principe constitutif de la culture professionnelle des bibliothécaires qui ont le devoir de proposer à leurs tutelles des projets permettant à la bibliothèque de demeurer un service pertinent face aux évolutions de la société et aux mutations technologiques<sup>129</sup> ». Peut-être cette évolution passe-t-elle, par exemple, par une revalorisation de l'offre de best-sellers : le succès du rayon de Saint-Etienne, son taux de rotation élevé, indique d'ailleurs qu'une telle offre correspond à une demande bien réelle, et même massive. Le public veut trouver en bibliothèque ce qui sort en librairie et ce dont on parle dans les médias. Si cette notion de mutabilité peut amener à repenser la fonction documentaire de l'institution, il n'est cependant pas question de se supplanter aux librairies ou aux grandes surfaces : comme le faisait remarquer Dominique Lahary, « rares semblent être les bibliothécaires (...) qui pensent que les bibliothèques doivent fournir la demande de best-sellers à la hauteur où elle s'exprime, quitte à les louer comme font nombre de villes québécoises<sup>130</sup> ». Le souci de complémentarité manifesté par les bibliothèques de Saint-Etienne, Saint-Genis-Laval et Calais s'inscrit dans cette logique.

### *L'utilisateur au cœur des services de la bibliothèque : la démarche UX*

Le terme UX (*user experience* ou expérience utilisateur) a été inventé au début des années 1990. Il vient préciser la notion jusque-là assez vague de *design* centré sur l'utilisateur, c'est-à-dire la conception de services adaptés aux usagers. Il ne s'agit plus de concevoir des services à partir de besoins présumés, mais de définir des méthodologies et des outils qui permettent d'appréhender cette

<sup>127</sup> LAHARY, Dominique, « Bibliothèque, politiques publiques, service public », *BIBLIOTHÈQUE(S)*, n°53-54, 2010, p.13. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/59925-53-54-service-public.pdf>

<sup>128</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015, p. 191.

<sup>129</sup> ALIX, Yves (dir.), *Le métier de bibliothécaire*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 2013, p. 55.

<sup>130</sup> Op. cit. p.80, LAHARY.

expérience d'utilisateur, notamment en se basant sur l'observation directe des usages. La démarche UX, au-delà d'une simple conception orientée utilisateurs, intègre également une notion de projet : son objectif est de concevoir de nouveaux services ou d'adapter des services existants, afin qu'ils procurent à l'utilisateur une expérience globale plus agréable. Il s'agit de les rendre « utiles, utilisables, désirables<sup>131</sup> » :

-utile, car un service doit satisfaire un besoin. Si la bibliothèque ne satisfait pas les besoins de ses usagers, si elle n'est pas utile, elle ne peut avoir de l'importance aux yeux de la population desservie (ou des élus).

-utilisable, car un service aura beau être utile, s'il est difficile à utiliser ou cause de frustration, les usagers n'y auront pas recours. « Se contenter d'être utilisable ne suffit pas à ce que les gens utilisent réellement un service, mais y contribue à coup sûr<sup>132</sup>. »

-désirable, enfin, car il ne suffit pas qu'un service soit utile et utilisable pour que les usagers l'utilisent : encore faut-il qu'ils en aient connaissance, et que ce service suscite chez eux une envie.

Ce recentrage des activités de la bibliothèque vers les publics est intéressant à considérer, car il manifeste une évolution des pratiques professionnelles. Il illustre un changement de paradigme, observé depuis une vingtaine d'années déjà mais qui tend à s'afficher avec de plus en plus d'éclat : les bibliothèques ne sont plus des entrepôts de livres, axées autour des seules collections. Elles placent désormais l'utilisateur au cœur de la réflexion. On considère habituellement que dans une bibliothèque traditionnelle, 70% de l'espace est consacré aux collections, contre 30% pour le public. Aujourd'hui, la plupart des nouvelles bibliothèques appliquent le ratio inverse : 70% de l'espace est désormais consacré au public, contre seulement 30% pour les collections. C'est la vogue des « bibliothèques troisième lieu », tels que l'Alpha à Angoulême ou le Puzzle à Thionville, et des *learning centers* comme LILLIAD Learning center Innovation de l'université Lille 1, qui consacrent de vastes espaces aux publics : espace de travail (en groupe ou individuel), de repos, de restauration ou encore de créativité (FabLab, Makerspaces, Hackerspaces, MediaLab et autres formes de laboratoires et d'ateliers de fabrication numérique). Non seulement les services orientés usagers placent ces derniers au cœur des activités de l'institution, mais elles les intègrent de plus en plus dans les processus de *design* de services, et plus largement à la réflexion sur l'avenir des bibliothèques. La démarche de co-construction pousse à l'extrême cette logique, puisqu'elle reconnaît à l'utilisateur des compétences qui peuvent être utiles aux bibliothèques : ainsi, le cas bien connu de la médiathèque de Lezoux, dont l'aménagement intérieur et l'offre de services ont été pensés avec les usagers. C'est dans ce contexte particulier qu'il faut repenser la demande de best-sellers.

---

<sup>131</sup> ETCHES, Amanda, SCHMIDT, Aaron, *Utile, utilisable, désirable, Redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2016. Réalisé par l'American Library Association (ALA) en 2014 et traduit par une équipe de bibliothécaires, cet excellent guide pratique, centré sur l'utilisateur des bibliothèques, permet aux établissements engagés dans des projets d'amélioration de services aux publics de s'auto-évaluer. Disponible en ligne : [http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt\\_Utile-utilisable-desirable.pdf](http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt_Utile-utilisable-desirable.pdf)

<sup>132</sup> Ibid.

*Le best-seller, expression d'une demande "illégitime" et "tyrannique"*

Indépendamment des considérations précédentes, le best-seller n'est pas un objet anodin. Il est l'expression d'une demande qui apparaît bien souvent en contradiction avec les objectifs poursuivis par l'établissement.

Le best-seller suscite des réticences parce qu'il se « fonde sur un succès médiatique toujours suspect<sup>133</sup> » : qu'ils soient accusés de médiocrité ou d'artificialité, les best-sellers font l'objet d'une certaine méfiance chez les bibliothécaires, voire d'une réaction de rejet pouvant aller « jusqu'au refus de lecture<sup>134</sup> ». Ce qui semble poser problème aux professionnels, ce n'est pas tant la logique du succès « que le fait que ce succès soit moins ici une reconnaissance du public que le fruit d'adroites stratégies commerciales<sup>135</sup> » attirant l'attention sur des auteurs qui ne le méritent pas ou qui n'en ont pas réellement besoin. C'est cela qui fonde la différence entre le succès d'un best-seller issu des circuits classiques du marketing, nécessairement suspect, et le succès d'un best-seller consacré par le bouche-à-oreille, « naturel » et peut-être seul « véritable ». Car la mission de la bibliothèque pour une partie de la profession, n'est pas de suivre ou même d'anticiper une demande créée par des stratégies marchandes, cette logique s'opposant à la politique d'offre que nous avons évoquée plus haut et sur laquelle elle fonde son identité. Par ailleurs, elle tendrait à faire de la bibliothèque un lieu de consommation comme les autres, et des bibliothécaires des « fournisseurs » garnissant les rayons en biens de grande consommation. Cette critique cristallise un sentiment plus vaste qui touche à l'évolution de la mission des bibliothèques : pour Bruno David, la bibliothèque moderne n'a plus pour mission d'aider à comprendre le monde, mais seulement à s'y adapter. Cette perte d'ambition se double d'un appauvrissement même de la vision humaniste de la bibliothèque. Il dénonce une « supermarchandisation des bibliothèques », qui sous le vernis d'une ouverture sur le monde, transforme la culture d'une « richesse sans valeur » à une « valeur sans richesse – c'est-à-dire accumulation de biens sans autre perspective que d'être consommés<sup>136</sup> ».

Le best-seller cristallise également des tensions liées à l'émergence du concept d'usager en bibliothèque et l'évolution des pratiques professionnelles induites par celui-ci.

*L'usager – terme dont la sémantique traduit à merveille le passage d'une conception éducative et culturelle de la bibliothèque à une conception axée sur l'exercice inconditionnel d'un droit d'usage –, l'usager, donc, entend avoir à disposition tout ce qui peut satisfaire ses besoins en matière culturelle, de loisirs et d'information (...). En d'autres termes, les bibliothèques étaient des lieux où l'on cherche ; elles sont désormais des lieux où l'on trouve<sup>137</sup>.*

Bruno David manifeste ainsi ce sentiment d'une dépossession de la bibliothèque au profit des usagers, désormais investis d'un « droit d'usage » sur les

<sup>133</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015, p. 164.

<sup>134</sup> Ibid.

<sup>135</sup> Ibid.

<sup>136</sup> DAVID, Bruno, « Le manège enchanté des bibliothécaires », *Bulletin des Bibliothèques de France (BBF)*, 2004, n°6, p.87-97. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-06-0087-001>.

<sup>137</sup> Ibid.



collections : « l'usager des bibliothèques, écrit-il avec une certaine virulence, est ainsi légitimé à se comporter en nourrisson tyrannique et à attendre contentement et satiété de la satisfaction plénière de ses désirs. » Ils peuvent ainsi exiger les dernières parutions, et s'insurger qu'elles ne soient pas disponibles dans les temps. Cette évolution, entérinée par les politiques de rationalisation de l'action publique, fait craindre le passage d'un « service public » à un « service au public » dans lequel la politique d'offre serait éclipsée au profit d'une satisfaction optimale de la demande. Certains bibliothécaires dénoncent ainsi la nature « moutonnaire » de l'usager, qui se rend à la bibliothèque pour emprunter les livres dont il a entendu parler dans les médias et qu'il ne veut ou ne peut s'acheter ; usager par trop influençable, qui cède aux sirènes de l'opinion et force les bibliothécaires à acquérir des ouvrages qui vont à l'encontre des exigences de qualité du service public.

### **Faut-il satisfaire la demande ou valoriser une prescription culturelle ? Le best-seller en débat.**

Produit d'une demande créée par des stratégies marchandes, étranger aux propositions plus humanistes des bibliothécaires, le best-seller cristallise mieux qu'aucun autre document les tensions entre ces deux légitimités.

#### ***Rechercher un équilibre : la politique d'acquisition en « tension »***

Prescription culturelle et satisfaction de la demande paraissent antithétiques dans leur finalité. Si la bibliothèque choisit de proposer des lectures différentes de ce à quoi l'usager est habitué, de présenter des auteurs ou des sujets peu connus du public, elle court le risque de s'aliéner ceux à qui elle est censée s'adresser. Si les usagers ne se retrouvent pas dans les propositions de la bibliothèque, on peut dire, en un sens, que cette dernière ne répond pas à sa mission de service public. A l'inverse, si la bibliothèque fait le choix d'acquérir ce que les usagers demandent, les livres dont l'on parle dans l'actualité médiatique, non seulement elle appauvrit d'autant ses propositions de lecture -laquelle se retrouve réduite à ce qui est déjà connu- mais elle ne peut être cette « force de propositions » dont parlait Madeleine Deloule en 2005<sup>138</sup>, capable de faire découvrir de nouvelles lectures et d'élargir l'horizon des lecteurs.

La politique d'acquisition est donc l'exercice permanent d'une « tension » entre « la satisfaction d'exigences immédiates et la continuité d'une offre qui, parfois, se construit contre la demande<sup>139</sup> ». Dominique Lahary précise même que c'est cette tension qui fait toute la valeur ajoutée de l'offre documentaire des bibliothèques : « Non au simple reflet de la demande, non à une politique qui ne serait que de l'offre, c'est la tension qui est intéressante<sup>140</sup> », écrit-il. Il ne s'agit pas simplement de répondre à la demande du public sans réflexion sur la

---

<sup>138</sup> DELOULE, Madeleine, « Le choix des livres par les bibliothécaires », site de l'Association des Directeurs de Bibliothèques Départementales de Prêt (ADBDP), posté le 15 août 2005. Disponible en ligne : <http://adbdp.web03.b2f-concept.net/spip.php?article521>.

<sup>139</sup> CALENGE, Bertrand, *Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 1996.

<sup>140</sup> LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français (ABF)*, n°189, 2000, p. 92-102. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>.

collection, ni de proposer qu'une offre sans concertation avec le public : il faut un équilibre entre offre et demande. L'exercice de cette tension est aussi une affaire de compromis : Dominique Lahary invite ainsi à ne pas prioriser les acquisitions, surtout si cette priorisation s'opère au détriment des franges de la collection, mais à répartir l'effort sur l'ensemble des segments de collection de manière à ce que « les victimes soient équitablement réparties dans toutes les catégories et tous les niveaux de légitimité ». C'est aussi une affaire de concession : accepter, par exemple, que la collection puisse avoir besoin de produits d'appel.

La plupart des bibliothèques observent déjà cet équilibre, et il n'y a pas de raison de craindre une polarisation de la politique d'acquisition en faveur de l'une ou l'autre de ces pratiques. Une politique d'acquisition qui ne suivrait que les suggestions des lecteurs et se baserait uniquement sur les taux de rotation n'est pas tenable, et n'existe d'ailleurs pas en France. La pression de certains lecteurs est réelle, mais elle ne se traduit jamais par une soumission aveugle aux demandes : « elles sont toujours filtrées par des principes plus ou moins implicites qui fixent des cadres aux institutions (nombre d'exemplaires limité, catégories ou genres refusés)<sup>141</sup> », rappelle ainsi Bertrand Calenge. Les expériences de Saint-Etienne, Saint-Genis-Laval et Calais pour le best-seller attestent qu'il s'opère toujours un niveau minimal de sélection, sans compter les contraintes budgétaires qui représentent un incontournable garde-fou. Et pour l'heure, l'idée ne viendrait à personne d'appliquer cette démarche à l'ensemble des collections. Mr Marin, directeur du réseau de lecture publique de Saint-Etienne, témoigne ainsi de cette réticence à remettre en cause « l'approche traditionnelle de la documentation » lorsqu'il affirme ne pas vouloir « tout chambouler et tout remplacer<sup>142</sup> ». A *contrario*, une politique d'acquisition résolument élitiste, qui conduirait le bibliothécaire à ignorer ses publics, n'existe pas non plus : les bibliothécaires sont toujours sensibles à la manière dont les publics reçoivent et s'approprient les collections, aujourd'hui plus que jamais. Si la place de plus en plus centrale accordée aux usagers en bibliothèques n'y suffisait pas, la rationalisation des politiques publiques les incite de toute manière à mesurer les résultats de leur activité par des critères chiffrés.

### *Ne pas décrier la demande des usagers :*

Cette recherche du compromis que nous évoquions plus haut devrait inciter le bibliothécaire à envisager les demandes de lecteur non pas comme une sollicitation impérative chargée du poids de l'obligation, mais comme un dialogue avec l'institution :

*Croire que tout titre acquis doit correspondre à un dessein ou destin prédéterminé, c'est encore croire que la collection n'est qu'une accumulation de titres si particuliers que leur rassemblement ne crée rien d'autre qu'une commensalité. [...] Aussi, dans le respect de règles mûrement débattues et explicitées pour les grandes orientations de la collection [...], les suggestions des lecteurs peuvent être comprises comme un débat de ces lecteurs avec les bibliothécaires, un impératif démocratique<sup>143</sup>.*

<sup>141</sup> CALENGE, Bertrand, "La collection entre offre et demande ?", *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 2, 2001. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-02-0040-003>.

<sup>142</sup> Extrait d'entretien du 14/06/2016 avec François Marin.

<sup>143</sup> Op. cit. CALENGE.

Le lecteur n'est pas un ennemi de la bibliothèque imposant ses vues par la force -bien que certains usagers puissent se montrer fort peu diplomatiques dans leur demande-, mais un partenaire avec lequel l'institution se pense, se construit et évolue. La confrontation des opinions ne peut être le seul fait des professionnels, dans un « autocentrisme » que l'on reproche souvent à la bibliothèque<sup>144</sup>. A chacun son rôle, oui, mais en autorisant les interpénétrations : si le bibliothécaire fixe les cadres de la politique documentaire, pourquoi l'utilisateur ne pourrait-il pas y contribuer, si ses propositions ne contreviennent pas au cadre et aux orientations fixés ? Il sera, par ailleurs, toujours possible de désherber un titre mal acquis : l'erreur est humaine, et l'expérimentation est aussi gage d'innovation. Les suggestions des lecteurs peuvent également venir en soutien de l'activité d'acquisition : Jean-Raphaël Rondreux, directeur de la bibliothèque municipale de Senlis, nous expliquait ainsi qu'elles pouvaient « combler un manque<sup>145</sup> », un oubli. Enfin, il nous semble que la confiance est une notion fondamentale du service public, qui cimente l'intérêt de la population envers l'institution : prendre en compte les suggestions des lecteurs, c'est aussi manifester une certaine confiance envers leur jugement.

***Se méfier d'une prescription qui ne serait que le reflet d'une sensibilité :***

Le débat qui existe autour du best-seller se nourrit aussi, comme nous l'avons esquissé précédemment, de la question de son adéquation avec la mission prescriptive de la bibliothèque : est-ce qu'il est dans les missions de cette dernière d'acquérir des documents qui ne relèvent pas de la prescription ? Nous avons vu que la prise en compte de la dimension du loisir dans l'offre documentaire des bibliothèques pouvait constituer une première forme de réponse à cette question.

Mais il faut également se méfier de la prescription elle-même et de ses excès. D'une part, prescrire est un acte fort, d'autorité. C'est un mouvement descendant : Sonia Mourlan-Mazarguil évoquait « une logique d'acculturation culturelle dominante et verticale<sup>146</sup> ». Le bibliothécaire, « fort de son expertise et de son autorité professionnelle, apporterait un « supplément d'être » aux lecteurs (il les instruit, enrichit leur culture, les émancipe) ». Comment ne pas y voir un parallèle avec l'univers de l'école, dont l'enquête du Crédoc en 2005 avait montré qu'elle reste, pour un certain nombre d'utilisateurs, le cadre de référence à partir duquel ils construisent leur expérience de lecteurs<sup>147</sup> ? L'étude avait prouvé que pour une partie des jeunes adultes, la bibliothèque reste assimilée à des souvenirs scolaires peu valorisants, à l'image d'un lieu austère et ennuyeux, alors même que « l'image d'attractivité des bibliothèques penche résolument vers l'univers du loisir<sup>148</sup> ». La

---

<sup>144</sup> On citera l'intervention d'Yves Alix lors de la journée d'étude Médiadix du 15 février 2005 : *L'ennemi dans la maison ou les bibliothécaires face à eux-mêmes*, disponible sur le site de Médiadix (<http://mediadix.u-paris10.fr/archivesje/alixweb.pdf>) ou encore le mémoire d'étude de Sonia Mourlan-Mazarguil, "Les bibliothécaires, ennemis de la bibliothèque ?", déjà cité page 88.

<sup>145</sup> Extrait d'entretien du 22/11/2016 avec Jean-Raphaël Rondreux.

<sup>146</sup> LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français (ABF)*, n°189, 2000, p. 92-102. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>.

<sup>147</sup> MARESCA, Bruno, GAUDET, Françoise ; et EVANS, Christophe. *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : Attractivité, fréquentation et devenir*, Paris, Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2007, p. 40. Disponible en ligne : <http://books.openedition.org/bibpompidou/176>.

<sup>148</sup> Ibid., p. 166.

prescription est donc chargée d'un certain nombre de représentations, qui, indépendamment des intentions réelles des professionnels, donne une certaine image de la bibliothèque. Il ne s'agit pas de renoncer à cette mission humaniste : la bibliothèque doit continuer à donner des repères, à guider l'utilisateur dans l'offre de plus en plus démultipliée, complexe et diversifiée de connaissances et d'information. Avec l'irruption d'internet, avec les mirages du web et la standardisation de l'opinion, ce rôle reste plus que jamais fondamental. Mais le bibliothécaire doit pour cela accepter l'évolution des pratiques et des savoirs, la mondialisation et le partage de la connaissance.

D'autre part, la prescription introduit souvent une notion de distinction et de hiérarchisation. Choisir d'acquérir un ouvrage se fait toujours au détriment d'un autre ; mais dès lors qu'il se double d'une justification d'ordre qualitative, ce choix prend une toute autre valeur : c'est la distinction entre bons et mauvais livres, entre succès de bibliothèque et succès de librairie. Dans la mesure où cette distinction s'exprime souvent sur le mode du goût personnel (« les bibliothécaires ont aimé » et autres « Coups de cœur »), on peut douter de sa légitimité. Cette prescription n'est jamais que subjective, même lorsqu'elle ne fait que reprendre à son compte la culture professionnelle : elle relève du système de valeurs des bibliothécaires, valeurs qui ne sont pas nécessairement celles des publics. Ce système de prescription, écrit Dominique Lahary, « institue des hiérarchies invisibles quand c'est l'absence même de hiérarchisation dans la bibliothèque publique qui permet par exemple à nombre de jeunes de s'y sentir à l'aise sans avoir à y décliner leur statut scolaire ni justifier de leurs pratiques culturelles<sup>149</sup>. » Ici encore, tout est question d'équilibre.

## UNE LEGITIMATION EN DEMI-TEINTE

Les sources exploitées dans la précédente partie esquissent un contexte chronologique du débat autour de la question des best-sellers en bibliothèque : il semble qu'il soit apparu autour des années 2000, problématisé notamment par Dominique Lahary, Bertrand Calenge, Patrick Bazin, Anne-Marie Bertrand ou encore Madeleine Deloule, pour ne citer qu'eux. Il portait alors essentiellement sur la question de son acquisition -pour quelle finalité, au nom de quels besoins et dans quel contexte ? - et de son articulation avec le reste des collections. Depuis, les bibliothèques ont évolué, tant dans leur offre documentaire que dans leur manière d'appréhender l'utilisateur. Cette évolution s'est-elle accompagnée d'une révision de la place du best-seller en bibliothèque ? Le peu d'études et de contributions sur le sujet pourrait laisser croire que le débat n'est plus d'actualité. Mais est-il seulement dormant ou a-t-il évolué ?

### Quelle actualité du débat ?

A l'heure d'aujourd'hui, que pensent les bibliothécaires sur la présence de best-sellers en bibliothèque ? Leur acquisition est-elle toujours perçue comme une contrainte, ou est-elle rentrée dans la normalité des pratiques professionnelles ? Quel positionnement manifestent-ils vis-à-vis des demandes de lecteurs ? Afin de

<sup>149</sup> LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », in *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français* (ABF), n°189, 2000, p. 92-102. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>.

recueillir la sensibilité des bibliothécaires sur ces différentes questions, nous avons mis en place un questionnaire à leur intention.

### *Méthodologie du questionnaire*

Nous avons conçu ce questionnaire à la manière d'un sondage, comme une bouteille jetée à la mer : l'idée n'était pas de mener une enquête exhaustive auprès des différents établissements de lecture publique, mais de prendre le pouls de l'opinion. Il nous semblait, en effet, que la question de la valorisation des best-sellers pouvait être entendue par tous, et que c'était la profession dans son ensemble que nous souhaitions interroger. De la sorte, nous désirions favoriser les réponses spontanées et mesurer l'intérêt des professionnels pour la question, au risque de n'en mobiliser qu'un petit nombre. Dans cette optique, et afin de jouir d'une diffusion la plus large possible, nous avons contacté la liste de diffusion de l'Association des Directeurs des Bibliothèques municipales et intercommunales des Grandes Villes de France (ADBGV), en précisant que ces derniers étaient libres de transmettre le formulaire à leurs équipes. Nous avons également posté un message sur AgoraBib, le forum de l'Association des Bibliothécaires de France (ABF). Les formulaires étaient accessibles en ligne durant un mois, afin que nous ayons le temps de les traiter et de les prendre en considération dans la rédaction de ce mémoire.

Le questionnaire a été conçu pour accommoder les différents niveaux d'implication des répondants : réalisé sous Google Forms -logiciel d'enquête relativement aisé à prendre en main-, il comportait dix questions, dont huit à choix multiples et deux à réponse libre. Chacune de ces questions s'accompagnait d'une question subsidiaire « Pourquoi ? », offrant aux plus inspirés un champ de saisie libre pour s'exprimer. Il faut signaler que celle-ci a été particulièrement appréciée. Par ailleurs, afin de le rendre plus lisible, nous avons identifié trois ensembles de questions : les trois premières portaient sur l'objet best-seller, les deux suivantes sur sa légitimité en bibliothèque, tandis que les cinq dernières étaient dédiées au concept d'un « rayon best-sellers » et à ses implications en termes de politique documentaire et de service au public.

La difficulté était de formuler ces questions d'une manière relativement neutre, tout en s'assurant qu'elles suscitent la réflexion et fournissent des éléments de réponse qui soient d'un certain intérêt pour notre étude. Cet exercice s'est révélé d'un équilibre délicat : des questions trop provocatrices auraient risqué de froisser le lecteur et d'orienter les réponses, tandis que des questions trop « plates » auraient pu l'ennuyer ou n'effleurer que la surface des choses. Par ailleurs, si les cinq dernières questions du questionnaire portaient spécifiquement sur le concept d'un rayon « best-sellers », elles étaient censées dégager des enjeux plus généraux relatifs à la sélection, à l'acquisition et à la mise à disposition de ce type d'offre en bibliothèque. Cela n'a cependant pas toujours été le cas. Par ailleurs, et malgré un important travail de préparation, des formulations ont pu être mal interprétées ou prêtées à confusion.

### *Un sujet sensible ?*

En tout et pour tout, trente-deux personnes ont répondu à cette enquête, ce qui représente un taux de réponse assez faible eu égard à l'importance de sa diffusion. Le facteur temps s'est révélé prépondérant : passées les deux premières semaines, le taux de réponse a drastiquement chuté, et ce malgré nos relances :

ainsi, 28 des 32 formulaires nous sont parvenus dans les dix premiers jours de l'enquête.

Cela signifie-t-il que la profession s'intéresse peu à la question du best-seller ? Avant de tirer des conclusions aussi hâtives, il est nécessaire de prendre en considération un certain nombre de facteurs, telle que la forme du questionnaire, sa temporalité ou les modalités de sa diffusion. L'aurions-nous envoyé directement aux directeurs des bibliothèques membres de l'ADBGV, nommément, que ce taux de réponse aurait probablement été un peu plus élevé : identifier des interlocuteurs introduit en effet une notion d'obligation, et les rend plus faciles à relancer en cas de non-réponse. A cet égard, le mode de diffusion retenu présentait un défaut majeur auquel nous n'avions pas pensé, notamment en ce qui concerne la liste de diffusion de l'ADBGV : toute relance ne pouvait être que collective et donc maladroite à mettre en œuvre. Enfin, il faut prendre en considération la disponibilité des agents, et leur plus ou moins grande familiarité avec ce type de démarche.

Cela dit, il semble bien que le sujet de l'enquête ait joué un rôle dans le faible taux de réponse, même s'il est difficile d'estimer à quel point. Désintérêt ou agacement, la question du best-seller n'a pas laissé nos répondants indifférents. Ainsi, dans les jours qui ont suivi la diffusion du questionnaire, nous avons été confrontés à trois types de réaction : de l'irritation, d'une part, face à une enquête jugée ignorante des réalités du terrain ; de la déception, si l'on peut dire, quant au fait qu'elle n'aborde la question du best-seller qu'à travers le prisme d'un « rayon best-sellers », concept jugé par certains de peu d'intérêt ; et enfin, une certaine méfiance quant à la finalité réelle de l'enquête. Certains ont ainsi pensé que nous remettions en cause la présence des best-sellers en bibliothèque, et par extension, la politique documentaire des établissements. Il a fallu préciser, en introduction à ce questionnaire, que cela n'était évidemment pas le cas, et que nous ne doutions pas de la présence de ces documents dans les collections. C'est notamment à l'occasion de la neuvième question, relative aux enjeux d'un rayon best-sellers, que la plupart de ces remarques ont émergé :

*Aucune des réponses ne me semble pertinente. Les best-sellers sont disponibles systématiquement depuis 20 ans au moins dans les bibliothèques/médiathèques. Problème : personne ne le sait ! Cette enquête semble en être une preuve. Si leur seule présence devait "augmenter la fréquentation", on le saurait. Pour savoir que les best-sellers sont à l'intérieur de la bibliothèque, il faut y entrer. L'enjeu aujourd'hui est bien de faire rentrer les usagers à l'intérieur de la médiathèque.*

*Les autres réponses proposées sous-entendent que les bibliothèques n'ont pas de best-sellers à leur catalogue.*

Si le malentendu est tout à fait compréhensible -et du reste rapidement dissipé par nos soins-, il révèle tout de même une certaine crispation autour de la question du best-seller, une sensibilité qui se serait peut-être manifestée avec moins de vigueur si la question avait porté sur un autre type de document. Ainsi, nous avons perçu, chez certains de nos répondants, le sentiment d'une remise en cause de leur politique d'acquisition. Cet agacement se double d'une méfiance vis-à-vis de ce qui est perçu comme une question trop souvent agitée contre les bibliothèques, où la critique, sous couvert de bonnes intentions, se permet parfois une rare virulence.

En dépit de ses manques et faiblesses, cette enquête permet de faire ressortir quelques tendances concernant la place du best-seller en bibliothèque. Bien entendu, le nombre de formulaires remplis étant faible, il va de soi que celles-ci doivent être considérées avec prudence.

### *Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale ?*

A l'échelle de notre échantillon, il semble que l'acquisition de best-sellers fasse l'objet d'un certain « consensus ». Ainsi, à la question « Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale ? », la grande majorité des répondants ont répondu par l'affirmative.

#### QUESTION 4 - Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale?

(32 réponses)

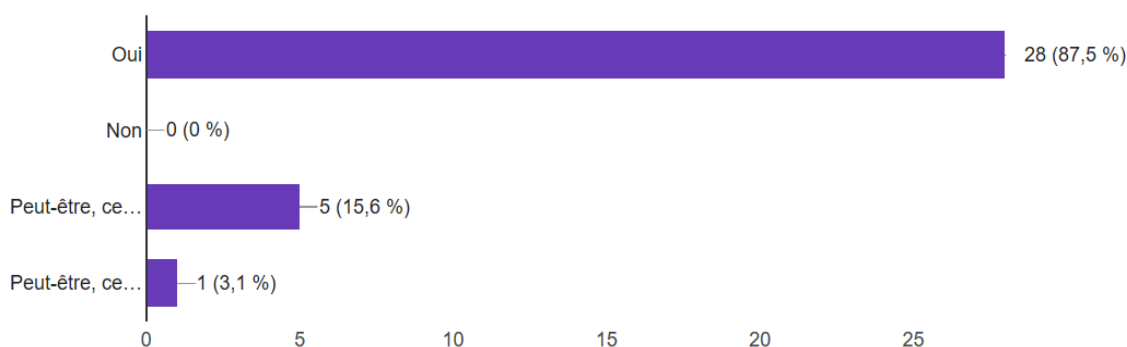


Figure 13 - Analyse des résultats de la question 4 du questionnaire<sup>150</sup>

Non seulement aucun d'entre eux n'a répondu par la négative, mais rares sont les réponses plus nuancées de type « Peut-être...<sup>151</sup> ». Ces résultats semblent donc indiquer que l'acquisition de best-sellers est aujourd'hui assez bien intégrée dans les pratiques professionnelles. Pour deux de nos répondants, elle relève même de l'évidence, au point que la question a pu leur paraître provocatrice. « Quel est le problème ? écrit ainsi une collègue, je m'offusquerais qu'un bibliothécaire puisse répondre non. » Une autre affirme qu'« il est évident qu'on ne peut pas ne pas proposer de best-sellers en bibliothèque. » Un répondant, plus modéré, écrit qu'il lui « semble normal que la bibliothèque réponde à ce type de demande. »

L'adhésion apparaît donc massive ; elle est aussi argumentée. Les répondants avancent en effet un certain nombre d'éléments de justification, que nous avons réunis en grands ensembles :

La justification la plus fréquente, que nous retrouvons dans vingt-un commentaires, est que la bibliothèque se doit de répondre aux besoins et attentes de la population desservie. A cet égard, la demande en best-sellers, qu'elle soit explicitement formulée ou de l'ordre du ressenti, s'inscrit dans cette logique. Il s'agit de proposer ce que les usagers lisent -et le best-seller, par définition, est un document massivement lu.

<sup>150</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 4.

<sup>151</sup> « Peut-être, cela dépend de ce que l'on entend par best-seller » (5 réponses), et « Peut-être, cela dépend de l'établissement » (1 réponse). La question était à choix multiples dans le cas où les répondants souhaiteraient cocher ces deux réponses, d'où un total de 34 réponses.

*Parce que nous servons des publics qui les lisent (et que nous en lisons aussi, non ?).*

*Le public s'attend à trouver en bibliothèque ce qu'il entend/voit à propos des best-sellers.*

Le second argument avancé est la notion d'égalité de traitement, qu'elle s'applique aux collections (6 commentaires) ou aux usagers (2 commentaires), ces deux préoccupations étant intimement liées. Elle suppose un traitement équitable des documents et de leur lectorat potentiel, sans jugement de valeur. La bibliothèque s'adressant à la population dans son ensemble, ses collections doivent refléter la diversité des pratiques de lecture.

*Au même titre qu'un autre livre. Pas de censure en bibliothèque.*

*Parce que la bibliothèque est là pour offrir un éventail très varié de lecture et que les best-sellers en font partie.*

Nous retrouvons également l'idée, déjà exprimée par Dominique Lahary, qu'exclure des livres revient à exclure un certain type d'usagers :

*Refuser la présence de best-sellers, c'est de facto stigmatiser un type d'usagers et lui dénier le droit de voir figurer ses préférences de lecture dans un espace public. En fait, cela s'apparente à un jugement de valeur dommageable à la relation avec les lecteurs.*

Un petit nombre de répondants inscrivent même l'acquisition de best-sellers au titre des missions de la bibliothèque (3 commentaires) : « Etre connecté aux attentes et besoins des citoyens est une mission essentielle pour les bibliothèques », répond par exemple une collègue. Un autre cite la Charte IFLA-UNESCO dont nous parlions plus haut, relative à l'accès à la culture et au loisir. Même sans parler de « mission », il ressort de ces commentaires une forte notion d'obligation, comme l'attestent les formulations impératives :

*Il faut pouvoir répondre à l'attente du public...Une médiathèque doit être représentative de la production éditoriale.*

*La bibliothèque se doit d'avoir un très large choix afin d'atteindre un public le plus diversifié possible.*

Il semble donc qu'acquérir des best-sellers soit, à défaut d'une évidence, une obligation pour nombre de professionnels, une nécessité imposée par les principes du service public, qu'aucun d'entre eux ne semble remettre en cause. C'est aussi ce que Iris Petit disait à Saint-Etienne :

*[Le best-seller] est indispensable. (...) On le voit bien quand on fait les réunions d'acquisition conjointement avec les autres acquéreurs, on connaît les auteurs, on connaît les styles qui vont plaire, on dit "ça, ça va sortir, ça aussi ça va être bien emprunté".*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Il semble donc qu'à cet égard, les pratiques professionnelles en matière de réponse à la demande aient quelque peu évolué depuis ces vingt dernières années. Une bibliothécaire avait laquelle nous nous sommes entretenus expliquait avoir ressenti cette évolution dans son propre parcours professionnel :

*Au début de ma carrière (il y a 15 ans), je sentais un peu de réticence de la part de mes collègues (secteur plutôt Adultes) à acquérir les*



*suggestions des usagers. Il me semble que c'était mal perçu car l'utilisateur ne pouvait être considéré comme prescripteur, comme un individu qui aurait une connaissance de la littérature ou de ce qu'il « faut » avoir ou pas en bibliothèque. Dans mon poste actuel, c'est l'exact contraire : quasiment toutes les demandes sont achetées<sup>152</sup>.*

Cette évolution paraît ainsi concomitante avec l'essor des politiques orientées usagers, qui reconnaissent à ces derniers des droits sur le service et les collections : droit de jouir d'une offre la plus en adéquation avec leurs besoins et attentes, droit de contribuer à la constitution des collections, droit d'exprimer leurs demandes et d'être entendus. Cette évolution s'inscrit également dans une revalorisation des pratiques culturelles dans leur ensemble, ou plus exactement, à une prise en considération de leur diversité :

*Il me semble que depuis quelques années, la société a des attentes moins élevées en matière de pratiques culturelles. Les enquêtes [d'Olivier Donnat] ont montré que les pratiques culturelles des français sont très diversifiées.*

Extrait d'entretien du 22/11/2016 avec Jean-Raphaël Rondreux

Si la demande du public apparaît plus légitime qu'auparavant, c'est donc en partie parce que les critères qui définissaient cette légitimité ont changé.

## **Persistance du doute**

Malgré la prédominance du « Oui », le consensus tend à se fissurer lorsqu'on s'intéresse à la réalité des pratiques d'acquisition.

### ***Une acquisition toujours en question :***

« Les médiathèques sont-elles obligées d'acheter systématiquement tout best-seller ? », s'interroge l'un de nos répondants. S'il est convenu qu'il faut acquérir des best-sellers pour répondre aux besoins et attentes de la population, ceux-ci se sont montrés plus nuancés en ce qui concerne le caractère systématique de cette acquisition. Bien qu'ayant répondu « Oui » à la question « Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale ? », un collègue précise par exemple que cette acquisition doit se faire « dans une certaine proportion ».

De fait, lorsqu'on interroge les professionnels sur leur positionnement vis-à-vis des demandes de lecteur, les avis sont nettement plus partagés : si une majorité des répondants se prononce pour un traitement au cas par cas des suggestions d'achats (14 réponses), moins d'un tiers affirme la nécessité d'acquérir systématiquement les documents demandés (10 réponses), et un quart s'y oppose (8 réponses).

---

<sup>152</sup> Extrait de correspondance électronique du 01/12/2016. La personne a souhaité demeurer anonyme.

### QUESTION 5 - Les best-sellers représentent souvent une bonne part des suggestions d'achat des lecteurs. Les bibliothèques doivent-elles répondre à cette demande?

(32 réponses)

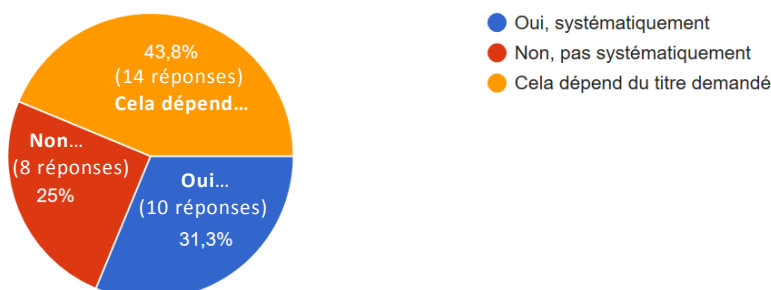


Figure 14 - Analyse des résultats de la question 5 du questionnaire<sup>153</sup>

Les raisons avancées peuvent être classées en deux catégories. Une première catégorie regroupe les contraintes organisationnelles et fonctionnelles, lesquelles rappellent que l'acquisition de best-sellers s'inscrit dans un contexte plus vaste, celui de l'établissement et des collections dans leur ensemble. Ainsi nos répondants peuvent-ils y opposer le respect et la cohérence de la politique documentaire : « Autant que possible mais dans le respect de la politique documentaire de l'établissement », répond par exemple un collègue. Deux personnes ont également souligné la temporalité courte des best-sellers, qui, à l'exception des plus durables d'entre eux, focalisent l'attention des usagers pendant une courte durée. Une mode en remplace une autre, et les livres à succès ne le restent pas indéfiniment : cela oblige à un désherbage régulier qui peut être perçu comme un gaspillage d'argent public. Par ailleurs, cette obsolescence rapide des documents est contradictoire avec la logique « de constitution sur la durée de fonds cohérents<sup>154</sup> ». Un répondant en témoigne : « Une bibliothèque s'inscrit dans la durée. Le manque de place oblige à être vigilant sur ce qu'est un livre vraiment apprécié ».

Cela nous amène à considérer les contraintes budgétaires et spatiales qui justifient, pour sept de nos répondants, que l'acquisition de best-sellers ne puisse toujours être systématique. Ainsi, un collègue ayant répondu « Non », justifiait sa réponse « en raison principalement de contraintes budgétaires (et/ou spatiales) qui doivent permettre la cohabitation de best-sellers avec, ce qui est quand même dans nos missions, des documents de moindre diffusion ». Un autre ajoute que « c'est souvent le budget qui impose des choix et c'est à mettre en relation avec la politique documentaire et le plan de développement des collections. » Une collègue résume particulièrement bien cette difficulté :

*La baisse générale des budgets d'acquisition et la cohérence de la politique documentaire sont deux facteurs expliquant la grande nécessité de choisir de donner une suite favorable ou non à une suggestion d'achat (peu importe finalement qu'il s'agisse ou non d'un best-seller).*

<sup>153</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 5.

<sup>154</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015, p.177.

Ainsi, si nos répondants manifestent quasi-unaniment le souhait de répondre aux besoins et attentes des usagers, les contraintes de l'exercice introduisent une tension, de celle que l'on retrouvait dans les années 2000 sous la plume de Dominique Lahary : la tension entre la satisfaction de la demande -à la différence que celle-ci semble reconnue comme légitime-, et le désir de garantir la qualité et la cohérence de l'offre documentaire. Quatre de nos répondants évoquent ainsi la difficile recherche d'un « équilibre » :

*Il faut préserver l'équilibre des collections : on ne peut pas répondre à toutes les demandes des usagers sous peine de ne plus avoir de budget pour un travail de fond sur les collections.*

*Les bibliothèques doivent garder à l'esprit la qualité et la cohérence de leurs collections, tout en ne négligeant pas les attentes du public. Equilibre difficile !*

Il faut noter une différence, cependant, entre cet « équilibre » qu'évoquent nos répondants et la « tension » dont parlait Dominique Lahary : la seconde opposait deux visions, deux missions de la bibliothèque, deux légitimités distinctes et opposées, alors que la première se positionne uniquement sur le plan matériel, et pourrait s'appliquer, en vérité, à n'importe quel type d'acquisition. La difficulté ne réside alors plus dans les représentations attachées au best-seller, mais dans le nombre d'exemplaires à acquérir. Il ne s'agit plus de savoir si leur acquisition s'inscrit dans les missions de l'institution, mais de se demander si cette dernière a les moyens de ses ambitions. Est-ce à dire que la profession considère désormais la demande de best-sellers comme légitime, et que seules les considérations financières restreignent leur entrée dans les collections ?

Une seconde catégorie de raisons avancées par nos répondants, regroupant des considérations d'ordre subjectif, nous oblige à nuancer cette assertion.

### ***La tentation d'un jugement qualitatif :***

A l'occasion de la question précédente, relative à la place du best-seller en bibliothèque, certaines réponses introduisaient déjà un jugement qualitatif en différenciant « bons » et « mauvais » best-sellers », les seconds apparaissant moins légitimes que les premiers : un collègue, ayant cochant la réponse « peut-être, cela dépend de ce que l'on entend par best-seller », précise ainsi que « certains best-sellers sont bien écrits et méritent tout à fait d'être mis en valeur en bibliothèque ». Ce commentaire laisse entendre que les best-sellers dont les qualités littéraires laissent à désirer ne méritent pas cette distinction.

Un petit nombre de répondants justifient ainsi le choix de ne pas acheter certaines suggestions de lecteur par un jugement d'ordre qualitatif :

*Cela dépend de la qualité d'écriture (fond et forme) du livre.*

*Avoir 5 Lévy pour 5 bib réseau, bof !*

*Certains titres ne sont pas terribles. Best-seller ne veut pas dire bon livre, durable dans le temps.*

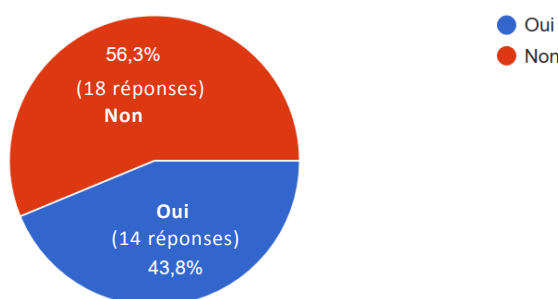
*Parce que certains titres ne sont pas appropriés, inutile d'acheter plusieurs Merci pour ce moment, un seul suffit. Certains ouvrages de nature polémique ou pornographique n'ont pas leur place en bibliothèque.*

*Si le livre est mauvais, autant que les lecteurs le lisent à la bibliothèque plutôt que de l'acheter. S'il est bon, autant qu'il soit accessible au plus grand nombre.*

Si les quatre premiers commentaires s'inscrivent plutôt contre l'acquisition de certains best-sellers jugés d'une qualité discutable, le dernier est original en ce qu'il sert la logique inverse. Mais il n'en révèle pas moins que le best-seller demeure, encore aujourd'hui, objet d'une certaine méfiance : c'est également ce que révèle l'exploitation des résultats de la troisième question.

**QUESTION 3 - L'appellation "best-seller" est parfois dénigrée, car associée à un phénomène commercial plutôt qu'à une production reconnue pour ses qualités littéraires. Etes-vous de cet avis ?**

(32 réponses)



**Figure 15** - Analyse des résultats de la question 3 du questionnaire<sup>155</sup>

Le traitement des résultats s'est révélé ici particulièrement délicat, car la formulation de la question a donné lieu à plusieurs niveaux de réponse : certains répondants ont émis un avis sur la qualité ou l'absence de qualité des best-sellers ; d'autres se sont prononcés contre le fait de leur appliquer un jugement qualitatif, tandis qu'un petit nombre s'est interrogé, plus généralement, sur la connotation négative du terme, ses origines et ses conséquences. Nous n'avons donc pas analysé ces résultats en fonction de leur appartenance au « Oui » ou au « Non », mais selon ces différents niveaux de réponse.

Une minorité de répondants (3 réponses) estime que la connotation négative qui pèse sur le best-seller est justifiée dans la plupart des cas. Ce dernier est accusé de devoir sa réussite à des stratégies marchandes, sans avoir fait la preuve de ses qualités littéraires ou en les sacrifiant à la satisfaction du plus grand nombre :

*Levy/Musso, meilleures ventes pas la meilleure histoire.*

*On constate que les best-sellers sont souvent de qualité plutôt médiocre, voire mauvaise, mais qu'ils ont bénéficié/bénéficient d'une couverture médiatique importante.*

Deux répondants ont par ailleurs exprimé le refus de juger les goûts du public, attitude qui semble tenir de la précaution mais qui laisse également entendre que le sujet est sensible – et donc que les goûts en question ne sont pas partagés par tous :

<sup>155</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 3.

*J'essaie de ne pas juger (au sens du jugement de valeur) les lectures de mes concitoyens.*

*Je préfère, autant que possible, éviter de préjuger de la qualité des goûts du "grand public".*

A l'inverse, près de la moitié des répondants (15 réponses) considèrent qu'il est inapproprié d'associer succès et qualité. D'une part, parce qu'il n'existe pas de lien de causalité entre ces deux légitimités. Le fait qu'un ouvrage ait rencontré le succès ne préjuge en rien de ses qualités littéraires, quelles qu'elles puissent être par ailleurs :

*Parce de nombreux best-seller sont de bons ouvrages. Toujours cette a priori très français que ce qui se vend est mauvais.*

*Certains livres de grandes qualités sont devenus des best-sellers sans qu'on s'y attende...un passage dans une émission littéraire, de beaux articles papiers dans la presse (...) peuvent booster un livre plein de qualités.*

D'autre part, parce que la qualité est une notion subjective. Le regard que l'on porte sur un ouvrage peut évoluer avec le temps (« Il n'est pas rare de voir des best-sellers dénigrés au moment de leur parution réhabilités ensuite pour leurs qualités littéraires », écrit un collègue), et parce que la qualité se construit dans son rapport personnel à l'ouvrage, et qu'à ce titre, elle est toujours variable :

*Ce qui est négatif c'est l'image que l'on s'en fait plutôt que la qualité de l'ouvrage. Un livre doit offrir au lecteur ce qu'il souhaite et non lui imposer une lecture de façon impérative. Un ouvrage n'est pas bon parce que un critique en a décidé ainsi mais parce que le lecteur l'aime.*

Il existe donc une confusion autour de l'appellation « best-seller » dans la mesure où l'on est tenté de lui apposer un critère qualitatif alors même que, par définition, cette appellation n'est porteuse d'aucune notion de qualité : elle signifie seulement que l'ouvrage a fait l'objet de fortes ventes. Il serait donc impropre de voir dans le best-seller autre chose qu'un livre qui a su rencontrer son public :

*Ce qualificatif énonce simplement un fait sur la réception par le public. Il n'y a pas à y associer un jugement de valeur.*

*Best-seller = phénomène commercial + phénomène de mode, sans aucun jugement qualitatif de contenu.*

Si la consécration par les chiffres de vente ne condamne pas un ouvrage à la médiocrité, il n'en demeure pas moins que le terme est souvent connoté négativement. Ceux qui, parmi nos répondants, se sont penchés sur la question proposent deux pistes d'explication : la première découle des constatations précédentes et consiste à dire que l'appellation « best-seller » souffre d'être associée à un phénomène commercial, à un mode de consommation de la culture qui s'inscrit en faux contre la vision plus noble que s'en font les bibliothèques :

*Peut-être parce que les best-sellers sont associés aux grandes surfaces non spécialisées dans lesquels ils sont présentés (de surplus sur un rayonnage identifié "meilleures ventes") et achetés dans le même caddy que les produits alimentaires et ménagers.*

L'autre piste voit l'origine de cette vision négative du best-seller dans le fait que cette littérature est dominée par quelques grandes productions, lesquelles contribuent à l'appauvrir en la standardisant :

*Il faut bien qu'il y ait des "meilleures ventes" mais le problème c'est que ces livres monopolisent la part du livre dans les médias. C'est une monopolisation totale du discours.*

Dans l'ensemble, on constate ainsi une certaine confusion autour de l'appellation « best-seller ». Jean-Raphaël Rondreux, à Senlis, nous expliquait sa difficulté à envisager ce que serait un rayon best-sellers, craignant qu'il n'introduise une distinction d'ordre qualitative au sein des collections. Cela nous amène à nous interroger sur la réception de ce concept de « rayon best-sellers » auprès de nos répondants.

## VALORISER LES BEST-SELLERS EN BIBLIOTHEQUE : UNE DEMARCHE CONTESTEE

Si, dans l'ensemble, les professionnels interrogés ne remettent pas en cause l'acquisition de best-sellers en bibliothèque -sauf à considérer certains contextes particuliers-, ils se montrent en revanche plus circonspects vis-à-vis d'un rayon qui serait spécifiquement dédié à ce type de documents.

### Une démarche de visibilité qui pose difficulté...

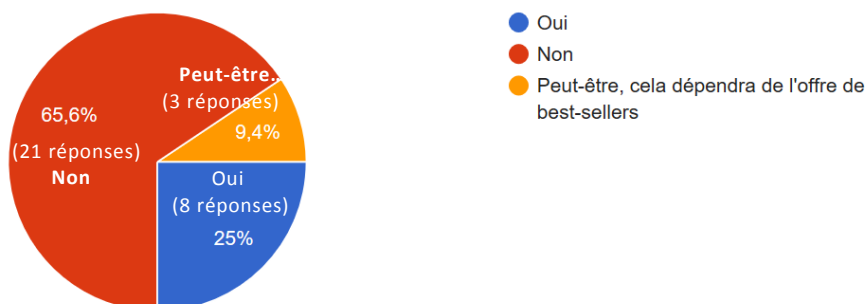
*[Le best-seller] est indispensable. Bon, c'est vrai qu'au départ, de là à en faire un rayon consacré uniquement aux best-sellers, je n'étais pas forcément pour.*

Extrait d'entretien (14/06/2016)

Cette citation est d'autant plus marquante qu'elle nous vient d'Iris Petit, responsable du rayon best-sellers de Saint-Etienne. Elle témoigne de la réticence des bibliothécaires à envisager un dispositif de cette nature. L'exploitation des résultats du questionnaire n'a fait que confirmer cette impression.

**QUESTION 6 - Seriez-vous disposé, en dehors de toutes considérations d'ordre budgétaire, politique ou spatiale, à la mise en place d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers dans votre établissement?**

(32 réponses)



**Figure 16 - Analyse des résultats de la question 6 du questionnaire<sup>156</sup>**

Plus de la moitié des répondants ont répondu par la négative à cette question, et un quart seulement par l'affirmative. Il est en outre intéressant de constater que

<sup>156</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 6.

la part de ceux qui seraient disposés à considérer cette éventualité est plus faible encore (3 réponses « Peut-être »), ce qui révèle des positions assez marquées ou une difficulté à se projeter dans le concept. Il faut cependant distinguer les oppositions de principe et les oppositions liées à des considérations matérielles ou organisationnelles.

### *Les réticences de principe :*

Elles sont les plus prégnantes et représentent la majeure partie des arguments avancés contre ce rayon. Nous avons identifié des réticences liées à la forme même du dispositif, et des réticences portant plus spécifiquement sur les intentions dont il est porteur et l'image qu'il renvoie de l'institution.

En ce qui concerne les premières, nous nous souvenons qu'un certain nombre de répondants avaient justifié l'acquisition de best-sellers en bibliothèque par la notion d'égalité de traitement des collections, c'est-à-dire le fait d'offrir un égal accès à tout le spectre de la production éditoriale. C'est ce même argument que six répondants invoquent contre la mise en œuvre d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers. Une mise à l'écart de ces documents constitue en effet un traitement différencié ; elle introduit une distinction au sein des collections, qui risque de donner lieu à des interprétations diverses et potentiellement malheureuses.

*Le risque d'accentuation de l'effet best-seller me semble à combattre dans un établissement de lecture publique. Aussi, cette mise à l'écart spécifique peut entraîner de regrettables biais.*

De fait, cette distinction peut être lue à la lumière de l'opposition succès/qualité, qui confronte le rayon best-sellers et son offre de livres « faciles à lire » au reste des collections, plus « savantes » et plus « sérieuses », quand bien même cette opposition n'aurait pas lieu d'être. Elle peut donner l'impression que la bibliothèque « catégorise » et « stigmatise » les usagers :

*Cela crée une hiérarchie. Un même lecteur peut lire un best-seller et un roman plus exigeant.*

*Mettre à part les best-sellers (et donc les séparer de la littérature "légitime") donnerait l'image d'une bibliothèque qui catégorise lectures et lecteurs (jugement ? élitisme ?).*

Sept répondants estiment par ailleurs qu'un rayon qui ne proposerait que des best-sellers serait vide de sens en cela qu'il n'aurait d'autre fonction que la mise à disposition d'une sélection d'ouvrages. Il ne pourrait, par exemple, remplir un rôle de médiation, à savoir promouvoir des ouvrages moins connus et favoriser les découvertes. Au contraire, un tel dispositif réduirait les chances pour le lecteur de tomber sur une lecture inattendue. La valorisation des best-sellers apparaît donc, à leurs yeux, moins illégitime que mal employée. Plutôt que de donner lieu à un dispositif spécifique, elle devrait s'exercer au sein même des collections, ou s'inscrire dans un dispositif de valorisation plus vaste, incluant par exemple les nouveautés ou des titres moins connus :

*Il semble plus judicieux de les mêler aux autres livres, afin de chercher à mettre en valeur et des titres à succès et des titres qui nécessitent un dispositif de promotion plus soutenu.*

*Le mélange des genres permet de faire des découvertes et le hasard fait souvent bien les choses en matière de lecture.*

La mise en place d'un rayon best-sellers soulève également un certain nombre de réticences liées au rôle et aux missions dont la bibliothèque est censée être investie, et qui se trouvent ici remis en question. Ces réticences, qui ont notamment émergé à l'occasion de la question 8<sup>157</sup>, font écho aux problématiques qui pèsent plus généralement sur le best-seller et que nous évoquions plus haut.

La première touche au type de service que la bibliothèque entend rendre aux usagers : est-ce son rôle de mettre en valeur des titres qui font déjà l'objet d'une médiatisation importante ? Ne devrait-elle pas plutôt valoriser des auteurs inconnus et des œuvres peu visibles, qui incarnent, davantage que les best-sellers, la plus grande diversité culturelle possible ? Les répondants ont ainsi souligné le caractère superflu d'une valorisation qui ne porterait que sur les seuls best-sellers, et qui, *in fine*, desservirait les intérêts du lecteur :

*Parce que les publics les trouvent et les réservent sans problème.*

*Nous proposons évidemment les best-sellers, mais nous devons mettre en avant autre chose pour le lecteur. A ne mettre en avant que les best-sellers nous rendons service aux best-sellers, et pas aux usagers.*

De fait, la valorisation des best-sellers est également susceptible d'heurter la sensibilité des professionnels, qui, pour un certain nombre d'entre eux, sont encore très attachés à la mission prescriptive de la bibliothèque. Cette préoccupation est également très forte chez nos répondants :

*De nombreux professionnels se considèrent encore comme des prescripteurs chargés de diffuser de la littérature absente des circuits commerciaux ; la mise en place de tels rayons obligent à revoir la relation avec l'utilisateur qui, par sa demande (et l'acceptation de ses choix) devient prescripteur, voire co-constructeur des collections.*

Enfin, l'introduction d'un dispositif dédié aux seuls best-sellers dans l'espace physique de la bibliothèque remet en cause l'image de l'institution, puisqu'elle l'assimile à l'univers de la grande consommation (grande surface ou librairie). L'adoption de stratégies commerciales donne ainsi l'impression qu'elle cède à la facilité, alors qu'une production moins médiatisée permettrait une médiation plus active et plus innovante. La bibliothèque se trouve ainsi réduite à un rôle de simple distributeur, et les usagers à celui de simples consommateurs :

*On reste un lieu 'culturel' .... et non une grande surface ! On peut contribuer à initier le lecteur à découvrir autre chose que le best-seller !*

*La bibliothèque doit prendre en compte l'actualité littéraire et les demandes des usagers, mais elle n'est pas une librairie.*

*Identifier un espace dédié [aux best-sellers] reviendrait à user de la technique des "têtes de gondoles", méprisante pour l'utilisateur, qui s'assimile à de la "vente" forcée.*

Une autre collègue évoque même le risque d'une « désacralisation de la bibliothèque ». Quoiqu'il en soit, il est intéressant de constater combien la

---

<sup>157</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 8.



question d'un rayon best-sellers interroge l'ensemble des pratiques professionnelles et des représentations que le bibliothécaire se fait de son métier.

### *Les réticences fonctionnelles*

Nos répondants ont également exprimé des réticences plus fonctionnelles concernant la mise en place d'un rayon best-sellers. La plupart portent sur son articulation avec le reste des collections. Ils expriment une difficulté à identifier clairement ce que devrait être une telle offre : « c'est une notion trop volatile et trop subjective, écrit un collègue. Le best-seller peut devenir rapidement *has been...* comme perdurer pendant des années voire même devenir un classique ». Deux répondants expliquent que le best-seller n'est pas un genre en soi, et qu'il s'en trouve dans tous les secteurs (fiction et documentaire).

*Ce n'est pas vraiment un genre, plutôt une étiquette.*

*Le best-seller n'est pas un genre en soi, on en trouve dans tous les secteurs (fiction et documentaires). Il vaut mieux procéder par des coups de cœur, des tables thématiques etc. associant best-sellers et autres livres sur un genre ou un thème. En revanche, il ne faut pas oublier qu'il y a aussi des genres qui sont plus lus que d'autres (ainsi, la SF ou les romans policiers) et qui, de fait, sont sinon des "best-sellers", du moins des "best read books".*

Une autre interrogation porte sur l'utilité réelle d'un rayon best-sellers, eu égard à la forte demande dont ces derniers font l'objet et leur faible temps de présence en rayon.

*En fait les best-sellers, tant qu'ils en sont, ne sont jamais en rayon chez nous ! Ce dernier serait alors vide, ce qui n'est pas très pertinent.*

*Les best-sellers sont très empruntés, multi-réservés. Le rayon serait certainement toujours vide.*

Enfin, les répondants ont insisté sur l'importance des considérations budgétaires, alors même que, les jugeant incontournables, nous les avons écartées du questionnaire<sup>158</sup>. « La priorité d'achat n'est pas donnée aux best-sellers surtout quand on a un budget restreint ! », commente ainsi un collègue. En revanche, ils se sont montrés peu préoccupés par les contraintes d'espace ; elles leur ont paru moins problématiques, par exemple, que la question de la réception du rayon par les publics. Ils ont également souligné l'éventualité d'une réception difficile par les collègues et par la profession dans son ensemble : une collègue rappelle ainsi que ce dispositif peut aller à l'encontre de « la vision que les bibliothécaires ont de leur métier ».

### **... alors même qu'elle existe déjà pour les « Nouveautés » et les « Coups de cœur »**

La valorisation des collections constitue aujourd'hui un volet essentiel des politiques documentaires. Ainsi, la mise en valeur de certains documents au moyen de présentoirs ou de tables de présentation est une pratique fréquente en bibliothèque. Elle consacre tout particulièrement des dispositifs tels que les « coups de cœur » et les « nouveautés », qui poursuivent des logiques propres et

---

<sup>158</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 7.

pourtant guère éloignées, lorsqu'on les considère dans le détail, de celles d'un rayon best-sellers.

### *L'ambiguïté des « Coups de Cœur » :*

Les « coups de cœur » relèvent d'une logique d'offre, puisqu'il s'agit de sélectionner des œuvres sur des critères qualitatifs, sans lien nécessaire avec l'actualité éditoriale. De fait, ils excluent très souvent les best-sellers<sup>159</sup>. Ils s'inscrivent cependant contre l'idée de prescription : loin d'être des injonctions de lecture, ils se présentent comme de simples suggestions fondées sur le goût et la subjectivité. « Les coups de cœur » permettent ainsi aux bibliothécaires d'affirmer leur identité professionnelle d'une manière non autoritaire, tout en mettant en valeur leurs collections. La pratique réelle, néanmoins, s'inscrit bel et bien dans des logiques professionnelles, et leurs effets ne sont pas anodins.

Dans son étude portant sur les bibliothèques du réseau de la ville de Paris, Cécile Rabot écrivait que « dans leur visée moyenne et grand public, les « coups de cœur » participent à renforcer les hiérarchies de légitimité en même temps que les rapports de domination qui existent au sein du champ littéraire<sup>160</sup>. » Ainsi, les ouvrages trop élitistes sont exclus des présentoirs, tandis que les romans les moins légitimes sont éliminés, parfois au nom d'un principe de qualité. Parce que la bibliothèque, à travers ce dispositif, joue son image -bien plus qu'à travers son catalogue-, des livres admis en rayon sont ainsi exclus des « coups de cœur ». En conséquence, ceux-ci se recentrent autour d'une littérature plus généraliste, susceptible de plaire à tous. Ils excluent les genres mineurs, tel que le roman sentimental ou la *chick lit*, voire même les genres en voie de légitimation comme la science-fiction ou la bande-dessinée, qui occupent pourtant une place importante en lecture publique de par leur nombre d'emprunts. Il s'opère ainsi « une censure par la moyenne<sup>161</sup> », conduisant à éliminer les ouvrages les plus exigeants, tenus pour élitistes, et les ouvrages les moins légitimes.

Par ailleurs, l'auteur de cette enquête avait démontré que les « coups de cœur » font apparaître une même tendance à mettre en valeur des auteurs qui ont déjà connu un certain succès et dont la légitimité est garantie, ou des « productions relevant des valeurs dominantes du champ éditorial national<sup>162</sup> ». Ainsi, tout autant que les best-sellers, les « coups de cœur » manifestent un certain conformisme et bénéficient d'un large succès auprès du public et des usagers de la bibliothèque.

### *Les « Nouveautés », autre manière de présenter les best-sellers ?*

Le dispositif des « nouveautés » consiste à « sélectionner un nombre réduit d'ouvrages pour les inscrire dans une procédure d'achat accélérée et systématique et concerne *de facto* des ouvrages à succès, mis en avant dans les médias et faisant l'objet d'une demande massive<sup>163</sup> ». Il contribue ainsi à renforcer une visibilité déjà existante, ce qui explique qu'un tel dispositif, contrairement aux « coups de

<sup>159</sup> RABOT, Cécile, « Les « Coups de cœur » d'une bibliothèque de lecture publique : valeurs et enjeux professionnels d'une sélection littéraire », *Culture & Musées*, n°17, 2011, p. 69.

<sup>160</sup> Ibid, p.75.

<sup>161</sup> Ibid, p.75.

<sup>162</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015, p. 118.

<sup>163</sup> Ibid, p. 21.

cœur », suscite parfois des réticences chez les bibliothécaires. Il est frappant de constater combien cette définition qu'en donne Cécile Rabot est proche de celle d'un rayon best-sellers : cela s'explique par le fait que ces livres fortement médiatisés appartiennent pour nombre d'entre eux aux best-sellers.

*Ils font en tout cas l'objet d'une demande massive, si ce n'est unanime, et sont à cet égard considérés comme des achats à peu près indispensables dans les bibliothèques. L'étiquette « Nouveautés » évite toutefois d'identifier la sélection à un ensemble de best-sellers, ce que les bibliothécaires français répugnent en général à faire, au contraire de leurs homologues anglo-saxons*<sup>164</sup>.

Au contraire, le terme de « Nouveautés » est chargé d'une connotation tout à la fois plus positive et plus neutre : épuré de toute notion commerciale, il laisse entendre à l'utilisateur qu'il lui sera possible d'y faire des découvertes, et suggère des contenus originaux et surprenants.

*Mais l'idée sous-jacente au dispositif est que la bibliothèque, en tant que service public, doit aussi offrir ce dont tout le monde parle et que certains ne peuvent pas s'acheter*<sup>165</sup>.

De fait, le dispositif des « nouveautés » propose en grande partie des best-sellers afin de satisfaire les usagers qui les recherchent et augmenter le taux de rotation de leurs fonds. Mais parce que son offre documentaire dépasse le seul best-seller, il échappe aux critiques que suscite l'achat massif de ces ouvrages de grande consommation.

A l'instar d'un rayon best-sellers, et bien qu'ils soient moins décriés que ce dernier, les « nouveautés » et, d'une certaine manière, les « coups de cœur », participent donc à renforcer la visibilité d'ouvrages déjà visibles par ailleurs. Ce renforcement de la visibilité littéraire d'une fraction de la production éditoriale, pratiqué par les bibliothécaires, s'inscrit dans une vision plus large où la reconnaissance par un maximum d'instances (éditeurs, critiques, prix littéraires) est gage d'une certaine qualité. Certes, une telle vision n'est pas propre au monde des bibliothèques, mais cette pratique pose question si elle amène ces dernières à concentrer leur effort de médiation sur un nombre limité de titres, au détriment de la diversité littéraire.

### **Rechercher un équilibre dans la valorisation : accompagner et construire la visibilité des collections**

Quel est l'intérêt pour la bibliothèque de valoriser les best-sellers ? Nous avons vu que le rôle de l'institution était de compenser les effets du marché, non de les suivre, de proposer une offre complémentaire à celle des librairies et grandes surfaces, non de s'y conformer. Contrairement à ces dernières, les bibliothèques ne sont pas soumises à des logiques de rentabilité, au sens où celles-ci les pousseraient à acheter des best-sellers pour faire du chiffre. Dans la mesure où l'emprunt ne génère aucun profit économique, la bibliothèque ne devrait avoir aucun intérêt à proposer tel ouvrage plutôt qu'un autre, sauf, peut-être, à sélectionner ceux qui lui apportent le plus de visibilité et qui contribuent à augmenter ses statistiques de fréquentation. Ainsi, à la question « Quels seraient,

---

<sup>164</sup> Ibid, p. 144.

<sup>165</sup> Ibid, p. 144.

selon vous, les enjeux d'un rayon "best-sellers" en bibliothèque », les répondants ont répondu principalement « offrir aux usagers les titres qui font l'actualité éditoriale » (16 réponses) et « augmenter la fréquentation de la bibliothèque » (15 réponses)<sup>166</sup>. On remarquera que seuls 10 répondants ont coché la réponse « Donner une image plus moderne et plus dynamique de la bibliothèque », qui vient en dernière position.

### *Valoriser les best-sellers, un jeu d'image :*

La valorisation des best-sellers contribue pourtant à retravailler l'image de l'institution, et notamment à s'inscrire en faux contre certaines représentations qui lui sont encore attachées et qui lui nuisent : l'enquête du Crédoc, en 2005, avait montré que, dans l'esprit des usagers, la bibliothèque restait encore très fortement attachée « aux formes les plus hautes de la culture, à l'idéal de l'encyclopédisme et à la mémoire des civilisations<sup>167</sup> », à un lieu austère et savant, investi d'une grande valeur symbolique. Si cette enquête est aujourd'hui quelque peu datée, il n'en demeure pas moins que la bibliothèque conserve une image studieuse.

Promouvoir l'actualité éditoriale comme le font nombre de bibliothèques à travers les « nouveautés », c'est montrer que la bibliothèque ne s'est pas figée sur sa seule mission de conservation. La valorisation des best-sellers s'inscrit dans cette logique tout en la prolongeant : elle constitue une vitrine, destinée à donner de la bibliothèque une image de modernité. Elle manifeste son ancrage dans l'actualité éditoriale et médiatique, celle qui est mise en scène par les grands éditeurs et par la presse. En faisant écho aux propositions des librairies et des grandes surfaces, les présentoirs à best-sellers constituent également un point de repère pour les usagers les moins familiers des bibliothèques : ils inscrivent ces dernières dans une logique de complémentarité, qui n'est pas subordination aux mécanismes implacables du marché.

Valoriser les best-sellers donne l'image d'une bibliothèque « à la page », qui a à cœur de satisfaire les besoins et attentes de ses usagers : si leur présence dans les rayonnages atteste de cette préoccupation depuis des années, leur mise en valeur la manifeste explicitement auprès de la population. Elle permet ainsi de répondre à la critique récurrente des usagers qui se plaignent de ne jamais trouver les ouvrages qui sont sortis et qu'ils voudraient lire : à tout le moins, si la nature volatile du fonds ne garantit pas de trouver le best-seller de son choix, leur matérialisation dans l'espace de la bibliothèque est davantage la preuve de leur succès que de leur absence.

La valorisation des collections est essentielle pour les bibliothèques. Le petit guide *Utile, Utilisable, Désirable* en fait même « un des avantages concurrentiels des bibliothèques sur Amazon<sup>168</sup> ». Ces dispositifs physiques sont visuellement

<sup>166</sup> Cf. Annexe 10 – Exploitation des résultats du questionnaire, question 9.

<sup>167</sup> MARESCA, Bruno, GAUDET, Françoise et EVANS, Christophe, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : Attractivité, fréquentation et devenir*, Paris, Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2007 (généré le 01 septembre 2016), p. 150. Disponible en ligne : <http://books.openedition.org/bibpompidou/176>.

<sup>168</sup> ETCHES, Amanda, SCHMIDT, Aaron, *Utile, utilisable, désirable, Redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2016. Disponible en ligne : [http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt\\_Utile-utilisable-desirable.pdf](http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt_Utile-utilisable-desirable.pdf)

bien plus attrayants, et intellectuellement plus stimulants, que des suggestions en ligne. Et comment être plus attractifs qu'en y exposant ces mêmes livres que vend Amazon, quitte à s'inspirer largement du modèle de la librairie ?

*Valoriser les collections de sa bibliothèque, c'est tout mettre en œuvre pour améliorer leur visibilité. Imaginez qu'il s'agit d'une librairie attrayante : tables dans les zones de forte fréquentation permettant de présenter des nouveautés, mise en avant des best-sellers, sélections thématiques, présentation d'une sélection d'ouvrages en bout d'étagères, titres sur présentoir en rayon pour mettre en évidence les belles premières de couverture<sup>169</sup>.*

La valorisation des best-sellers s'inscrit donc dans une logique d'ensemble, qui doit permettre une meilleure visibilité des bibliothèques dans la sphère culturelle. Mais pour cela, peut-être faut-il d'abord retravailler l'image que la profession se fait des best-sellers, comme l'exprime l'un de nos répondants :

*Evidemment, acheter des best-sellers est en totale opposition avec la démarche plus traditionnelle qui était de choisir les "bons" livres pour bien éduquer les gens (...). Ceci dit la plupart des professionnels ont évolué même si ce n'est pas le cas de tous ; il y a encore des acquéreurs qui ne veulent acheter que des documents qui leur plaisent, et qui refusent d'acheter des documents "de mauvaise qualité". Finalement c'est peut-être l'image de la bibliothèque qui serait le moins à repenser, car pour les usagers il est évident qu'ils attendent que leur bibliothèque leur propose des best-sellers.*

***Construire une visibilité qui ait du sens pour la bibliothèque :  
jouer de la demande pour promouvoir l'offre***

Qu'il s'agisse d'un rayon best-sellers, des « nouveautés » ou des « coups de cœur », le succès de ces divers dispositifs de valorisation s'appuie sur le principe selon lequel la sélection apporte une certaine caution aux documents, de sorte qu'un ouvrage exposé sera rapidement emprunté. En conséquence, de tels dispositifs accroissent le taux de rotation moyen des collections (l'un des principaux indicateurs dont se préoccupe la tutelle) et permettent ainsi d'entretenir des fonds qui sortent moins. De même qu'en librairie les best-sellers permettent aux maisons d'édition de proposer des productions moins rentables, de même les best-sellers permettent aux bibliothèques de continuer à proposer des titres plus confidentiels. En cela, et dans un contexte de rationalisation des politiques publiques, ils participent à une logique d'équilibre.

Les best-sellers jouent également un rôle de produits d'appel, « un repère familier, écrit l'une de nos répondants, qui laisse à voir que la bibliothèque offre de tout sans être prescriptrice ou censurante ». Ils permettent à l'utilisateur de « se sentir dans un environnement familier avec des points de repères faciles, et non pas une muraille de livres austères », commente une autre collègue. Cette notion est également porteuse, pour l'utilisateur, d'une certaine légitimation de ses pratiques :

*Voir que sa bibliothèque propose des best-seller (qui n'ont pas forcément une bonne « réputation », qui peuvent être perçus comme n'ayant pas leur place dans une bibliothèque pour certains) les rassurent dans leurs*

---

<sup>169</sup> Ibid, p. 219.

*pratiques (...) : « je peux emprunter le dernier Marc Levy ou Harlan Coben sans qu'on me juge (...) ».*

Extrait de correspondance du 01/12/2016

La notion de produit d'appel sert par ailleurs une double fonction : elle permet de satisfaire une première demande, « de manière à rendre l'utilisateur disposé à entendre, dans un second temps, d'autres propositions<sup>170</sup> ». Ainsi, les pratiques de lecture des usagers sont très diverses, et un lecteur peut tout aussi bien lire des best-sellers que des classiques ou des romans étrangers. Etant venu jusqu'à la bibliothèque, il sera d'autant plus disposé à flâner dans la bibliothèque qu'il aura trouvé ce qu'il était venu chercher ; satisfait, il empruntera peut-être d'autres livres, voire se laissera conseiller par des bibliothécaires. Dans le cas contraire, les best-sellers pourront toujours avoir un rôle de médiateur, permettant d'amener les usagers vers d'autres documents qui ne disposent pas de la même visibilité :

*« Désolée, le titre que vous demandez n'est pas disponible, (...) mais en attendant qu'il revienne, je peux vous proposer cet auteur qui vient de sortir un excellent roman ». Cela permet de faire vivre une autre partie du fonds qui a plus de mal à être visible<sup>171</sup>.*

Il est évident que les best-sellers contribuent déjà à cette médiation dans nombre de bibliothèques, mais celle-ci ne peut être pleinement efficace que s'ils sont visibles au sein des collections, s'ils font l'objet d'une valorisation adéquate. Leur présence au sein du catalogue suffit peut-être aux usagers qui en font un usage quotidien, mais elle est inadaptée à ceux qui n'y sont pas familiers comme aux non-fréquentants. La notion de produit d'appel prend alors tout son sens lorsqu'elle est envisagée à l'intention de ces usagers : la présentation des ouvrages en vitrine, l'effet du bouche-à-oreille, peuvent les inciter à franchir le seuil de la bibliothèque. Elle est l'un des artisans de cette visibilité que nous évoquions précédemment.

En soi, la valorisation des best-sellers n'est donc pas une mauvaise chose si elle est assortie d'un réel dispositif de médiation.

### ***Créer de nouvelles formes de visibilité ou dépasser le « rayon best-sellers » :***

Repenser la médiation autour des best-sellers n'est pas tâche aisée. Il est vrai que les enjeux d'un tel rayon résident en partie dans l'apport de visibilité et de « modernité » (au sens d'actualité) qu'il donne à l'établissement, ainsi que dans la hausse des statistiques de prêt.

Il est pourtant nécessaire, à nos yeux, que ce dispositif ne soit pas perçu comme quelque chose qui viendrait se rajouter à l'offre existante sans rien apporter d'autre que la force du concept, comme une proposition « facile » permettant de « faire du chiffre » à moindre coût. Cela serait préjudiciable à la fois pour l'image que les usagers pourraient se faire du service, qui risqueraient d'y voir une manière un peu vulgaire d'attirer leur attention et un jugement porté sur leurs goûts, mais également pour l'image qu'il renverrait aux bibliothécaires. Toute la force d'un tel dispositif réside à nos yeux dans cette dimension « populaire » du best-seller, au

---

<sup>170</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015, p. 194.

<sup>171</sup> Extrait de correspondance électronique du 01/12/2016.

sens où il s'agit d'une littérature qui parle au plus grand nombre et dont chacun, de près ou de loin, est imprégné. « Les best-sellers, écrit Cécile Rabot, jouent ainsi le rôle de références partagées au-delà des différences de position sociale et de niveau de capital culturel<sup>172</sup> ». Autour du best-seller se crée, en quelque sorte, une communauté de valeurs qui pourrait contribuer à fonder ce lien social dont les bibliothèques se réclament depuis quelques années<sup>173</sup>. Pour cela, il importe que cette valorisation soit perçue comme partie d'une stratégie plus englobante.

Nous avons particulièrement à l'esprit la réflexion menée à Calais, où la mise en place d'un service « meilleurs ventes », en regard du présentoir déjà existant des « nouveautés », devrait être prétexte à la création d'un espace de partage et d'échange. Le concept nous a paru intéressant dans la mesure où la richesse des collections des bibliothèques et la disposition des rayonnages n'encouragent pas les usagers à échanger sur leurs lectures respectives. Bien sûr, il est et il sera toujours possible de faire d'heureuses rencontres au détour d'une étagère ou à la banque de retour ; il y aura toujours un lecteur pour en apostropher un autre au sujet d'un titre ou d'un auteur qu'il aura lu et sur lequel il aura des choses à dire et des conseils à donner. Mais ces rencontres, dans l'espace même des collections (il n'est pas question, ici, des ateliers lecture et autres animations qui existent par ailleurs et que nous ne remettons pas en cause), restent fortuites. L'organisation de l'espace (les rayonnages de haute taille qui ferment l'horizon, le peu de places assises dans certains établissements) et les pratiques associées au lieu (l'étude, la lecture silencieuse) induisent des comportements qui font que la plupart des individus n'engageront pas spontanément la conversation avec d'autres lecteurs, surtout au sujet d'un ouvrage qu'ils ne seront pas certains que leur interlocuteur aura lu. La proposition de Calais est intéressante en ce qu'elle définit un espace dans lequel ces pratiques d'échange seraient encouragées, à travers une offre très médiatisée -donc que la plupart des lecteurs connaissent au moins de nom-, un mobilier adapté et des dispositifs spécifiques. Nous trouvons très intéressant l'idée de concevoir un espace doté de sa propre ambiance et dans lequel les usages et les interdits seraient différents, un espace qui ne serait pas celui des collections courantes, ni même celui des bibliothécaires, un espace « agora » où chaque élément se répond et forme un tout.

Le rayon best-sellers n'est jamais qu'un dispositif parmi d'autres ; il doit donc être conçu en relation avec les autres dispositifs existants, tels que les « nouveautés », les « coups de cœur » mais également les tables thématiques, avec lesquels il s'articule pour former un système cohérent.

---

<sup>172</sup> RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSIB, 2015, p. 144.

<sup>173</sup> Nous faisons bien évidemment référence au concept de « bibliothèque troisième lieu », théorisé en 2009 par Mathilde Servet, qui vise à proposer un nouveau genre de bibliothèques. Celle-ci devient un lieu de découverte, favorisant le vivre-ensemble et créant du lien social dans un cadre convivial. Projet social et politique, elle place l'utilisateur au cœur du projet des bibliothèques.

## CONCLUSION

---

Aborder la question du best-seller en bibliothèque à travers un dispositif de valorisation spécifique était un choix osé. Il comportait le risque de négliger les enjeux plus généraux de politique documentaire liés à ce type d'offre. Il s'avère cependant que la mise en œuvre d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers interroge l'ensemble des pratiques professionnelles de sélection, d'acquisition et de mise à disposition des collections. Cela tient au fait que la question du best-seller est transversale en bibliothèque. Elle touche en effet à plusieurs éléments de son identité : elle pose la question de la diversité de ses collections et de l'accès à la culture et au loisir, elle interroge sa mission de service public et sa relation aux usagers, elle questionne enfin son image et ses valeurs en tant qu'institution culturelle.

Les professionnels l'ont bien compris qui, dès les années 2000, s'interrogent sur la présence des best-sellers dans les collections des bibliothèques, qui pour la restreindre, qui pour la promouvoir. Il n'est donc guère étonnant que le rayon best-sellers de Saint-Etienne ait suscité la controverse durant la journée organisée par l'Arald, de même que nous n'avons guère été surpris par la réception que les professionnels interrogés lui ont faite. A cet égard, il ne semble pas que le débat ait beaucoup évolué, sinon en substance. L'acquisition de best-sellers fait certainement l'objet d'un consensus plus large dans le discours qu'auparavant, mais il semble difficile d'y voir une convergence de points de vue. Imposée par les contraintes du service public et par la banalisation d'un produit éditorial auquel l'institution, sous peine d'être taxée de passéisme, ne peut fermer ses portes, cette pratique de l'acquisition, si elle est désormais admise, apparaît davantage subie que choisie. Est-ce dans une tentative de reprendre la main sur une pratique qui parfois leur échappe que les professionnels se montrent majoritairement opposés à la mise en place d'un dispositif de valorisation dédié aux best-sellers ? Notre étude ne permet évidemment pas d'être aussi catégorique, mais elle manifeste bien une réticence des professionnels à mettre en valeur des documents qui ne reflètent pas les valeurs de l'institution et qui, du reste, sont déjà largement médiatisés. Les emprunts importants dont ils font l'objet apparaissent comme une indication suffisante de leur visibilité au sein des collections, et justifient le caractère superflu attribué à cette médiation.

Si les réticences liées à la valorisation des best-sellers n'ont rien de nouvelles, il est probable qu'elles deviendront de plus en plus prégnantes à l'avenir. La rationalisation des politiques publiques et l'interpénétration progressive des sphères culturelle et marchande laissent à penser que de telles démarches de visibilité vont se multiplier dans les années à venir. Il suffit de considérer, pour cela, le petit guide *Utile, Utilisable, Désirable*<sup>174</sup> qui appelle à une meilleure visibilité des bibliothèques, laquelle passe notamment par la présentation des best-sellers à la manière des librairies.

Pour conclure ce travail, nous citerons l'excellente phrase de Cécile Rabot : « Les bibliothécaires ne se contentent pas de suivre les autres instances de

---

<sup>174</sup> ETCHES, Amanda, SCHMIDT, Aaron, *Utile, utilisable, désirable, Redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2016. Disponible en ligne : [http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt\\_Utile-utilisable-desirable.pdf](http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt_Utile-utilisable-desirable.pdf)



légitimation en renonçant à leur rôle propre », écrivait-elle ainsi en faisant référence aux « nouveautés » et « coups de cœur » mis en place dans les bibliothèques du réseau de la ville de Paris. Le même raisonnement s'applique aux dispositifs de mise en valeur des best-sellers : la sélection documentaire s'opère toujours au crible de la sélectivité des bibliothécaires, et ce sont toujours ces derniers qui choisissent ce qu'ils sont disposés à recevoir comme « best-sellers ». Quant à savoir si ces dispositifs concourent véritablement à favoriser la visibilité des bibliothèques, c'est encore un autre débat.



## ENTRETIENS

---

DECONINCK, Caroline, Responsable de la politique documentaire à la médiathèque de Calais, Pôle lecture publique et patrimonial archivistique – Responsable du projet « meilleures ventes » - Entretien réalisé le 23/09/2016 à Calais.

FROCAUT, Bénédicte, Directrice du réseau de lecture publique de Calais – Entretien réalisé le 23/09/2016 à Calais.

JOVIGNOT, Lara, Bibliothécaire déléguée à la politique documentaire, bibliothèque municipale de Lausanne – Entretien téléphonique réalisé le 21/10/2016.

MARIN, François, Directeur des médiathèques municipales de Saint-Etienne – Entretien réalisé le 14/06/2016 à Saint-Etienne.

MESSELTA, Catherine, Médiathèque de Saint-Genis-Laval (B612) – Responsable du service « best-sellers » – Entretien réalisé le 21/09/2016 à Saint-Genis-Laval.

PETIT, Iris, Responsable Fonds Fiction Adulte à la Médiathèque Municipale de Saint-Etienne (Tarentaize) – Responsable du rayon « best-sellers » – Entretien réalisé le 14/06/2016 à Saint-Etienne.

RONDREUX, Jean-Raphael, Directeur de la Bibliothèque Municipale de Senlis – Entretien téléphonique réalisé le 22/11/2016.

Deux autres personnes que nous avons interrogé ont souhaité demeurer anonymes. Nous les remercions cependant pour leur disponibilité.



## BIBLIOGRAPHIE

---

Tous les liens hypertextes ont été vérifiés le 15/12/2016.

### LE BEST-SELLER DANS L'ÉDITION :

- « Le livre a encore un avenir », *Livres Hebdo*, n° 637, 2006, p. 6-13.
- BARBIER, Frédéric, dans MARTIN, Henri-Jean et CHARTIER, Roger (dir.), *Histoire de l'édition française, Le temps des éditeurs, du Romantisme à la Belle Époque*, Paris, Promodis, 1985.
- BERTHOU, Benoit, *Le "best-seller" : la fabrique du succès*, Conférence donnée aux "Ateliers du livre" de la Bibliothèque Nationale de France le 16 mai 2006, Paris, France. Disponible en ligne : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00214287/document>
- CASANOVA, Pascale, *La République mondiale des lettres*, Paris, Le Seuil, 1999.
- DE CLOSETS, François, « Existe-t-il un art du best-seller ? », *Le Débat*, n° 34, 1985, p. 77-94. Disponible en ligne : <http://www.cairn.info/revue-le-debat-1985-2-page-77.htm>
- DUCAS, Sylvie, "La littérature aujourd'hui : populaire ?", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n° 1, 2014. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2014-01-0078-006>
- DUPUIS, Jérôme, PERAS, Delphine, « Les éditeurs sont-ils tous des menteurs ? », *L'Express*, 22 mars 2007. Disponible en ligne : [http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-editeurs-sont-ils-tous-des-menteurs\\_822025.html](http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-editeurs-sont-ils-tous-des-menteurs_822025.html).
- FARDEAU, Patrice, « Une mondialité nommée littérature, Entretien avec Pascale Casanova », *Regards.fr*, 1999. Disponible en ligne : <http://www.regards.fr/acces-payant/archives-web/une-mondialite-nommee-litterature,1704>.
- GRASSET, Bernard, *La chose littéraire*, Paris, Grasset, 1929.
- GRASSET, Bernard, *Lettre à André Gillon sur les conditions du succès en librairie*, Paris, Grasset, 1953.
- LACOTE-GABRYSIK, Lyllette, « C'est un best-seller ! Meilleures ventes de livres en France de 1984 à 2004", *Communication*, n°27, 2010. Disponible en ligne : <https://communication.revues.org/3130>
- NORA, Pierre, « BEST-SELLER », *Encyclopædia Universalis* [en ligne]. Disponible en ligne : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/best-seller/>
- ROUVILLOIS, Frédéric, *Une histoire des best-sellers*, Paris, Flammarion, 2011

### MEILLEURES VENTES LIVRES HEBDO 2010-2015 :

- « Meilleures ventes 2010 : boulimie pour les livres de Pierre Dukan », *Livres Hebdo*, 20 janvier 2011. Disponible en ligne :

<http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2010-boulimie-pour-les-livres-de-pierre-dukan?rand=5900>

-COMBET, Claude, PIAULT, Fabrice, WALTER, Anne-Laure, ANDREUCCI, Catherine, FERRAND, Christine, « Meilleures ventes 2011, les bons sentiments », *Livres Hebdo*, 27 janvier 2012. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2011-les-bons-sentiments?xtmc=Meilleures+ventes+2011&xtcr=29>

- « Meilleures ventes 2012 : l'évasion par la fiction », *Livres Hebdo*, 23 janvier 2013. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2012-levasion-par-la-fiction?from=profile>

-COMBET, Claude, « Astérix et 50 nuances de Grey en tête des meilleures ventes 2013 selon GFK », *Livres Hebdo*, 14 janvier 2014. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/asterix-et-50-nuances-de-grey-en-tete-des-meilleures-ventes-2013-selon-gfk?xtmc=%22gfk%22&xtcr=7>

-COMBET, Claude, HUGUENY, Hervé, LEGER, Souen, PIAULT, Fabrice, WALTER, Anne-Laure, « Meilleures ventes 2014 : merci pour l'amour », *Livres Hebdo*, 23 janvier 2015, disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2014-merci-pour-lamour?xtmc=%22meilleures+ventes+2014%22&xtcr=1>

-COMBET, Claude, « Dossier roman policier : le polar français sort de la marge », *Livres Hebdo*, 2014. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/dossier-roman-policier-le-polar-francais-sort-de-la-marge>

-COMBET, Claude, HUGUENY, Hervé, DURAND, Marine, WALTER, Anne-Laure, « Meilleures ventes 2015, la potion magique », *Livres Hebdo*, 22 janvier 2016. Disponible en ligne : <http://www.livreshebdo.fr/article/meilleures-ventes-2015-la-potion-magique?xtmc=Meilleures+ventes+2015&xtcr=1>

## DOCUMENTATION INSTITUTIONNELLE :

### TEXTES OFFICIELS

-*Charte des bibliothèques adoptée par le Conseil supérieur des bibliothèques le 7 novembre 1991, Extrait du Rapport du président pour l'année 1991*, Paris, Association du Conseil supérieur des bibliothèques, ministères de l'Éducation nationale, de la Culture et de la Recherche, 1991. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1096-charte-des-bibliotheques.pdf>

-*Les services de la bibliothèque publique : principes directeurs de l'IFLA/UNESCO*, Fédération internationale des associations de bibliothèques, Section des bibliothèques publiques, 2001. Disponible en ligne : <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001246/124654f.pdf>

### RAPPORTS

-*Baromètre des prêts et des acquisitions dans les bibliothèques de lecture publique*, Ministère de la Culture et de la Communication, 29 Avril 2016. Disponible en ligne : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Livre-et-Lecture/Actualites/Barometre-des-prets-et-des-acquisitions-en-bibliotheque-2015>

-Les 1000 références les plus prêtées dans les bibliothèques de prêt de la ville de Paris (dernière mise à jour le 11 Juillet 2014), Data.gouv.fr. Disponible en ligne : <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/les-titres-les-plus-pretés-dans-les-bibliothèques-de-pret-prs/>

-Les 1000 références les plus réservées dans les bibliothèques de prêt de la ville de Paris (dernière mise à jour le 11 Juillet 2014), Data.gouv.fr. Disponible en ligne : <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/les-1000-titres-les-plus-reserves-dans-les-bibliothèques-de-pret-prs/>

-Les 1000 références les plus recherchées au catalogue des bibliothèques de prêt de la ville de Paris (dernière mise à jour le 11 Juillet 2014), Data.gouv.fr. Disponible en ligne : <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/les-1000-titres-les-plus-recherches-au-catalogue-des-bibliothèques-de-pret-prs/>

## **LE BEST-SELLER EN BIBLIOTHEQUE (Aspects de politique documentaire et enjeux) :**

-BAZIN, Patrick, « Plus proche des lointains », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n°2, 2004. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-02-0008-002>

-BENRUBI, David-Jonathan, "Enquête sur les consommations culturelles des bibliothécaires", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n° 4, 2009. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2009-04-0006-001>

-CALENGE, Bertrand, "La collection entre offre et demande ?", *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), n°2, 2001. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2001-02-0040-003>

-CALENGE, Bertrand, *Conduire une politique documentaire*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 1999.

-CALENGE, Bertrand, « Évaluation et statistiques : les taux de rotation », *Carnet de notes*, 2008. Disponible en ligne : <https://bccn.wordpress.com/2008/08/04/evaluation-et-statistiques-les-taux-de-rotation/>

-DELOULE, Madeleine, « Le choix des livres par les bibliothécaires », site de l'Association des Directeurs de Bibliothèques Départementales de Prêt (ADBDP), posté le 15 août 2005. Disponible en ligne : <http://adbdp.web03.b2f-concept.net/spip.php?article521>

-LAHARY, Dominique, « Pour une bibliothèque polyvalente : à propos des best-sellers en bibliothèque publique », *Bulletin d'Informations de l'Association des Bibliothécaires Français* (BBF), n°189, 2000. Disponible en ligne : <http://www.lahary.fr/pro/2000/ABF189-bibliotheque-polyvalente.htm>

-LUMEAU, Marianne, THIERRY, Clémence, « La demande de livres de fiction en bibliothèques », *Réseaux*, n°2, 2015, p.275-298. Disponible en ligne : <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2015-2-page-275.htm>

-PETIT, Iris, « Pleins feux sur les best-sellers », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 2016, n° 9, p. 96-103. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-09-0096-010>

-POISSENOT, Claude, « Enquête sur la présence des succès de librairie dans les médiathèques », *Biblioacid*, 1/4, 2004. Disponible en ligne : [https://hal.archives-ouvertes.fr/sic\\_00000973](https://hal.archives-ouvertes.fr/sic_00000973)

-RABOT, Cécile, « Les « Coups de cœur » d'une bibliothèque de lecture publique : valeurs et enjeux professionnels d'une sélection littéraire », *Culture & Musées*, n°17, 2011, p. 63-84. Disponible en ligne : [http://www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2011\\_num\\_17\\_1\\_1597](http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2011_num_17_1_1597)

-RABOT, Cécile, *La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2015

-RENARD H, « Achat et emprunt de livres : concurrence ou complémentarité », *Bulletin des Bibliothèques de France* (BBF), n° 5, 1995. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1995-05-0026-001>

-THUILLART, Guilaine, *La place de l'actualité par le livre dans les bibliothèques* Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2006. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/568-la-place-de-l-actualite-par-le-livre-dans-les-bibliotheques-municipales-de-la-ville-de-paris.pdf>

-UTARD, Jean-Claude, « Les bibliothèques et l'édition indépendante », dans Emmanuel Payen (dir.), *Les bibliothèques dans la chaîne du livre*, Paris, Editions du Cercle de la Librairie, 2004

## GENERALITES SUR LES BIBLIOTHEQUES :

-ALIX, Yves (dir.), *Le métier de bibliothécaire*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 2013

-MARESCA, Bruno ; GAUDET, Françoise ; et EVANS, Christophe, *Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet : Attractivité, fréquentation et devenir*, Paris, Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2007 (généré le 01 septembre 2016). Disponible en ligne : <http://books.openedition.org/bibpompidou/176>

-PEIGNET, Dominique, (dir.), MOUREN, Raphaële, *Le métier de bibliothécaire*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 2007

## MONTER DES PROJETS EN BIBLIOTHEQUE :

-MOREL, Anne, *PSC / PCSES : pour une diffusion de la démarche projet en bibliothèque*, sous la direction de Delphine Quéreux-Sbaï, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2016. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/65765-psc-pces-pour-une-diffusion-de-la-demarche-projet-en-bibliotheque.pdf>

## L'EVALUATION EN BIBLIOTHEQUE :

-CARBONE, Pierre. « Évaluer la performance des bibliothèques », *Bulletin des bibliothèques de France* (BBF), 1998, n° 6, p. 40-45. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1998-06-0040-005>

-GOUYON, François, *L'évaluation en bibliothèque publique : permanence des enjeux, nouveaux outils, nouvelles méthodes ?*, sous la direction de Marie-France Peyrelong, Mémoire d'études diplôme de conservateur des bibliothèques, 2008. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1758-l-evaluation-en-bibliotheque-publique-permanence-des-enjeux-nouveaux-outils-nouvelles-methodes.pdf>



-JACQUET, Amandine, *Intervention d'Amandine Jacquet, 1er congrès mondial de l'AIFBD, à Montréal du 3 au 6 août 2008*, 2008. Disponible en ligne : [http://adbdp.web03.b2f-concept.net/IMG/pdf\\_Evaluerlactiviteenbibliotheque.pdf](http://adbdp.web03.b2f-concept.net/IMG/pdf_Evaluerlactiviteenbibliotheque.pdf)

#### **LES SERVICES EN BIBLIOTHEQUE :**

-CALENGE, Bertrand, *Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 1996

-ETCHES, Amanda, SCHMIDT, Aaron, *Utile, utilisable, désirable, Redessiner les bibliothèques pour leurs utilisateurs*, Villeurbanne, Presses de l'Esssib, 2016. Disponible en ligne : [http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt\\_Utile-utilisable-desirable.pdf](http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/La-numerique/Etches-Schmidt_Utile-utilisable-desirable.pdf)

-LAHARY, Dominique, « Bibliothèque, politiques publiques, service public », *BIBLIothèque(s)*, n°53-54, 2010. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/59925-53-54-service-public.pdf>

#### **LA BIBLIOTHEQUE FACE AU CHANGEMENT :**

-DAVID, Bruno, « Le manège enchanté des bibliothécaires », *Bulletin des Bibliothèques de France (BBF)*, 2004, n°6, p.87-97. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-06-0087-001>

-MOURLAN, Sonia, Mémoire DCB20, *"Les bibliothécaires, ennemis de la bibliothèque ?"*. Disponible en ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/56768-les-bibliothecaires-ennemis-de-la-bibliotheque.pdf>

#### **DOCUMENTATION ÉTRANGÈRE :**

-BLOOM, Clive, *Bestsellers. Popular Fiction since 1900*, Basingstoke, Palgrave, MacMillan, 2008. Disponible en ligne : <http://www.palgraveconnect.com/pc/doi/finder/view/10.1057/9780230583870>

-KENNEY, Brian, « What we buy now », *Publishers Weekly*, 2013. Disponible en ligne : <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/libraries/article/55555-what-we-buy-now.html>

-GORDON Michelle, HAACK Allison, VERNON Rebecca, SAULTER Tiffany et SHAW Debora, « Multiple Copies of Bestsellers in Public Libraries: How Much Is Enough? », *Public Library Quarterly*, 2014. Disponible en ligne : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01616846.2014.910725>

-ROONEY-BROWNE Christine, MCMENEMY David, « Public libraries as impartial spaces in a consumer society : possible, plausible, desirable ? », *New Library World*, vol.111, 2010, p. 455-467. Disponible en ligne : <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/03074801011094831>



## ANNEXES

---

### *Table des annexes*

<b>ANNEXE 1 – PALMARES DES DOUZE PLUS GRANDS BEST-SELLERS DE L’HISTOIRE.....</b>	<b>116</b>
<b>ANNEXE 2 – TOP 10 DES MEILLEURES VENTES ANNUELLES DE LIVRES 2010-2015, D’APRES LES ENQUETES IPSOS/LIVRES HEBDO ET GFK/LIVRES HEBDO.....</b>	<b>117</b>
<b>ANNEXE 3 – LISTE DES EXEMPLAIRES DU RAYON BEST-SELLERS DE SAINT-ETIENNE EN AOUT 2016.....</b>	<b>118</b>
<b>ANNEXE 4 – CARTE D’IDENTITE DU SERVICE BEST-SELLERS DANS LES TROIS ETABLISSEMENTS ETUDIES.....</b>	<b>123</b>
<b>ANNEXE 5 – « CIRCUIT RAPIDE DES NOUVEAUTES » DE LA MEDIATHEQUE DE CALAIS .....</b>	<b>124</b>
<b>ANNEXE 6 – « FICHE PROJET » DU SERVICE MEILLEURES VENTES DE LA MEDIATHEQUE DE CALAIS .....</b>	<b>126</b>
<b>ANNEXE 7 - DONNEES QUANTITATIVES EXTRAITES DU BILAN D’ACTIVITE DU RAYON BEST-SELLERS AU 30/09/2016 .....</b>	<b>129</b>
<b>ANNEXE 8 – FICHE PRATIQUE RELATIVE A LA MISE EN PLACE D’UN RAYON BEST-SELLERS .....</b>	<b>133</b>
<b>ANNEXE 9 – QUESTIONNAIRE SUR LES BEST-SELLERS EN BIBLIOTHEQUE .....</b>	<b>135</b>
<b>ANNEXE 10 – EXPLOITATION DES RESULTATS DU QUESTIONNAIRE .....</b>	<b>137</b>

## ANNEXE 1 – PALMARES DES DOUZE PLUS GRANDS BEST-SELLERS DE L'HISTOIRE

**Source** : ROUVILLOIS, Frédéric, *Une histoire des best-sellers*, Paris, Flammarion, 2011, p. 230.

- 1) La Bible (4 à 6 milliards d'exemplaires)
- 2) Le Petit livre rouge de Mao Zedong (plus d'un milliard d'exemplaires)
- 3) Le Coran (autour de 800 millions)
- 4) Le Dictionnaire Xinhua de Wei Jianguo (1957 - autour de 400 millions)
- 5) Les Poèmes du président Mao (autour de 400 millions d'exemplaires)
- 6) Les Textes choisis de Mao (1966 - 250 millions d'exemplaires)
- 7) *A tale of Two Cities* de Charles Dickens (1859 - 200 million)
- 8) *Scouting for Boys* de Baden-Powell (1908 -150 millions d'exemplaires)
- 9) *Le Seigneur des anneaux*, de JRR Tolkien (1954-1955 – environ 150 millions d'exemplaires)
- 10) Le Livre de Mormon (1830 – près de 150 millions d'exemplaires)
- 11) *The Truth That Leads to Eternal Life* (1968 – environ 110 million d'exemplaires)
- 12) *Harry Potter à l'école des sorciers* de J. K. Rowling (1997- environ 110 millions d'exemplaires)

**ANNEXE 2 – TOP 10 DES MEILLEURES VENTES  
ANNUELLES DE LIVRES 2010-2015, D'APRES LES ENQUETES  
IPSOS/LIVRES HEBDO ET GFK/LIVRES HEBDO.**

2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>1 - Je ne sais pas maigrir</b> , de Pierre Dukan	<b>1 - Indignez-vous !</b> de Stéphane Hessel	<b>1 - L'appel de l'ange</b> , de Guillaume Musso	<b>1 - Astérix chez les Pictes</b> , de Jean-Yves Ferri et Didier Conrad	<b>1 - Merci pour ce moment</b> , de Valérie Trierweiler	<b>1 - Le papyrus de César</b> , de Jean-Yves Ferri et Didier Conrad
<b>2 - Indignez-vous !</b> de Stéphane Hessel	<b>2 - La délicatesse</b> , de David Foenkinos	<b>2 - Le vieux qui ne voulait pas fêter son anniversaire</b> , de Jonas Jonasson	<b>2 - Cinquante nuances plus sombres</b> , de E.L. James	<b>2 - Cinquante nuances de Grey</b> (poche), de E.L. James	<b>2 - Grey, cinquante nuances de Grey par Christian</b> , de E.L. James
<b>3 - Les recettes Dukan</b> , de Pierre Dukan	<b>3 - La couleur des sentiments</b> , de Kathryn Stockett	<b>3 - Cinquante nuances de Grey</b> , de E.L. James	<b>3 - Cinquante nuances de Grey</b> , de E.L. James	<b>3 - Central Park</b> , de Guillaume Musso	<b>3 - Central Park</b> , de Guillaume Musso
<b>4 - La méthode Dukan illustrée</b> , de Pierre Dukan	<b>4 - L'appel de l'ange</b> , de Guillaume Musso	<b>4 - La vérité sur l'affaire Harry Quebert</b> , de Joël Dicker	<b>4 - Cinquante nuances plus claires</b> , de E.L. James	<b>4 - La femme parfaite est une connasse !</b> d'Anne-Sophie Girard	<b>4 - Soumission</b> , de Michel Houellebecq
<b>5 - Les écureuils de Central Park sont tristes le lundi</b> , de Katherine Pancol	<b>5 - La fille de papier</b> , de Guillaume Musso	<b>5 - 7 ans après ...</b> , de Guillaume Musso	<b>5 - Inferno</b> , de Dan Brown	<b>5 - Demain</b> (poche), de Guillaume Musso	<b>5 - Fifty shades 2 : cinquante nuances plus sombres</b> , (poche) de E.L. James
<b>6 - Métronome</b> , de Laurent Deutsch	<b>6 - Les écureuils de Central Park sont tristes le lundi</b> , de Katherine Pancol	<b>6 - Si c'était à refaire</b> , de Marc Lévy	<b>6 - Demain j'arrête</b> , de Gilles Legardinier	<b>6 - Fifty shades 2 : cinquante nuances plus sombres</b> , (poche) de E.L. James	<b>6 - L'instant présent</b> , de Guillaume Musso
<b>7 - La Consolante</b> , d'Anna Gavalda	<b>7 - Le voleur d'ombres</b> , de Marc Lévy	<b>7 - L'étrange voyage de Monsieur Daldry</b> , de Marc Lévy	<b>7 - Demain</b> , de Guillaume Musso	<b>7 - Nos étoiles contraires</b> , de John Green	<b>7 - Le charme discret de l'intestin</b> , de Giulia Enders
<b>8 - La carte et le territoire</b> , de Michel Houellebecq	<b>8 - L'armée furieuse</b> , de Fred Vargas	<b>8 - La liste de mes envies</b> , de Grégoire Delacourt	<b>8 - La femme parfaite est une connasse</b> , d'Anne-Sophie Girard	<b>8 - Muchachas, vol.1</b> , de Katherine Pancol	<b>8 - Fifty shades 3 : cinquante nuances plus claires</b> (poche), de E.L. James
<b>9 - Sans un mot</b> , d'Harlan Coben	<b>9 - L'étrange voyage de monsieur Daldry</b> , de Marc Lévy	<b>9 - Faute de preuves</b> , d'Harlan Coben	<b>9 - 7 ans après...</b> , de Guillaume Musso	<b>9 - Fifty shades 3 : cinquante nuances plus claires</b> (poche), de E.L. James	<b>9 - Temps glaciaires</b> , de Fred Vargas
<b>10 - L'homme qui voulait être heureux</b> , de Laurent Gounelle	<b>10 - Rien ne s'oppose à la nuit</b> , de Delphine Vigan	<b>10 - Nutella : le petit livre</b> , de Sandra Mahut	<b>10 - Au revoir là-haut</b> , de Pierre Lemaitre	<b>10 - La vérité sur l'affaire Harry Quebert</b> , de Joël Dicker	<b>10 - Millenium 4 : ce qui ne me tue pas</b> , de David Lagercrantz

### ANNEXE 3 – LISTE DES EXEMPLAIRES DU RAYON BEST-SELLERS DE SAINT-ETIENNE EN AOUT 2016

Nb d'ex.	Auteur	Titre	Editeur	Année pub.
1	Manu Larcenet	<i>Le Rapport de Brodeck, t.2: L'indicible</i>	Dargaud	2016
1	Denis Lapière	<i>Michel Vaillant, saison 2, t.5: Renaissance</i>	Dupuis	2016
1	Michael Goodwin	<i>Economix: la première histoire de l'économie en BD</i>	Arènes	2014
2	Mr Tan	<i>Mortelle Adèle t.10 ; Choubidoulove</i>	Tourbillon	2016
	Fabien Velhmann,			
1	Bruno Gazzotti	<i>Seuls t.9 ; avant l'enfant-minuit</i>	Dupuis	2015
			Ed. Rue de	
1	Joann Sfar	<i>Tu n'as rien à craindre de moi</i>	Sèvres	2016
1	Yves Sente	<i>XIII, t.24: L'héritage de Jason Mac Lane</i>	Dargaud	2016
1	Catherine Meurisse	<i>La légèreté</i>	Dargaud	2016
2	Nicolas Jarry	<i>Nains, t.4 : Oosram des errants</i>	Soleil	2016
			Les deux	
1	Romain Pujol	<i>Les lapins crétiens, t.8: Une case en moins!</i>	royaumes	2016
			Ed. des	
1	François Durpaire	<i>La présidente</i>	Arènes	2015
1	Alain Corbin	<i>Histoire du silence: de la Renaissance à nos jours</i>	Albin Michel	2016
2	Gilles Kepel	<i>Terreur dans l'hexagone : genèse du djihad français</i>	Gallimard	2015
	Régis Debray,			
2	Didier Leschi	<i>La laïcité au quotidien: guide pratique</i>	Gallimard	2015
2	Caroline Cooney	<i>Caroline et Safia : le book</i>	Hachette	2016
		<i>100 photos de Sebastiao Salgado pour la liberté de la</i>	Reporters	
1	Sebastiao Salgado	<i>presse</i>	sans frontières	2015
			Calmann-	
2	Antony Beevor	<i>Ardennes 1944: le va-tout de Hitler</i>	Lévy	2015
1	Max Gallo	<i>Richelieu : la foi dans la France</i>	XO	2015
			Ed. des	
1	Jan-Paul Kauffmann	<i>Outre-terre</i>	Equateurs	2016
		<i>Un fauteuil sur la seine : quatre siècles d'histoire de</i>		
2	Amin Maalouf	<i>France</i>	Grasset	2016
2	Collectif	<i>Le monde russe</i>	Revue XXI	2015
2	Paul Veyne	<i>Palmyre : l'irremplaçable trésor</i>	Albin Michel	2015
		<i>Guide de la classification décimale de Dewey : XXIIe</i>	Ed. du Cercle	
1	Annie Béthery	<i>édition</i>	de la librairie	2005
2	Coluche	<i>Le pavé</i>	Cherche midi	2016
2	Stéphane Bern	<i>Les pourquoi de l'histoire, 3</i>	Albin Michel	2016
		<i>Le test: une expérience inouïe, la preuve de l'après-</i>		
2	Stéphane Allix	<i>vie?</i>	Albin Michel	2015
2	Boris Cyrulnik	<i>Ivres paradis, bonheurs héroïques</i>	O. Jacob	2016
2	Hal Elrod	<i>Miracle morning: offrez-vous un supplément de vie</i>	First éditions	2016
2	Pascal Bruckner	<i>La sagesse de l'argent</i>	Grasset	2016
			Don	
			Quichotte	
2	Aymeric Caron	<i>Antispéciste: réconcilier l'humain, l'animal, la nature</i>	éditions	2016
		<i>La révolution transhumaniste: comment la</i>		
2	Luc Ferry	<i>technomédecine et l'ubérisation du monde vont</i>	Plon	2016

	<i>bouleverser nos vies</i>		
1	Alain Finkielkraut	<i>La seule exactitude</i>	Stock 2015
1	Frédéric Lenoir	<i>La puissance de la joie</i>	Fayard 2015
2	Michel Onfray	<i>Le miroir aux alouettes: principes d'athéisme social</i>	Plon 2016
2	Michel Onfray	<i>Penser l'islam</i>	Grasset 2016
1	Christophe André	<i>Trois amis en quête de sagesse</i>	L'Iconoclaste 2016
		<i>Le nom de Dieu est Miséricorde - conversation avec</i>	Robert
2	François, pape	<i>Andrea Tornielli</i>	Laffont 2016
2	François, pape	<i>La joie de l'amour: exhortation apostolique</i>	Cerf 2016
1	Henri-Bernard Lévy	<i>L'esprit du judaïsme</i>	Grasset 2015
1	Cynthia Fleury	<i>Les irremplaçables</i>	Gallimard 2015
2	Collectif	<i>On vaut mieux que ça</i>	Flammarion 2016
1	Antoine Leiris	<i>Vous n'aurez pas ma haine</i>	Fayard 2016
2	Maryse Wolinski	<i>"Chérie, je vais à Charlie"</i>	Seuil 2016
1	Hubert Védrine	<i>Le monde au défi</i>	Fayard 2016
2	Jacques Attali	<i>100 jours pour que la France réussisse</i>	Fayard 2016
1	Laurent Bazin	<i>Le bal des dézingueurs</i>	Flammarion 2016
	Daniel Cohn-Bendit, Hervé		
2	Algalarrondo	<i>Et si on arrêta les conneries?</i>	Fayard 2016
			Robert
2	Jean-Louis Debré	<i>Ce que je ne pouvais pas dire: 2007-2016</i>	Laffont 2016
1	Marcel Gauchet	<i>Comprendre le malheur français</i>	Stock 2016
		<i>La face cachée du Quai d'Orsay: enquête sur un</i>	Robert
2	Vincent Jauvert	<i>ministère à la dérive</i>	Laffont 2016
2	Alain Juppé	<i>Pour un Etat fort</i>	Lattès 2016
2	Bruno Le Maire	<i>Ne vous résignez pas!</i>	Albin Michel 2016
2	Stéphanie Marteau	<i>L'Elysée off</i>	Fayard 2016
	Jean-Luc		
2	Mélenchon	<i>L'ère du peuple</i>	Pluriel 2016
2	Nicolas Sarkozy	<i>La France pour la vie</i>	Plon 2016
	Christiane Taubira-		
2	Delannon	<i>Murmures à la jeunesse</i>	Philippe Rey 2016
2	Gael Tchakaloff	<i>Lapins et merveilles: récit-enquête</i>	Flammarion 2016
			Ed. Les liens
1	Eloi Laurent	<i>Nos mythologies économiques</i>	qui libèrent 2016
			Ed. Les liens
1	Gianis Varoufakis	<i>Et les faibles subissent ce qu'ils doivent?</i>	qui libèrent 2016
1	Bernard Maris	<i>Souriez, vous êtes français!</i>	Grasset 2016
2	Alain Juppé	<i>Cinq ans pour l'emploi</i>	Lattès 2016
2	Bertrand Soubelet	<i>Tout ce qu'il ne faut pas dire</i>	Plon 2016
			Ed. Les liens
2	Nicolas Hulot	<i>Osons! Plaidoyer d'un homme libre</i>	qui libèrent 2015
		<i>Le dernier qui s'en va éteint la lumière : essai sur</i>	
2	Paul Jorion	<i>l'extinction de l'humanité</i>	Fayard 2016
1	Philippe Verdier	<i>Climat investigation : document</i>	Ed. Ring 2015
2	Philippe Pascot	<i>Pilleurs d'Etat</i>	Max Milo 2016
2	Philippe Pascot	<i>Du goudron et des plumes, délits d'élus t.2</i>	Max Milo 2016
2	Bruce Benamran	<i>Prenez le temps d'e-penser, t.1</i>	Marabout 2015
	Jean-Christophe		
	Brisard, Antoine		
2	Beguin	<i>Effets secondaires, le scandale français</i>	First éditions 2016

2	Jacques Higelin	<i>Je vie pas ma vie, je la rêve</i>	Fayard	2015
2	Roman Polanski	<i>Roman par Polanski</i>	Fayard	2016
			Robert	
2	Nabila Benattia	<i>Trop vite</i>	Laffont	2016
2	Richard Bohringer	<i>Quinze rounds</i>	Flammarion	2016
			Robert	
1	Michel Drucker	<i>Une année pas comme les autres</i>	Laffont	2015
1	Véronique Jannot	<i>Au fil de l'autre : voir la vie autrement</i>	Michel Lafon	2015
1	Laetitia Milot	<i>Le bébé, c'est pour quand?</i>	Michel Lafon	2016
2	Patrick Sébastien	<i>Le vrai goût des tomates mûres</i>	XO	2016
		<i>Un autre regard sur mon grand-père Charles de</i>		
2	Yves de Gaulle	<i>Gaulle</i>	Plon	2016
2	Fabrice Luchini	<i>Comédie française : ça a débuté comme ça</i>	Flammarion	2016
1	Christian Bobin	<i>La grande vie</i>	Gallimard	2015
	Sophie Audouin-			
1	Mamikonian	<i>Tara Duncan : Tara et Cal</i>	XO	2015
1	Kay Bromberg	<i>Driven, saison 1</i>	Hugo	2015
2	Anna Todd	<i>Before : After, saison 1</i>	Hugo	2016
2	Anna Todd	<i>Before : After, saison 2</i>	Hugo	2016
2	Erri De Luca	<i>Le plus et le moins</i>	Gallimard	2016
			Ed. de	
2	Jonathan Franzen	<i>Purity</i>	l'Olivier	2016
1	Patti Smith	<i>M Train</i>	Gallimard	2016
			Ed. des	
2	Ariane Chemin	<i>Mariage en douce: Gary et Seberg</i>	Equateurs	2016
			Ed.	
2	Ta-Nehisi Coates	<i>Une colère noire : lettre à mon fils</i>	Autrement	2016
1	Frédéric Beigbeder	<i>Conversations d'un enfant du siècle</i>	Grasset	2015
2	Christian Bobin	<i>Noireclair</i>	Gallimard	2015
2	Olivier Adam	<i>La renverse</i>	Flammarion	2016
2	Joseph Andras	<i>De nos frères blessés</i>	Actes Sud	2016
2	Katarina Bivald	<i>Le jour où Anita envoya tout balader</i>	Denoël	2016
2	Olivier Bourdeaut	<i>En attendant Bojangles</i>	Finitude	2015
1	Françoise Bourdin	<i>Un mariage d'amour</i>	Belfond	2016
1	William Boyd	<i>Les vies multiples d'Amory Clay</i>	Seuil	2015
2	Emmanuel Carrère	<i>Il est avantageux d'avoir où aller</i>	POL	2016
2	Tracy Chevalier	<i>A l'orée du verger</i>	Quai Voltaire	2016
2	Philippe Claudel	<i>L'arbre du pays Toraja</i>	Stock	2016
1	Laurence Cossé	<i>La grande arche</i>	Gallimard	2015
1	Régis Debray	<i>Madame H.</i>	Gallimard	2015
			Ed. de	
1	Agnès Desarthe	<i>Ce cœur changeant</i>	l'Olivier	2015
1	Joël Dicker	<i>Le livre des Baltimore</i>	Ed. de Fallois	2015
2	Chahdortt Djavann	<i>Les putes voilées n'iront jamais au paradis!</i>	Grasset	2016
2	Philippe Djian	<i>Dispersez-vous, ralliez-vous!</i>	Gallimard	2016
2	Annie Erneaux	<i>Mémoire de fille</i>	Gallimard	2016
2	David Foenkinos	<i>Le mystère Henri Pick</i>	Gallimard	2016
1	Emilie Frèche	<i>Un homme dangereux</i>	Stock	2015
	Franz-Olivier			
2	Giesbert	<i>L'arracheuse de dents</i>	Gallimard	2016
1	Nancy Huston	<i>Le club des miracles relatifs</i>	Actes Sud	2016



1	Harper Lee	<i>Va et poste une sentinelle</i>	Grasset	2015
2	Pierre Lemaitre	<i>Trois jours et une vie</i>	Albin Michel	2016
1	Ian McEwan	<i>L'intérêt de l'enfant</i>	Gallimard	2015
1	Anna McPartlin	<i>Les derniers jours de Rabbit Hayes</i>	Cherche midi	2016
2	Jean d'Ormesson	<i>Je dirai malgré tout que cette vie fut belle</i>	Gallimard	2015
			Ed. de	
2	Catherine Poulain	<i>Le grand marin</i>	l'Olivier	2016
2	Christian Signol	<i>Se souvenir des jours de fête</i>	Albin Michel	2016
2	Marc Trévidic	<i>Alham</i>	Lattès	2016
	Didier Van			
1	Cauwelaert	<i>On dirait nous</i>	Albin Michel	2016
2	Tristan Garcia	7.	Gallimard	2015
			Robert	
2	Marc Lévy	<i>L'horizon à l'envers</i>	Laffont	2016
	Agnès Martin-			
2	Lugand	<i>Désolée, je suis attendue</i>	Michel Lafon	2016
			Presses de la	
2	Danielle Steel	<i>Bravoure</i>	Cité	2016
1	Karen Viggers	<i>La maison des hautes falaises</i>	Les Escales	2016
2	Agnès Ledig	<i>On regrettera plus tard</i>	Albin Michel	2016
2	Diane Ducret	<i>L'homme idéal existe. Il est québécois.</i>	Albin Michel	2015
1	Christina Lauren	<i>Wild seasons saison 3: Dark wild night</i>	Hugo	2015
1	Christina Lauren	<i>Beautiful boss</i>	Hugo	2016
2	Marc Dugain	<i>L'homme nu : la dictature invisible du numérique</i>	Plon	2016
2	Michel Cymes	<i>Vivez mieux et plus longtemps</i>	Stock	2016
1	Jean-Michel Cohen	<i>Je mange quoi quand j'ai du diabète</i>	First éditions	2016
2	David Khayat	<i>La cuisine anti-cancer</i>	O. Jacob	2016
	Jean-François	<i>Simplissime: le livre de cuisine light le + facile du monde</i>		
2	Mallet		Hachette	2016
	François-Régis			
2	Gaudry	<i>On va déguster</i>	Marabout	2015
	Emmanuelle		La Page qui	
2	Figueras	<i>Je ne suis pas jolie, c'est vous les plus belles!</i>	bouge	2016
1	Jeremstar	<i>Télé réalité : le manuel pour percer</i>	Hugo	2016
2	Jussi Adler-Olsen	<i>Promesse</i>	Albin Michel	2016
			Editions	
2	Arnaldur Indridason	<i>Le lagon noir</i>	Métailié	2016
			Presses de la	
2	Michel Bussi	<i>Le temps est assassin</i>	Cité	2016
2	Maxime Chattam	<i>Le coma des mortels</i>	Albin Michel	2016
2	Mark Higgins Clark	<i>Le temps des regrets</i>	Albin Michel	2016
			Calmann-	
1	Michael Connelly	<i>Les dieux du verdict</i>	Lévy	2015
			Calmann-	
2	Michael Connelly	<i>Mariachi plaza</i>	Lévy	2016
			Ed. des 2	
2	Patricia Corwell	<i>Inhumaine</i>	Terres	2016
2	Jean Echenoz	<i>Envoyée spéciale</i>	Ed. de Minuit	2016
2	Caryl Férey	<i>Condor</i>	Gallimard	2016
1	Robert Galbraith	<i>La carrière du mal</i>	Grasset	2016
	Eric Giacometti,			
2	Jacques Ravenne	<i>L'empire du Graal</i>	Lattès	2016
1	Karine Giebel	<i>De force</i>	Belfond	2016

Jean-Christophe				
2	Grangé	<i>Congo requiem</i>	Albin Michel	2016
2	John Grisham	<i>L'insoumis</i>	Lattès	2016
1	Risk Garth Hallberg	<i>City on fire</i>	Plon	2016
			Robert	
1	L. S. Hilton	<i>Maestra</i>	Laffont	2016
			Presses de la	
			Cité	2016
2	Jonas Jonasson	<i>L'assassin qui rêvait d'une place au paradis</i>	Actes Sud	2016
2	Lars Kepler	<i>Desaxé</i>	Albin Michel	2015
1	Stephen King	<i>Revival</i>	Albin Michel	2016
2	Stephen King	<i>Carnets noirs</i>	Actes Sud	2016
2	Camilla Lackberg	<i>Le dompteur de lions</i>	Rouergue	2016
2	Peter May	<i>Les disparus du phare</i>	XO	2016
2	Guillaume Musso	<i>La fille de Brooklyn</i>	Gallimard	2015
2	Jo Nesbo	<i>Le fils</i>	Michel Lafon	2016
2	Olivier Norek	<i>Surtensions</i>	Lattès	2015
2	Jean-François Parot	<i>L'inconnu du pont Notre-Dame</i>	Michel Lafon	2016
2	Joann Sfar	<i>Le Niçois</i>	Fleuve noir	2016
2	Franck Thilliez	<i>Rêver</i>	Sonatine	2016
2	Wendy Walker	<i>Tout n'est pas perdu</i>	XO	2015
1	Mike Horn	<i>Vouloir toucher les étoiles</i>	Allary	2016
1	Riad Sattouf	<i>Les cahiers d'Esther: histoire de mes 10 ans</i>	Milady	2015
1	Andy Weir	<i>Seul sur Mars</i>	Seuil	2016
2	John Irving	<i>Avenue des mystères</i>	Michel Lafon	2016
1	Patricia Darré	<i>N'ayez pas peur de la vie</i>	Flammarion	2016
2	Sophie Moulinas	<i>Parents à perpétuité</i>	XO	2015
1	Morgane Seliman	<i>Il m'a volé ma vie</i>	XO	2016
2	Sylvie Vartan	<i>Maman : récit</i>	Actes Sud	2016
	Marie-Françoise		POL	2016
1	Colombani	<i>Bienvenue à Calais : les raisons de la colère</i>	Robert	
2	Marie Darrieussecq	<i>Etre ici est une splendeur: vie de Paula M. Becker</i>	Laffont	2016
	Marisa Bruni		Flammarion	2016
2	Tedeschi	<i>Mes chères filles, je vais vous raconter</i>	XO	2016
2	Laurent Ournac	<i>Celui que je rêvais d'être: entretiens avec Elodie Bécu</i>	Calmann-	
2	Renaud Séchan	<i>Comme un enfant perdu</i>	Lévy	2015
			Seuil	2015
1	Jean-Marie Roughol	<i>Je tape la manche : une vie dans la rue</i>	Grasset	2015
2	Henning Mankell	<i>Sable mouvant : fragments de ma vie</i>	Stock	2015
2	Patrick Rambaud	<i>François le Petit : chronique d'un règne</i>	Seuil	2016
1	Jean-Louis Fournier	<i>Ma mère du Nord</i>	Albin Michel	2016
2	Edouard Louis	<i>Histoire de la violence</i>		
1	Mathias Malzieu	<i>Journal d'un vampire en pyjama</i>	Lattès	2015
	Isabelle Monnin,		Stock	2016
1	Alex Beaupain	<i>Les gens dans l'enveloppe</i>		
1	Erik Orsenna	<i>L'origine de nos amours</i>		

## ANNEXE 4 – CARTE D'IDENTITE DU SERVICE BEST-SELLERS DANS LES TROIS ETABLISSEMENTS ETUDIES

LE SERVICE	SAINT-ETIENNE	SAINT-GENIS-LAVAL	CALAIS
<b>Definition du service</b>	Un rayon « best-sellers »	Un service « best-sellers »	Un service « meilleures ventes »
➤ <i>Le dispositif</i>	Quatre rayonnages classiques avec présentoirs, capacité de 48 documents	Une étagère, capacité d'environ 20-30 documents	Trois présentoirs panneaux, capacité d'environ 75 documents ET/OU étagères Ikea
➤ <i>Le fonds</i>	294 documents fin septembre 2016	31 documents à la mi-novembre 2016	88 documents à la mi-novembre 2016
➤ <i>Les critères de sélection</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inclus</b> : romans et documentaires adultes</li> <li>• <b>Exclus</b> : romans à l'eau de rose, almanachs, manuels scolaires, livres de poche, mangas, bandes dessinées, romans jeunesse et adolescents.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inclus</b> : romans et documentaires adultes, y compris romans sentimentaux.</li> <li>• <b>Exclus</b> : les bandes dessinées, les manuels scolaires, depuis peu les livres politiques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inclus</b> : romans et documentaires adulte, romans et documentaires adolescents, romans sentimentaux et ouvrages politiques</li> <li>• <b>Exclus</b> : bandes dessinées, manuels scolaires, livres de poche sauf poches inédits.</li> </ul>
➤ <i>Modalités d'emprunt</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non réservables</li> <li>• Non prolongeables</li> <li>• 2 prêts par carte</li> <li>• Durée de prêt de 3 semaines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non réservables</li> <li>• Non prolongeables</li> <li>• 1 prêt par carte</li> <li>• Durée de prêt de 3 semaines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non réservables</li> <li>• Prolongeables</li> <li>• N.A</li> <li>• Durée de prêt de 4 semaines</li> </ul>
➤ <i>Mode de présentation</i>	En <i>facing</i>	En <i>facing</i>	En <i>facing</i>
➤ <i>Emplacement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliothèque centrale</li> <li>• Entrée de la bibliothèque</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrée de la bibliothèque</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliothèque centrale</li> <li>• Entrée de la bibliothèque.</li> </ul>
<b>Objectifs du service</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Donner une visibilité aux best-sellers au sein de l'établissement</b>, invisibles car constamment empruntés/réservés</li> <li>• <b>Valoriser l'offre documentaire de l'établissement</b>, donner à voir les « livres dont l'on parle »</li> <li>• <b>Attirer d'anciens ou de nouveaux publics</b>, augmenter les statistiques de fréquentation. Notion de produit d'appel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Répondre à la demande des lecteurs</b> : « Il faut, parce que c'est ce que les gens ont envie de lire. C'est notre raison d'être de proposer ce que les gens veulent, (...) »</li> <li>• <b>Valoriser l'offre documentaire de l'établissement</b>, trouver les « derniers romans »</li> <li>• <b>Proposer une nouvelle offre documentaire, guider la lecture</b> : « De toute façon, les gens adorent ça. Ils aiment qu'on cherche pour eux, ils aiment qu'on les conseille. (...) Ils aiment être guidés. »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Offrir au public « un visu sur les meilleures ventes »</b>, qu'il puisse « prendre connaissance de ce dont tout le monde parle »</li> <li>• <b>Développer l'esprit critique du public</b>, qu'il se fasse « sa propre idée », qu'il « se rende compte par lui-même de l'intérêt d'un document »</li> <li>• <b>« S'ouvrir à un public qui n'est pas acquis à la lecture »</b> : attirer un public illettré et en dessous du seuil de pauvreté grâce à une offre qui leur parle. Notion de produit d'appel.</li> </ul>

## ANNEXE 5 – « CIRCUIT RAPIDE DES NOUVEAUTES » DE LA MEDIATHEQUE DE CALAIS

Le présent document matérialise une phase de réflexion et doit être pris comme tel.

1



MÉDIATHÈQUE CALAIS

### Proposition pour une mise en circulation rapide des documents dans les offices adultes

Nous avons constaté que les documents réceptionnés en office adultes devaient attendre la fin de la sélection pour être mis en circulation : c'est-à-dire au bout de 6 semaines au plus tard.

Or nous sommes d'accord pour dire que certains documents reçus en office ne nécessitent pas d'analyse puisqu'il s'agit de documents que la médiathèque achète automatiquement car ils appartiennent « aux meilleurs ventes » ou sont écrits par des auteurs incontournables (Danièle Steel, Dan Brown, James Paterson...).

En faisant une sélection rapide de ces documents, cela permettra de mettre en circulation les ouvrages les plus demandés en moins de 10 jours après réception de l'office.

#### ✚ Protocole pour le traitement de 50 documents

##### ⇒ Journée 1 :

- réception de l'office et envoi de message aux acquéreurs pour les avertir.

##### ⇒ Journée 2 et 3 :

- le lendemain de la réception, une ou deux collègue de la section adulte et (ou) du Médiabus font une sélection rapide (environ 2 heures) des ouvrages à mettre en circulation rapidement en les rangeant sur un chariot.
- Le chariot est amené dans le bureau STD commandes et est pris en charge immédiatement par une ou deux collègues du STD selon l'importance de la sélection (50 documents peuvent être catalogués en 1 journée).
- Le STD surligne les documents choisis sur le bordereau de dépôt pour une meilleure traçabilité.

##### ⇒ Journée 4 et 5 :

- équipement des documents

##### ⇒ Journée 6 :

- dépiégeage et mis en circulation.

#### ✚ En ce qui concerne la sélection du Médiabus :

- **Soit le STD remet une copie du bordereau de dépôt surligné et un collègue du Médiabus fait une sélection des documents à recommander.**
- ⇒ Problème : l'acquéreur ne verra pas les documents et devra aller sur le site pour visualiser l'ouvrage.
- ⇒ Solution : le collègue du Médiabus participe à la sélection rapide et surligne les documents à recommander tout de suite sur une copie du bordereau de dépôt.

○ **Soit la sélection est automatiquement recommandée.**

- ⇒ Problème : les sommes dépensées seront peut-être trop importantes pour le budget du Médiabus.
- ⇒ Solution : une somme supplémentaire au budget de fonctionnement pourrait être attribuée au Médiabus pour l'achat de nouveautés en fonction des dépenses de la Centrale Adultes pour les mêmes achats.

○ **Soit on demande que les « meilleures ventes » et les incontournables soient envoyés en double exemplaire dans les offices.**

- ⇒ Problème : comment définir les critères de sélections des ouvrages qui seront envoyés en double exemplaire ?
- ⇒ Solution : on laisse la sélection à la librairie Decitre pour qu'ils prennent en compte leur « meilleures ventes » et qu'ils s'engagent à nous les fournir en deux exemplaires.

✚ **En ce qui concerne les autres budgets analytiques**

○ **Pour « L'informatique » et « Concours, Emploi, Formation », et « ACM » il peut être proposé la même démarche.**

- ⇒ Problème : Il ne s'agit pas d'engorger le STD avec trop de documents à faire rapidement.
- ⇒ Solution : Il faut choisir les « priorités » :
  - Les fictions sont les plus demandées par les usagers donc prioritaire pour un traitement rapide.
  - Les autres documents pourront être traités après la mise en circulation des fictions.

## ANNEXE 6 – « FICHE PROJET » DU SERVICE MEILLEURES VENTES DE LA MEDIATHEQUE DE CALAIS

MÉDIATHÈQUE CALAIS | FICHE-PROJET

### *Meilleures Ventes : présentation du projet*

Rédaction : Caroline Deconinck et France Poison

Diffusion : Bénédicte Frocaut, Vincent Caron, Muriel Decarme

#### Finalité

*Offrir au public calaisien l'occasion de **découvrir les livres dont tout le monde parle** dans la presse et de faire une opinion.*

*Ce nouveau service ne pas répond à une demande individuelle d'enrichissement des collections. Oll vient en complément de l'offre documentaire des fonds courants. Les « meilleures ventes » ont un statut particulier : durée de présentation limitée dans le temps, taux de renouvellement élevé, accessibilité particulière.*

*A l'origine, le STD s'était penché sur la mise en place d'un service rapide pour le traitement des romans et documentaires adultes à forte notoriété afin de servir le public au plus vite et ne pas laisser son intérêt s'évaporer. Le service « Meilleures ventes » remplace ce projet.*

#### Objectif

*Mettre à disposition du public, les meilleures ventes selon le palmarès Edistat*

- *des romans pour adultes et adolescents,*
- *des documentaires pour adultes et adolescents*
- *à l'exclusion des rééditions en format de poche, des bandes dessinées, des ouvrages pour enfants, des coloriages et des calendriers*

*Gagner un nouveau public grâce à ce nouveau service : le réseau de lecture publique de Calais touche 8,7% en 2015 contre 9,8% en 2013. Fidéliser un nouveau public autour de la réflexion due à ce service (signets, commentaires, conversations)*

#### Acquisitions

*Mini 5 000 € HT par an*

*Maxi 20 000 € HT par an*

*Fourniture en un exemplaire des nouveautés paraissant pour la première fois dans les meilleures ventes chaque semaine*

*Lot spécifique dans le marché de documents de la ville de Calais*

#### Développement du fonds et intégration dans les thèmes d'acquisition

*Création d'un fonds de 240 documents, entièrement renouvelé tous les six mois, soit 500 documents achetés en une année. Le taux de renouvellement du fonds « meilleures ventes » sera de 200%*

*Au vu de l'expérience de Saint Etienne, où le taux de rotation est de 4,06 sur un an, on objective que les 2/3 du fonds seront sortis*

*Intégration dans les collections courantes à l'issue de la période de présentation en « meilleures ventes » ou élimination des documents s'ils ne correspondent pas aux axes de développement de la politique documentaire (profession de foi politique, information éphémère, documents inadéquats)*

*Se réserver une période d'observation concernant ces livres inadéquats pour étudier leurs sorties et l'usage qu'en fait le public.*

*Les gestionnaires consultent et sélectionnent les documents pendant la durée de présentation en « meilleures ventes » Ils attribuent cote, emplacement, bibliothèque à chaque document sélectionné sur un fichier*

excel alimenté par le Service de traitement du document. Ils motivent leur rejet des documents qu'ils jugent inadaptés au développement des collections.

Les gestionnaires pourront également recommander un deuxième exemplaire si nécessaire dans leur budget propre.

### **Mise à disposition du public**

Mise en avant des documents à l'accueil de la médiathèque Louis Aragon : soit en « vitrine » face à la rue, soit à l'entrée, après les automates de prêt et retour.

Nombre de documents présentés au public : entre 60 et 80 documents disposés de face sur des panneaux de présentation

Pas de classement par cote pour favoriser le butinage et la découverte des lecteurs

L'agent en poste à l'accueil général sera chargé d'approvisionner les rayonnages avec les documents en retour.

Les documents sont empruntables comme tout type de document. Ils ne sont pas réservables. Ils sont empruntables uniquement avec une carte individuelle. La durée de prêt peut être prolongée.

Les collègues du secteur adulte ainsi que l'agent présent au poste « accueil général » retirent les livres ayant dépassé la date de fin de statut.

Ceux-ci seront remontés dans le service STD afin d'être traités pour intégrer les fonds.

### **Traitement des documents**

Le Service de traitement du document réceptionne les documents et vérifie le contenu :

- Pas de poches (sauf inédits)
- Pas de livres jeunesse mais des livres pour adolescents
- Pas de bandes dessinées

Il dérive les notices bibliographiques et exemplarise les documents : pas de cote validée ni d'emplacement. Il donne un « type doc » spécifique. Il équipe les documents

Il renseigne un tableau excel (ISBN, titre, auteur, éditeur, cote, emplacement, date de fin de statut)

Les documents seront équipés sans cote mais avec un macaron imprimé et collé sur le film plastique. (id consultation sur place). La date de fin de statut sera inscrite sur la première page et sur le macaron.

La mise en circulation des documents doit se faire au maximum dans les 48 h à réception.

Après la période de présentation en « meilleures vente », les documents seront traités par le STD : modifications informatique et physique selon les données du tableau excel complétés par les gestionnaires.

Ils ne passent plus par le statut « nouveauté » et deviennent réservables et renouvelables.

Ils intègrent le circuit du livre normalement.

### **Date, Durée, Fréquence**

Démarrage des achats en octobre 2016

Mise à disposition au public en janvier 2017

Les documents seront livrés 1 fois par semaine. Le nombre va dépendre des ventes et des nouveautés éditoriales.

Ils auront le statut « meilleures ventes » pendant 6 mois puis intégrerons les

*collections courantes, sauf exclusion motivée*

**Remarques /**  
**Observations**

*A faire : opérationnel à communiquer à l'ensemble des gestionnaires en réunion*

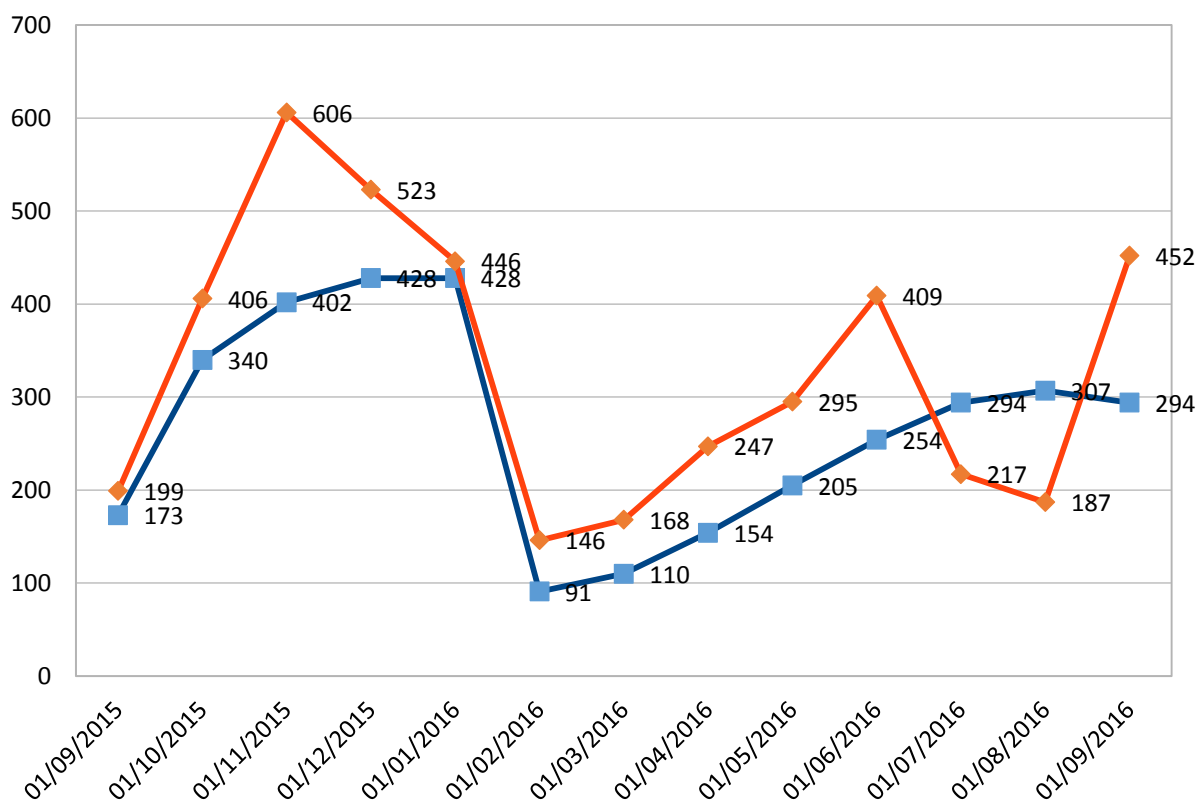
*A débattre ensemble : attribution d'un nom aux « Meilleures vente »*



## ANNEXE 7 - DONNEES QUANTITATIVES EXTRAITES DU BILAN D'ACTIVITE DU RAYON BEST-SELLERS AU 30/09/2016

### Evolution du rayon et du nombres de prêts Septembre 2015 - Septembre 2016 :

Période	Nombre de documents dans le rayon	Nombre de prêts
Septembre 2015	173	199
Octobre 2015	340	406
Novembre 2015	402	606
Décembre 2015	428	523
Janvier 2016	428	446
Février 2016	91	146
Mars 2016	110	168
Avril 2016	154	247
Mai 2016	205	295
Juin 2016	254	409
Juillet 2016	294	217
Août 2016	307	187
Septembre 2016	294	452



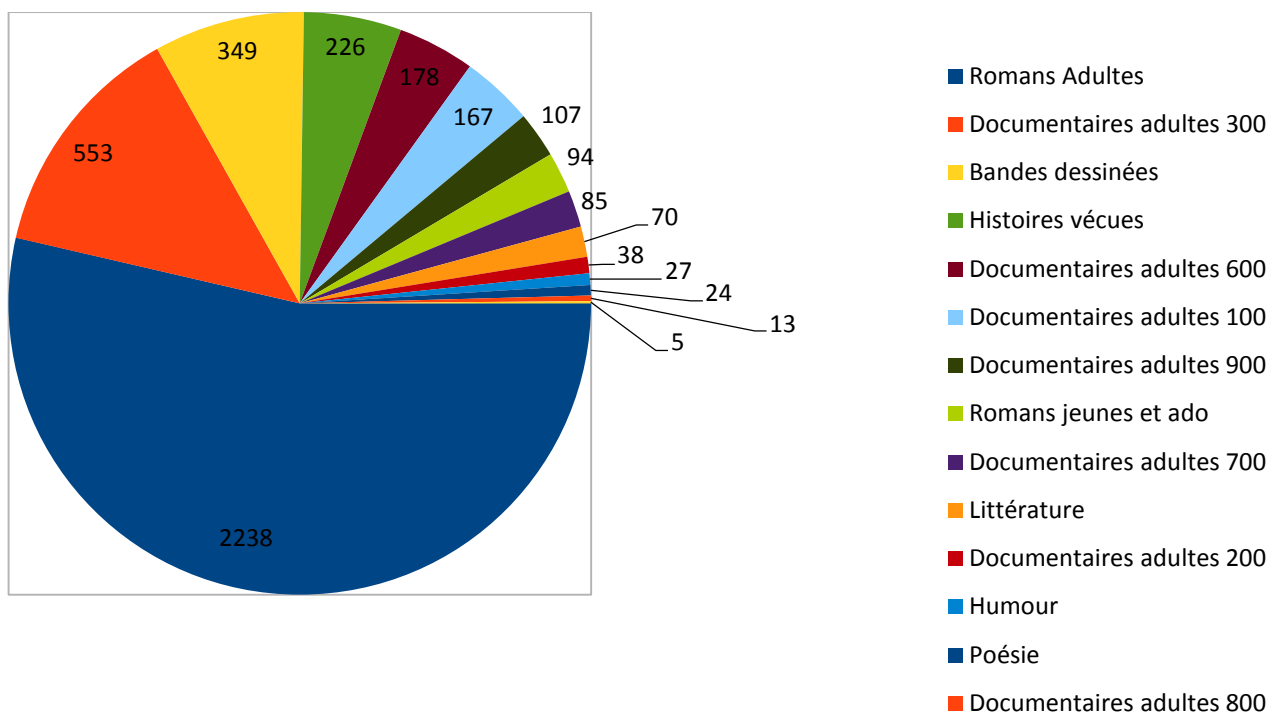
**Nombre de prêts par secteur / Septembre 2015 - Septembre 2016**

Secteur / Mois	Sept. 15	Oct. 15	Nov.15	Déc.15	Janv. 16	Fév. 16	Mars 16	Avril 16
<b>Adultes</b>	187	354	478	410	337	104	142	241
<b>12 ans et +</b>	4	22	70	67	61	29	20	4
<b>Jeunes</b>	8	30	58	46	48	13	6	2
<b>Total</b>	<b>199</b>	<b>406</b>	<b>606</b>	<b>523</b>	<b>446</b>	<b>146</b>	<b>168</b>	<b>247</b>

Secteur / Mois	Mai 16	Juin 16	Juil. 16	Août 16	Sept. 16	Total	%
<b>Adultes</b>	290	403	204	178	432	3760	87,42
<b>12 ans et +</b>	4	5	10	6	16	318	7,39
<b>Jeunes</b>	1	1	3	3	4	223	5,19
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>409</b>	<b>217</b>	<b>187</b>	<b>452</b>	<b>4301</b>	<b>100</b>

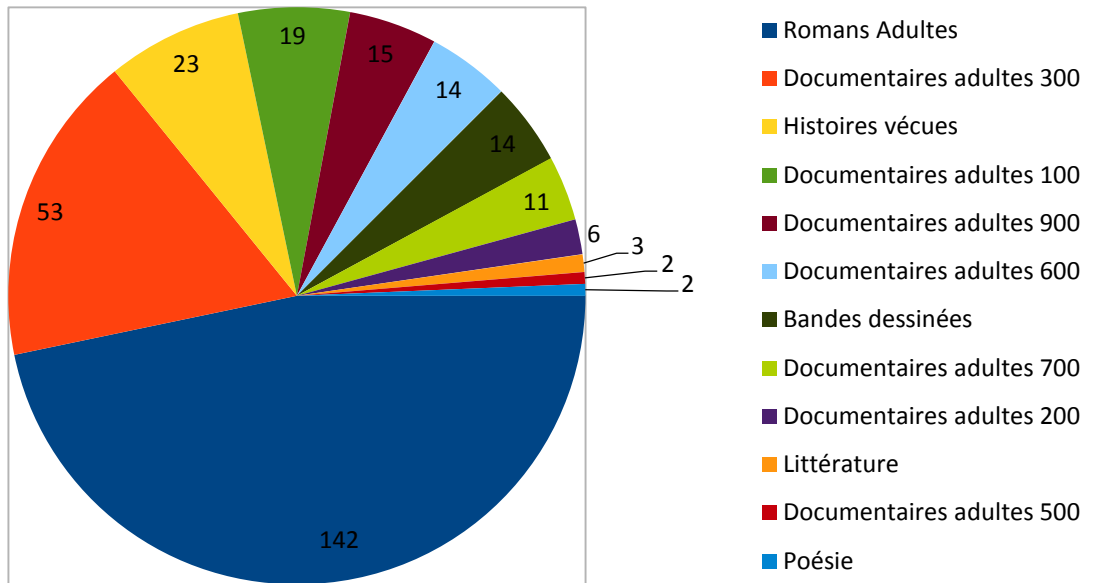
**Nombre de prêts par types de documents du 17/09/15 au 30/09/16 :**

Type de document (par regroupement de cote)	Nombre de prêts	Répartition en %
<b>Romans Adultes</b>	2238	53,62
<b>Documentaires adultes 300</b>	553	13,25
<b>Bandes dessinées</b>	349	8,36
<b>Histoires vécues</b>	226	5,42
<b>Documentaires adultes 600</b>	178	4,26
<b>Documentaires adultes 100</b>	167	4
<b>Documentaires adultes 900</b>	107	2,56
<b>Romans jeunes et ado</b>	94	2,25
<b>Documentaires adultes 700</b>	85	2,04
<b>Littérature</b>	70	1,68
<b>Documentaires adultes 200</b>	38	0,91
<b>Humour</b>	27	0,65
<b>Poésie</b>	24	0,57
<b>Documentaires adultes 800</b>	13	0,31
<b>Documentaires adultes 500</b>	5	0,15
<b>Total</b>	<b>4174</b>	<b>100</b>



### Répartition des documents dans le fonds au 31/08/2016 :

Type de document (par regroupement de cote)	Nombre d'exemplaires dans le fonds	Répartition en %
<b>Romans Adultes</b>	142	46,25
<b>Documentaires adultes 300</b>	53	17,26
<b>Histoires vécues</b>	23	7,49
<b>Documentaires adultes 100</b>	19	6,19
<b>Documentaires adultes 900</b>	15	4,88
<b>Documentaires adultes 600</b>	14	4,56
<b>Bandes dessinées</b>	14	4,56
<b>Documentaires adultes 700</b>	11	3,58
<b>Documentaires adultes 200</b>	6	1,95
<b>Littérature</b>	3	0,98
<b>Documentaires adultes 500</b>	2	0,65
<b>Poésie</b>	2	0,65
<b>Total</b>	<b>307</b>	<b>100</b>



Commentaire : la répartition des documents dans le fonds ne peut être qu'une « photographie » à un instant précis de ce fonds, puisqu'il est en constante évolution au gré des achats et des retraits.

## ANNEXE 8 – FICHE PRATIQUE RELATIVE A LA MISE EN PLACE D'UN RAYON BEST-SELLERS

Cette fiche pratique est à visée indicative. Elle synthétise les grandes étapes du processus de mise en place d'un rayon best-sellers. Les flèches bleues indiquent les choix possibles.

ETAPES	ACTIONS ENVISAGEES		REMARQUES PERSONNELLES
<b>REFLEXIONS PREALABLES AUTOUR DU NOUVEAU SERVICE</b>			
<b>Organisation du projet</b>	➤ Organisation transversale	➤ Travail de conception avec l'ensemble des équipes	Implication de l'ensemble des équipes Organisation lourde et chronophage
		➤ Travail de conception avec une équipe restreinte d'agents issus de différents services (sur volontariat ou sur désignation)	Implication des agents En cas de volontariat, motivation plus importante/plus générale des agents
	➤ Organisation verticale	➤ Travail de conception par la direction ou le comité de direction	Efficacité de la décision
		➤ Délégation du travail de conception à un agent ou à un service	Efficacité de la décision Implication de l'agent/du service
<b>Planification du projet</b>	➤ Planification souple (pas de rétroplanning)		Souplesse, adaptabilité
	➤ Planification contraignante (rétroplanning, réunions d'étapes)		Rigueur, suivi
<b>MISE EN ŒUVRE DU SERVICE</b>			
<b>Sélectionner les ouvrages</b>			
<i>Qui fixe les critères de sélection ?</i>	➤ Organisation transversale	➤ Détermination des critères de sélection par l'ensemble des acquéreurs	Bonne couverture documentaire Implication des agents Organisation lourde et chronophage
		➤ Détermination des critères de sélection par une équipe restreinte d'agents issus de différents services	Bonne couverture documentaire Implication des agents
	➤ Organisation verticale	➤ Détermination des critères de sélection par la direction/comité de direction	Efficacité de la décision
		➤ Détermination des critères de sélection par un agent missionné ou par le responsable du futur service	Efficacité de la décision Implication de l'agent
<i>Quelle marge de manœuvre ?</i>	➤ Sélection effective assurée par le ou les acquéreurs	➤ Stricte observation des critères de sélection	Cohérence des acquisitions
		➤ Ajustement au cas par cas	Souplesse et modularité
	➤ Sélection effective assurée par le fournisseur (marché)		Marge de manœuvre limitée. Procédures intégrées donc moins chronophages

<b>Organiser le circuit du document</b>			
<i>Acquisition</i>	➤ Commande hebdomadaire transmise au service Acquisitions	➤ Livraison prise en charge par le/les fournisseur(s)	Limite les bons de commande
		➤ Livraison non assurée par le/les fournisseur(s)	
		➤ Retrait des documents en librairie	Potentiel gain de temps
<i>Traitement informatique (1)</i>	➤ Importation de notices	➤ Notice complète (ex. BnF)	Gain de temps dans le cas d'une future réintégration
		➤ Notice succincte (ex. Moccam)	Gain de temps à l'équipement
<i>Traitement informatique (2)</i>	➤ Catalogage	➤ Création d'une notice exemplaire avec statut « best-seller »	Selon le SIGB de l'établissement
		➤ Création d'une notice distincte avec statut « best-seller »	
<i>Traitement informatique (3)</i>	➤ Indexation et Cotation	➤ Indexation, Cotation informatique, Cotation physique	Evite que le document soit rangé dans le fonds général
		➤ Indexation, Cotation informatique, Pas de cotation physique	
		➤ Pas d'Indexation, Pas de cotation	
<i>Equipement physique</i>	➤ Equipement « best-seller »	➤ Pastille ou macaron de couleur	
		➤ Pastille ou macaron de couleur + mention « best-seller »	
		➤ Pastille ou macaron de couleur + mention « best-seller » + mentions pratiques	
<i>Mise en rayon</i>	➤ Présentation faciale	➤ Façon « librairie »	Très visuel
		➤ Façon « bouquiniste »	Favorise la manipulation des ouvrages
« <i>Après-rayon</i> »	➤ Désherbage ➤ Réintégration dans les collections	➤ Pilon/Brocante	
		➤ Intégration aux collections de l'établissement	
		➤ Répartition au sein du réseau	
<b>SUIVI DU SERVICE</b>			
<b>Evaluation</b>	➤ Evaluation globale des services	➤ Quantitative (statistiques SIGB, taux de rotation)	
		➤ Quantitative et Qualitative (questionnaire)	
	➤ Evaluation spécifique	➤ Quantitative (statistiques SIGB, taux de rotation)	
		➤ Quantitative et Qualitative (questionnaire)	

## ANNEXE 9 – QUESTIONNAIRE SUR LES BEST-SELLERS EN BIBLIOTHEQUE

L'intitulé très large de ce questionnaire devait permettre d'intéresser le plus grand nombre de répondants. Il portait notamment sur la mise en œuvre d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers. Le formulaire distribué comportait les questions suivantes :

### Le best-seller :

**QUESTION 1** - Quelle définition donneriez-vous du best-seller ? (*La réponse était libre*).

**QUESTION 2** - Lui préférez-vous le terme de "meilleures ventes" ? (*Plusieurs réponses étaient possibles : Oui, Non, Autre*).

Pourquoi ?

**QUESTION 3** - L'appellation "best-seller" est parfois dénigrée, car associée à un phénomène commercial plutôt qu'à une production reconnue pour ses qualités littéraires. Etes-vous de cet avis ? (*Plusieurs réponses étaient possibles : Oui, Non*).

Pourquoi ?

### Le best-seller en bibliothèque :

**QUESTION 4** - Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale ?

- Oui
- Non
- Peut-être, cela dépend de ce que l'on entend par best-seller
- Peut-être, cela dépend de l'établissement

Pourquoi ?

**QUESTION 5** - Les best-sellers représentent souvent une grande part des suggestions d'achat des lecteurs. Les bibliothèques doivent-elles répondre à cette demande ?

- Oui, systématiquement
- Non, systématiquement
- Cela dépend du titre demandé

Pourquoi ?

### Proposer un rayon best-sellers en bibliothèque :

**QUESTION 6** - Seriez-vous disposé, en dehors de toutes considérations d'ordre budgétaire, politique ou spatiale, à la mise en place d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers dans votre établissement ?

- Oui
- Non
- Peut-être, cela dépendra de l'offre de best-sellers

Pourquoi ?

**QUESTION 7** - Qu'est-ce qui, selon vous, pourrait faire obstacle à la mise en œuvre d'un rayon "best-sellers" dans votre établissement ? (*Plusieurs réponses étaient possibles*) :

- Son articulation avec les autres collections
- Sa mise en espace
- Sa réception par le public
- Autre :

Pourquoi ?

**QUESTION 8** - Pour vous, une telle offre de best-sellers en bibliothèque invite à repenser (*plusieurs réponses étaient possibles*) :

- L'image de la bibliothèque
- L'image de la profession
- Le travail de sélection des acquéreurs
- Le type de service rendu aux usagers
- Autre :

Pourquoi ?

**QUESTION 9** - Quels seraient, selon vous, les enjeux d'un rayon "best-sellers" en bibliothèque ? (*Plusieurs réponses étaient possibles*) :

- Augmenter la fréquentation de la bibliothèque
- Offrir aux usagers les titres qui font l'actualité éditoriale
- Donner une image plus moderne et plus dynamique de la bibliothèque
- Diversifier l'offre documentaire de l'établissement dans une logique de complémentarité
- Rendre plus visibles les best-sellers au sein des collections
- Je n'en vois aucun
- Autre :

Pourquoi ?

**QUESTION 10** - Si vous envisagiez la mise en place d'un rayon "best-sellers", y aurait-il des catégories d'ouvrages que vous n'incorporeriez pas dans l'offre (romans sentimentaux, ouvrages politiques, littérature jeunesse, bandes dessinées...) ? Lesquels ? (*La réponse était libre*).

Pourquoi ?



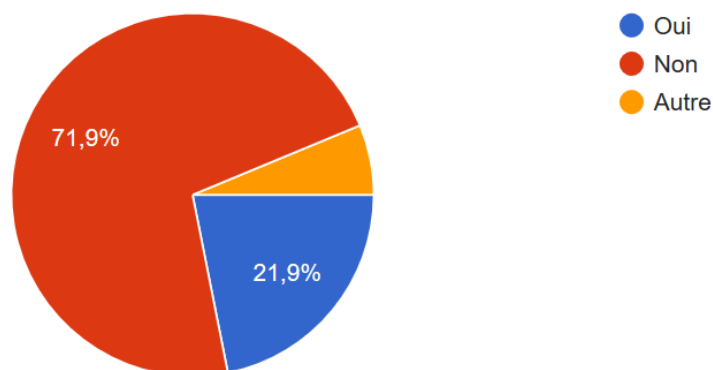
## ANNEXE 10 – EXPLOITATION DES RESULTATS DU QUESTIONNAIRE

En regard de chaque question, et pour des raisons de place, nous ne présenterons qu'une sélection d'une dizaine de *verbatim*. Celle-ci se voudra la plus représentative possible de la diversité des réponses.

### QUESTION 1 - Quelle définition donneriez-vous du best-seller? (32 réponses)

- Un best-seller est un produit qui se vendant en de nombreux exemplaires.
- Ouvrage qui, dès sa parution, connaît une forte demande et par voie de conséquence, un fort volume de ventes, spécificité renforcée très souvent par une médiatisation appuyée bien avant la mise sur le marché.
- Comme son nom l'indique, "meilleures ventes" avec le caractère médiatique en plus.
- Livre (on n'utilise en général pas ce terme pour de la musique ou un film) qui se vend en énormes quantités.
- Un livre (en l'occurrence) qui figure dans les meilleures ventes.
- Livre demandé par pls personnes.
- Ouvrage paru récemment et étant en tête des listes de vente.
- Un des objets de consommation les plus vendus dans sa catégorie.
- Meilleures ventes, meilleurs prêts en bibliothèques, mainstream, meilleures couvertures médiatiques.
- Un livre qui parvient à toucher un public extrêmement large même s'il n'est pas estampillé qualité par les critiques littéraires.

### QUESTION 2 - Lui préférez-vous le terme de "meilleures ventes"? (32 réponses)



#### Pourquoi ? (29 réponses)

*Ceux qui ont répondu « Oui » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Sans doute par volonté de préférer des termes français à des anglicismes, dans la mesure bien entendu où des équivalents français existent.
- Parce que "best seller" peut se traduire tout simplement en français.

*Ceux qui ont répondu « Non » ont justifié leur réponse de la sorte :*

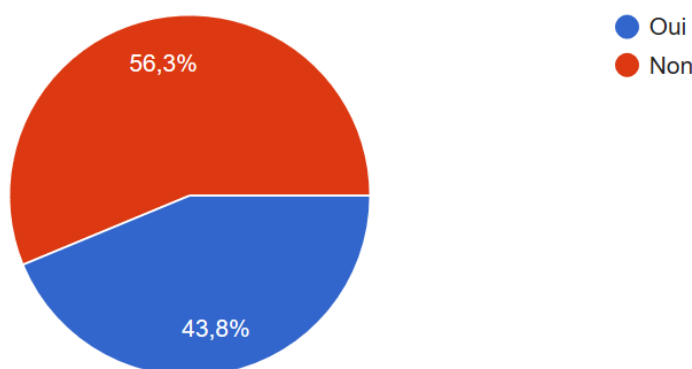
- Les 2 termes me semblent refléter la même situation.
- Le terme va au-delà des ventes, 1 vente d'un livre peut générer plusieurs lectures.
- Pourquoi vouloir franciser à tout prix ?
- L'anglais est plus concentré et chargé de sens.
- Car un livre a pu être un best-seller dans le passé et ne plus faire partie des "meilleures ventes".
- Les meilleurs prêts en bibliothèques ne sont pas toujours les meilleures ventes... Pas le même public.
- Heu.

*Ceux qui ont répondu « Autre » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Le terme best-seller a le mérite d'être bien compris du sens commun et dans l'esprit des gens : Est-ce un vrai débat ?

### QUESTION 3 - L'appellation "best-seller" est parfois dénigrée, car associée à un phénomène commercial plutôt qu'à une production reconnue pour ses qualités littéraires. Etes-vous de cet avis ?

(32 réponses)



#### **Pourquoi ? (27 réponses)**

*Ceux qui ont répondu « Oui » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Oui, le terme est souvent connoté négativement.
- Sa notoriété est surtout faite par le nombre d'exemplaires vendus.
- Parce que c'est souvent vrai !
- Mais ce n'est pas toujours le cas : un phénomène commercial est intéressant quand il est spontané. Il est inquiétant quand il est calculé avec un produit préformaté.
- Les éditeurs qui ont les moyens financiers peuvent faire de la publicité aisément dans tous les médias qu'ils souhaitent, ce qui engendrent les meilleures ventes. Sauf exception "people" ou "politique".

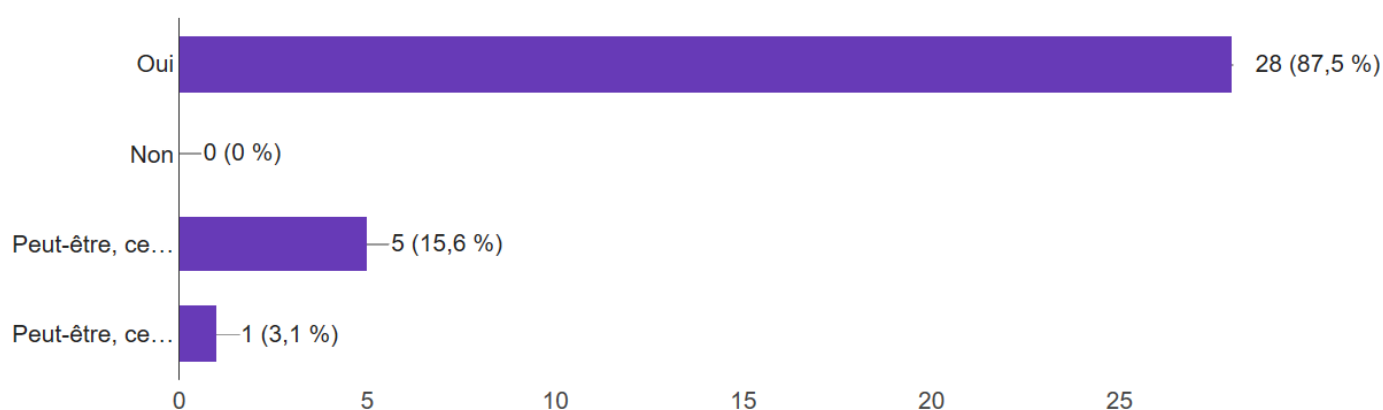
*Ceux qui ont répondu « Non » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Un livre peut être un succès commercial et d'une grande qualité littéraire.
- J'essaie de ne pas juger (au sens du jugement de valeur) les lectures de mes concitoyens.

- Les qualités commerciales n'empêchent pas les qualités littéraires d'un livre, même si parfois cela les éclipse.
- La question est mal posée. Oui les best-sellers sont dénigrés. Pourquoi, parce que l'utilisateur n'est pas toujours mis au centre des préoccupations des bibliothécaires.
- Ce qui est négatif c'est l'image que l'on s'en fait plutôt que la qualité de l'ouvrage. Un livre doit offrir au lecteur ce qu'il souhaite et non lui imposer une lecture de façon impérative. Un ouvrage n'est pas bon parce que un critique en a décidé ainsi mais parce que le lecteur l'aime.

## QUESTION 4 - Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale?

(32 réponses)



### Pourquoi ? (30 réponses)

*Ceux qui ont répondu « Oui » ont justifié leur réponse de la sorte :*

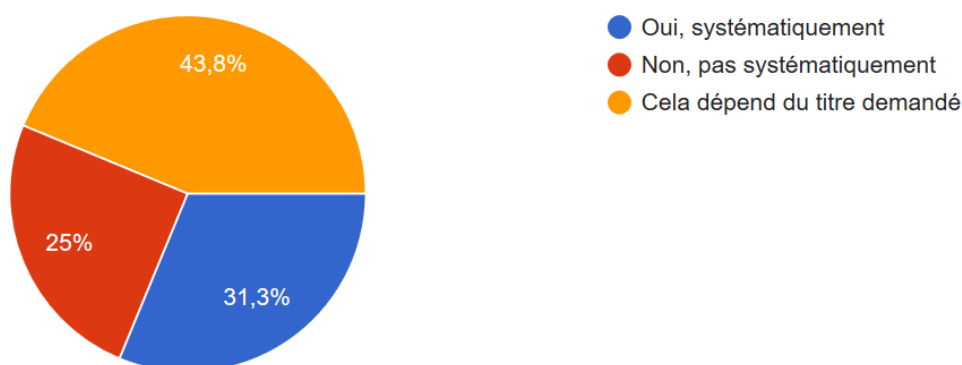
- Le best-seller a autant sa place qu'un ouvrage moins "vendeur"/"vendu". Cependant, il ne bénéficiera sans doute pas de la même médiation auprès des usagers que les titres qui ont besoin d'être supportés pour être mieux connus.
- Refuser la présence de best-sellers, c'est de facto stigmatiser un type d'usagers et lui dénier le droit de voir figurer ses préférences de lecture dans un espace public. En fait, cela s'apparente à un jugement de valeur dommageable à la relation avec les lecteurs.
- Accès à la culture et au loisirs - charte Ifla Unesco.
- Parce que nous servons des publics qui les lisent (et que nous en lisons aussi, non ?). Quel est le problème ? Je m'offusquerais qu'un bibliothécaire puisse répondre non.
- Il a sa place comme tous les autres genres ou types de documents. La question est de savoir si nous lui attribuons une collection particulière (ce n'est pas mon avis/souhait), ou si nous le traitons comme un type de doc qui attire une partie de la population pour faciliter le lien publics/bibliothèques.
- Etre connecté aux attentes et besoins des citoyens est une mission essentielle pour les bibliothèques. Enfin, on peut vouloir regarder un BS pour se faire une idée...
- Nous servons un public très divers et notre mission n'est pas de faire de l'élitisme intellectuelle mais de répondre à la demande tout en proposant une offre variée.

Ceux qui ont répondu « Peut-être, cela dépend de ce que l'on entend par best-seller » ont justifié leur réponse de la sorte :

- Certains best-sellers sont bien écrits et méritent tout à fait d'être mis en valeur en bibliothèque.
- Pas tous (livres politiques, tomes d'une série de BD...)
- Les médiathèques sont-elles obligées d'acheter systématiquement tout best-seller ?

## QUESTION 5 - Les best-sellers représentent souvent une bonne part des suggestions d'achat des lecteurs. Les bibliothèques doivent-elles répondre à cette demande?

(32 réponses)



### Pourquoi ? (29 réponses)

Ceux qui ont répondu « Oui... » ont justifié leur réponse de la sorte :

- Parce que nous servons des publics et que nous avons aussi une grande marge de liberté pour offrir des collections pluralistes et diversifiées.
- Si le livre est mauvais, autant que les lecteurs le lisent à la bibliothèque plutôt que de l'acheter. S'il est bon, autant qu'il soit accessible au plus grand nombre.
- Ma réponse serait : oui, de principe, sauf quelques (très)rare titres qui posent un problème de valeurs.
- Ma vraie réponse est "quasi-systématiquement" car nous devons répondre aux demandes du public, ne pas être censeurs ou élitistes, mais nous pouvons aussi parfois refuser pour différentes raisons (le moins souvent possible) : 1 seul achat sur un réseau, charte, budget...

Ceux qui ont répondu « Non... » ont justifié leur réponse de la sorte :

- Il faut préserver l'équilibre des collections : on ne peut pas répondre à toutes les demandes des usagers sous peine de ne plus avoir de budget pour un travail de fond sur les collections.
- Tout est une question d'équilibre, mais je suis partisane de répondre aux besoins de nos publics et de créer des collections en collaboration avec eux.

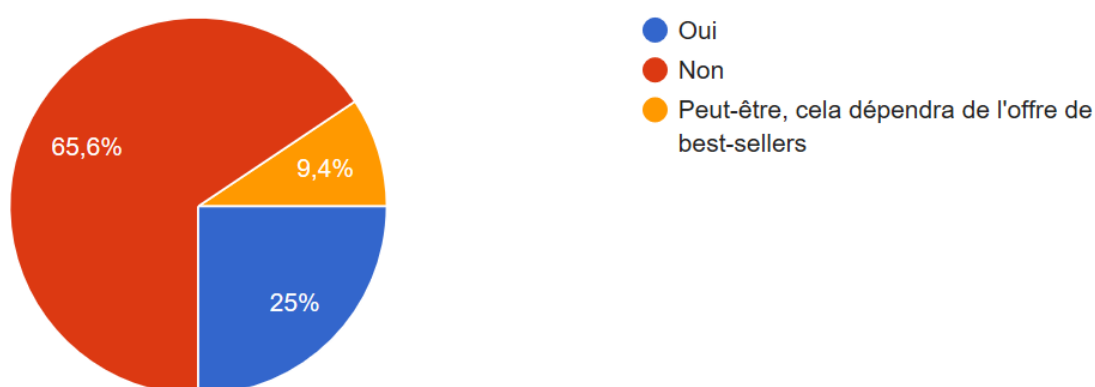
Ceux qui ont répondu « Cela dépend... » ont justifié leur réponse de la sorte :

- En fiction oui systématiquement, en documentaires ou récit de vie il convient de faire un tri.
- Mais oui dans 99% des cas.

- Cela dépend du titre demandé et du territoire : le travail en réseau est une force qui, dans notre cas, permet de répondre à la demande sans se laisser déborder.
- Les bibliothèques doivent garder à l'esprit la qualité et la cohérence de leurs collections, tout en ne négligeant pas les attentes du public. Equilibre difficile ! Un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers en complément des collections plus "traditionnelles" me semble avec l'expérience une bonne option.

## QUESTION 6 - Seriez-vous disposé, en dehors de toutes considérations d'ordre budgétaire, politique ou spatiale, à la mise en place d'un rayon spécifiquement dédié aux best-sellers dans votre établissement?

(32 réponses)



### Pourquoi ? (30 réponses)

*Ceux qui ont répondu « Oui » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Montrer une bibliothèque en phase avec les besoins des usagers.
- Cela pourrait être un rayon en renouvellement continu. En revanche, les best-sellers sont en mouvement continu eux-aussi : 1 BS en 2015 ne le sera plus en 2016.
- Pour les rendre visibles - montrer au public qu'on les possède - en profiter pour orienter vers d'autres ouvrages moins connus que le best-seller qui ne sera pas disponible.

*Ceux qui ont répondu « Non » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Je suis partagé sur cette question. Un rayon spécifique n'est-ce pas trop imiter la grande distribution ? n'est-ce pas une forme de "ségrégation" (positive ou pas) ? Il faudrait plus que quelques lignes pour tenter une réponse.
- Le lecteur qui sait ce qu'il cherche trouvera le best-seller, ou le demandera. Identifier un espace dédié reviendrait à user de la technique des "têtes de gondoles", méprisante pour l'utilisateur, qui s'assimile à de la "vente" forcée.
- Notre but est aussi d'amener les usagers à découvrir des genres qu'ils ne connaissent pas. En faisant cela, on enferme les usagers dans un type de lecture.
- Le public se dirigerait uniquement vers ce rayon au détriment des autres livres.
- Je désapprouve le côté "stigmatisant", mettant en avant l'aspect commercial.

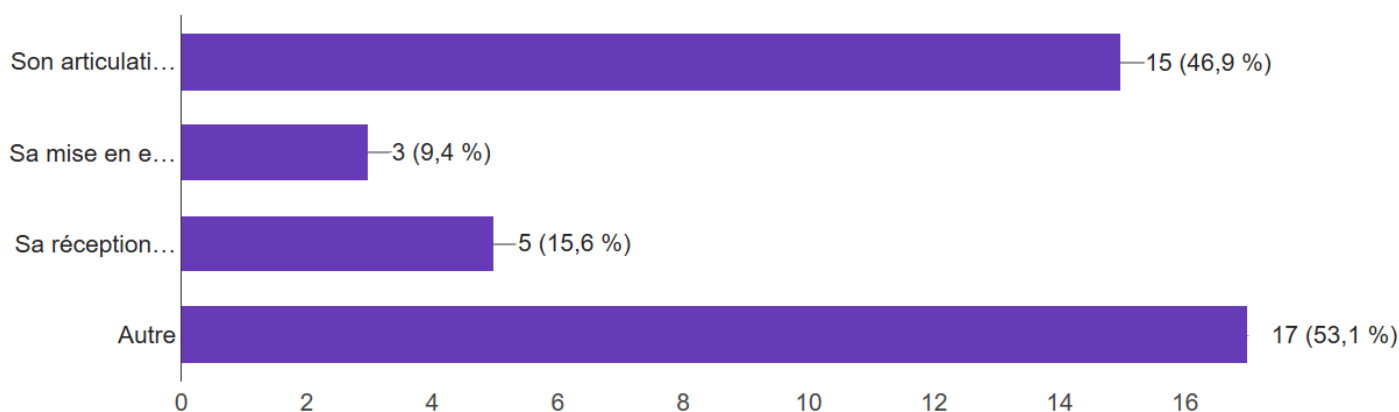
*Ceux qui ont répondu « Peut-être... » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- En fait les best-sellers, tant qu'ils en sont, ne sont jamais en rayon chez nous ! Ce dernier serait alors vide, ce qui n'est pas très pertinent.

- Le risque d'accentuation de l'effet best-seller me semble à combattre dans un établissement de lecture publique. Aussi, cette mise à l'écart spécifique peut entraîner de regrettables biais. Néanmoins, si l'offre est intéressante, pourquoi pas, au moins temporairement et peut-être en regard d'ouvrages n'étant pas des best-sellers mais traitant de thématiques communes par exemple.

## QUESTION 7 - Qu'est-ce qui, selon vous, pourrait faire obstacle à la mise en œuvre d'un rayon "best-sellers" dans votre établissement?

(32 réponses)



### Pourquoi ? (22 réponses)

*Ceux qui ont répondu « Son articulation avec le reste des collections » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Un rayon best-sellers entraînerait une logique de classement ni thématique ni logique (ordre alphabétique...) mais consumériste/commerciale, ou du moins perçue comme telle.

- Le best-seller n'est pas un genre en soi, on en trouve dans tous les secteurs (fiction et documentaires). Il vaut mieux procéder par des coups de cœur, des tables thématiques etc., associant best-sellers et autres livres sur un genre ou un thème. En revanche, il ne faut pas oublier qu'il y a aussi des genres qui sont plus lus que d'autres (ainsi, la SF ou les romans policiers) et qui, de fait, sont sinon des "best-sellers", du moins des "best read books".

- En soi, de nombreux romans qui sont plus anciens ont pu être best-sellers dans différents périodes. Ainsi, *100 ans de solitude* peut être considéré comme un BS, et sera donc rangé avec les succès les plus récents. Cela peut poser problème au niveau de la recherche par les usagers (sans utilisation du catalogue).

- Autant il est facile de singulariser un rayon Polars, SF, autant il est délicat de singulariser des ouvrages sur leur seul chiffre de vente.

*Ceux qui ont répondu « Sa mise en espace » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Mon espace n'est pas non plus très grand.

*Ceux qui ont répondu « Sa réception par le public » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Les best-sellers sont très empruntés, multi-réservés. Le rayon serait certainement toujours vide.

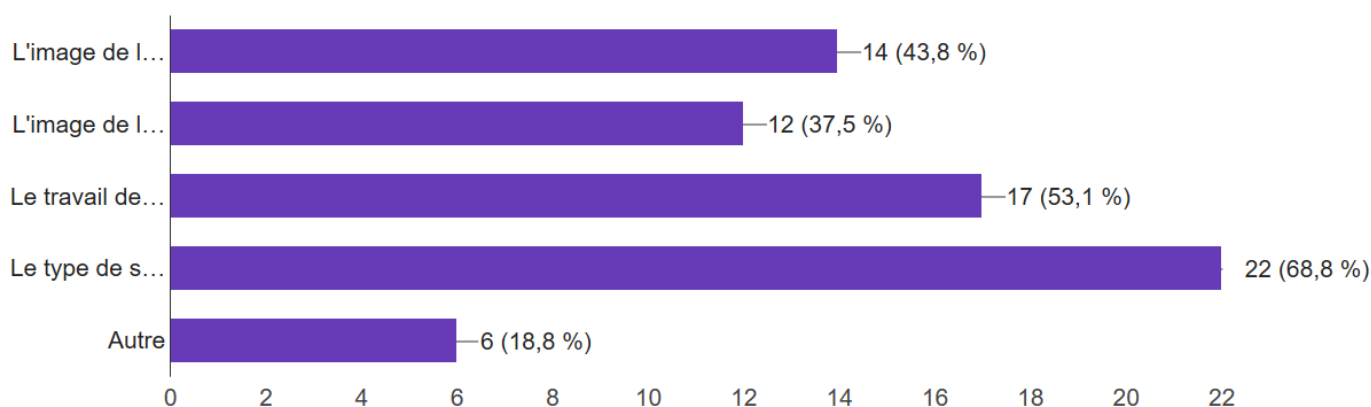
*Ceux qui ont répondu « Autre » ont justifié leur réponse de la sorte :*

- Les collègues dont moi : pour les raisons invoquées précédemment.

- Le budget ! La priorité d'achat n'est pas donnée au best sellers surtout quand on a un budget restreint !
- Le coût de l'opération.
- Suffisamment de budget pour avoir un réel rayon et pas juste une table.
- Sa réception par les collègues (dont moi !) : c'est facile et désengageant.

## QUESTION 8 - Pour vous, une telle offre de best-sellers en bibliothèque invite à repenser:

(32 réponses)



### Les réponses possibles étaient :

- L'image de la bibliothèque
- L'image de la profession
- Le travail de sélection des acquéreurs
- Le type de service rendu aux usagers
- Autre

### Pourquoi ? (18 réponses)

Les répondants ayant coché en moyenne 2 à 3 réponses, nous présenterons les commentaires indépendamment de ces dernières :

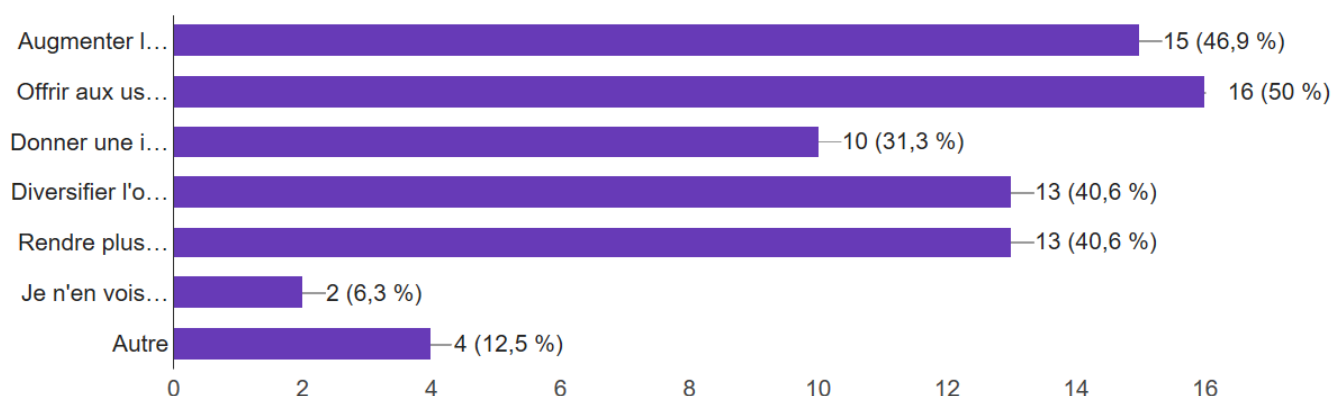
- De cette manière la bibliothèque ne constitue plus une proposition élitiste mais un espace où l'on peut trouver tous types de documents : de grande ou de moindre valeur littéraire, de grands succès ou des diffusions confidentielles, etc.
- Achats dans la mission des bibliothèques.
- En soi, la question de la présence de best-sellers n'est ni nouvelle ni révolutionnaire : il y en a depuis longtemps dans les bibliothèques et c'est normal car cela reflète l'édition. La question est plutôt de savoir comment les proposer en évitant qu'ils "volent la vedette" aux autres livres. En cela, individualiser à outrance les best-sellers dans la bibliothèque ne me semble pas souhaitable. Dans l'action culturelle, il n'est pas choquant d'alterner des rencontres avec des auteurs à succès et avec des auteurs moins connus.
- Bibliothécaire prescripteur, espèce en voie de disparition ?
- De nombreux professionnels se considèrent encore comme des prescripteurs chargés de diffuser de la littérature absente des circuits commerciaux ; la mise en

place de tels rayons obligent à revoir la relation avec l'utilisateur qui, par sa demande (et l'acceptation de ses choix) devient prescripteur voire co-constructeur des collections.

- Certains bibliothécaires ont encore du mal avec la notion de best-seller qui d'après eux n'a aucune légitimité en bibliothèque...
- Désacralisation de la bibliothèque.
- Il est déjà important de les avoir même s'ils ne sont pas à part.
- Notre offre de best-sellers est importante, par l'achat d'exemplaires multiples. Cela nous paraît être en parfaite cohérence avec notre politique documentaire et de services, et l'image que nous souhaitons donner de nos bibliothèques à l'ensemble des publics.
- Une telle vitrine oblige à de l'achat en plusieurs exemplaire de ces livres.

## QUESTION 9 - Quels seraient, selon vous, les enjeux d'un rayon "best-sellers" en bibliothèque?

(32 réponses)



### Les réponses possibles étaient :

- Augmenter la fréquentation de la bibliothèque
- Offrir aux usagers les titres qui font l'actualité éditoriale
- Donner une image plus moderne et plus dynamique de la bibliothèque
- Diversifier l'offre documentaire de l'établissement
- Rendre plus visibles les best-sellers au sein des collections
- Je n'en vois aucun
- Autre

### Pourquoi ? (15 réponses)

Les répondants ayant coché en moyenne 2 à 3 réponses, nous présenterons les commentaires indépendamment de ces dernières :

- Les autres réponses proposées sous-entendent que les bibliothèques n'ont pas de best-sellers à leur catalogue.
- Aucune des réponses ne me semble pertinente. Les best-sellers sont disponibles systématiquement depuis 20 ans au moins dans les bibliothèques/médiathèques. Problème : personne ne le sait ! Cette enquête semble en être une preuve. Si leur seule présence devait "augmenter la fréquentation", on le saurait. Pour savoir que



les best-sellers sont à l'intérieur de la bibliothèque, il faut y entrer. L'enjeu aujourd'hui est bien de faire rentrer les usagers à l'intérieur de la médiathèque.

- Pfff... Compte tenu de la baisse actuelle des budgets, offrir une étagère "best-seller" à jour, en bon état et pertinente (et pas vide) me semble beaucoup d'effort pour un service rendu peu efficace - moins qu'un bon service de réservation en tout cas. Il s'agit vraiment d'une offre vitrine, qui risque en plus de passer à côté de son objectif (s'il est publicitaire), les délais de commande dans ma structure étant de 3 mois environ... largement le temps pour les lecteurs motivés d'acheter le livre en question.

- J'aurais coché les quatre premières cases si la question avait été autour des enjeux d'avoir des best-sellers en bibliothèque, mais pas pour un rayon spécifique aux best-sellers - sans compter que vu nos budgets d'acquisition, nos best-sellers ne sont jamais en rayon car réservés, ce qui ferait un rayon vide, pas forcément idéal pour une image plus moderne et dynamique de la bibliothèque...

- Cela accentue l'aspect "consommation" de la bibliothèque et de ses collections.

- Faut-il être pour ?

- Plus visible, à la rigueur. Je dis bien à la rigueur. Ce n'est pas comme si les lecteurs étaient ignorants de ce qu'ils veulent lire. Eux suivent sans problème l'actualité éditoriale, s'ils en ont envie. Mais doit-on suivre l'actualité éditoriale ? Ou offrir autre chose ? Et que dire de best-seller en bibliothèque qui n'ont rien à voir avec l'actualité éditoriale. Des livres qui restent dans le top 10 des livres lus en bibliothèque. A quand notre best-biber ?

- Cela peut être utile pour une médiathèque qui n'en achète pas beaucoup (pas assez). Sinon leur visibilité me semble suffisante.

- C'est ce dont nous avons besoin.

- L'utilisateur doit se sentir dans un environnement familier avec des points de repères faciles et non pas une muraille de livres austères.

**QUESTION 10 - Si vous envisagiez la mise en place d'un rayon "best-sellers", y aurait-il des catégories d'ouvrages que vous n'incorporeriez pas dans l'offre (romans sentimentaux, ouvrages politiques, littérature jeunesse, bandes dessinées...) ? Lesquels? Pourquoi?**

(32 réponses)

- NON, pas de catégories bannies.

- Non ; pourquoi faire des distinctions ?

- Censurer, c'est sélectionner ses usagers !

- Censure, censure quand tu nous tiens.

- Franchement, si c'est pour ne pas mettre ce qui intéresse les gens autant s'abstenir.

- Nous acquérons des "meilleures ventes" dans tous les domaines : romans, docs, BD, musique, cinéma, en Adultes et en Jeunesse.

- Non bien sûr, mais le classement / présentation serait à réfléchir pour différencier docs et fiction.

- Le budget serait ma seule limite.

- Je ne sais pas. Cela dépende de l'angle : collections ou usagers ? Du point de vue de l'utilisateur, il s'agira plus de romans adultes ? Côté collections cela peut-être plus intéressant de mixer les catégories.
- Les ouvrages politiques selon leur contenu.

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

---

Figure 1 - Classement des 250 meilleures ventes 2011-2015 par grandes catégories de document (Top 50 2011-2015).....	27
Figure 2 - Classement des 60 meilleures ventes 2010-2015 par grandes catégories de document (Top 10 2010-2015).....	27
Figure 3 - Classement des auteurs selon le nombre d'apparition de leurs titres dans le Top 50 annuel des meilleures ventes 2011-2015 .....	29
Figure 4 - Répartition des meilleures ventes selon le genre (Top 50 2011-2015) .....	30
Figure 5 - Présence et disponibilité des best-sellers figurant dans le Top 50 2011-2015 dans les différents établissements étudiés .....	34
Figure 6 - Palmarès des titres acquis en plus grand nombre d'exemplaires, classement des dix premiers auteurs.....	35
Figure 7 - Classement des titres et exemplaires du fonds "best-sellers" de Saint-Etienne par catégories de document au 26/08/2016 .....	38
Figure 8 - Classement des titres et exemplaires du fonds "best-sellers" de Saint-Etienne par genres au 26/08/2016 .....	39
Figure 9 - Le rayon best-sellers de la médiathèque municipale de Tarentaize à Saint-Etienne (14/06/2016).....	44
Figure 10 - Le présentoir des best-sellers à la médiathèque de Saint-Genis-Laval (21/09/2016).....	44
Figure 11 – Présentoirs du service "meilleures ventes" de la médiathèque centrale de Calais, supportant le dispositif de « teasing » (13/12/2016). Le service est conçu pour être visible depuis la rue.....	45
Figure 12 - Evolution du rayon best-sellers et du nombre de prêts (Septembre 2015-Septembre 2016).....	67
Figure 13 - Analyse des résultats de la question 4 du questionnaire.....	87
Figure 14 - Analyse des résultats de la question 5 du questionnaire.....	90
Figure 15 - Analyse des résultats de la question 3 du questionnaire.....	92
Figure 16 - Analyse des résultats de la question 6 du questionnaire.....	94



# TABLE DES MATIERES

---

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>9</b>
<b>LE BEST-SELLER : QUEL OBJET ? .....</b>	<b>13</b>
<b>Qu'est-ce qu'un best-seller ? .....</b>	<b>13</b>
<i>Une définition difficile .....</i>	<i>13</i>
<i>Premier critère : le nombre d'exemplaires vendus .....</i>	<i>15</i>
<i>Second critère : la rapidité des ventes .....</i>	<i>18</i>
<i>Troisième critère : un certain dispositif éditorial.....</i>	<i>20</i>
<i>Le best-seller inattendu : seul véritable best-seller ? .....</i>	<i>22</i>
<b>Tendances et évolutions du best-seller .....</b>	<b>23</b>
<i>Quelle géographie pour le best-seller au XXI<sup>e</sup> siècle ?.....</i>	<i>23</i>
<i>Le best-seller sur le marché éditorial français.....</i>	<i>25</i>
<i>Existe-t-il un genre du best-seller ? .....</i>	<i>29</i>
<b>Le best-seller en bibliothèque.....</b>	<b>32</b>
<i>De la présence du best-seller en bibliothèque.....</i>	<i>33</i>
<i>Spécificité du best-seller en bibliothèque.....</i>	<i>35</i>
<i>Succès de librairie et succès de bibliothèque : continuité, complémentarité ou rupture ? .....</i>	<i>39</i>
<b>METTRE EN PLACE UN SERVICE SPECIFIQUEMENT DEDIE AUX BEST-SELLERS EN BIBLIOTHEQUE.....</b>	<b>42</b>
<b>Concevoir le projet : la réflexion préalable.....</b>	<b>42</b>
<i>Quelle offre ?.....</i>	<i>43</i>
<i>Pour quels objectifs ? .....</i>	<i>46</i>
Les objectifs pour les usagers : .....	47
Les objectifs pour l'établissement :.....	48
Les objectifs pour la profession : .....	49
<i>Pour quels besoins ?.....</i>	<i>50</i>
<i>Quelle organisation, quelle planification ?.....</i>	<i>51</i>
<i>Quelle organisation ?.....</i>	<i>51</i>
<i>Quelle planification ? .....</i>	<i>51</i>
<b>Mettre en place le service : la conception opérationnelle.....</b>	<b>52</b>
<i>Sélectionner les ouvrages.....</i>	<i>52</i>
Comment définir les critères de sélection ? .....	52
Quels critères de sélection retenir ? .....	53
Quelles marges de manœuvre pour les acquéreurs ? .....	55
<i>Organiser le circuit du document .....</i>	<i>57</i>

L'acquisition : .....	57
Le traitement informatique : .....	58
L'équipement physique : .....	59
La mise en rayon et la vie en rayon : .....	59
La réintégration ou non du document dans les collections : .....	60
<i>Gérer le rayon au quotidien : les moyens financiers et humains</i> .....	61
Quel budget et comment le gérer ? .....	61
Quelle équipe ? Quelles missions et compétences ? .....	63
<b>Communiquer et évaluer le service</b> .....	<b>63</b>
<i>Communiquer autour du service</i> .....	64
Communiquer sur l'ouverture du service : .....	64
Communiquer sur les objectifs du service : .....	64
<i>Évaluer le service</i> .....	66
Évaluer, réviser et faire évoluer le service : .....	68
Expérience d'une évaluation qualitative à Saint-Etienne : .....	69
<b>LE BEST-SELLER EN DEBAT : ENJEUX ET PERSPECTIVES</b> .....	<b>72</b>
<b>La problématique du best-seller en bibliothèque : contexte professionnel et enjeux</b> .....	<b>73</b>
<i>Contexte et enjeux de l'offre en bibliothèque</i> .....	73
Qu'est-ce que l'offre en bibliothèque ? .....	73
Contexte de l'offre : .....	74
Intentions de l'offre : .....	76
<i>Contexte et enjeux de la demande en bibliothèque</i> .....	77
Satisfaire la demande : un impératif de service public .....	77
L'utilisateur au cœur des services de la bibliothèque : la démarche UX. 78	
Le best-seller, expression d'une demande "illégitime" et "tyrannique" .....	80
<i>Faut-il satisfaire la demande ou valoriser une prescription culturelle ?</i> <i>Le best-seller en débat</i> .....	81
Rechercher un équilibre : la politique d'acquisition en « tension » ..	81
Ne pas décrier la demande des usagers : .....	82
Se méfier d'une prescription qui ne serait que le reflet d'une sensibilité : .....	83
<b>Une légitimation en demi-teinte</b> .....	<b>84</b>
<i>Quelle actualité du débat ?</i> .....	84
Méthodologie du questionnaire .....	85
Un sujet sensible ? .....	85
Le best-seller a-t-il sa place en bibliothèque municipale ? .....	87
<i>Persistance du doute</i> .....	89

Une acquisition toujours en question : .....	89
La tentation d'un jugement qualitatif : .....	91
<b>Valoriser les best-sellers en bibliothèque : une démarche contestée... 94</b>	
<i>Une démarche de visibilité qui pose difficulté...</i> .....	94
Les réticences de principe : .....	95
Les réticences fonctionnelles .....	97
... <i>alors même qu'elle existe déjà pour les « Nouveautés » et les « Coups de cœur »</i> .....	97
L'ambiguïté des « Coups de Cœur » : .....	98
Les « Nouveautés », autre manière de présenter les best-sellers ? ....	98
<i>Rechercher un équilibre dans la valorisation : accompagner et construire la visibilité des collections</i> .....	99
Valoriser les best-sellers, un jeu d'image : .....	100
Construire une visibilité qui ait du sens pour la bibliothèque : jouer de la demande pour promouvoir l'offre .....	101
Créer de nouvelles formes de visibilité ou dépasser le « rayon best-sellers » : .....	102
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>104</b>
<b>ENTRETIENS .....</b>	<b>107</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>109</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>115</b>
<b>TABLE DES ILLUSTRATIONS.....</b>	<b>147</b>
<b>TABLE DES MATIERES.....</b>	<b>149</b>