

Diplôme national de master

Domaine - sciences humaines et sociales

Mention – sciences de l’information et des bibliothèques

Parcours – politique des bibliothèques et de la documentation

Les prix littéraires, outils de médiation et de prescription pour les bibliothèques ?

Morgane GIBILY

Sous la direction de Fabienne HENRYOT

Maître de conférences, enseignante-chercheuse et responsable du Master 2

« Politique des bibliothèques et de la documentation Fonction » – ENSSIB

Remerciements

Je tiens à remercier en premier lieu Fabienne Henryot, ma directrice de mémoire, pour son implication et sa bienveillance. Ses conseils et relectures m'ont aidé à venir au bout de ce travail de longue haleine, qui n'aurait pas été pareil sans son aide.

Merci aussi à ma tutrice d'alternance, Vanessa Minarro, auprès de qui j'ai découvert le milieu des prix littéraires en bibliothèque. Plus largement, merci à toute l'équipe de la Maison de l'Environnement, mon année d'alternance m'a beaucoup appris, et c'est grâce à vous.

Ce mémoire repose également sur plusieurs entretiens et de nombreuses réponses au questionnaire : merci à tous·tes les professionnel·les qui ont accepté de prendre le temps d'y répondre, vos retours m'ont été précieux !

Un énorme merci à ceux qui n'ont jamais cessé d'être à mes côtés durant mes deux années à l'ENSSIB, et qui le resteront encore très longtemps je l'espère : Azraael, Bastien, Blanche, Etienne, Mathieu, Micah, Nolwenn, Ogier, Pauline et Rose.

Bien sûr, merci à ma mère, à mon père et à toute ma famille pour leurs paroles d'encouragement et leur soutien sans faille. Un merci tout particulier à Looping pour le réconfort qu'il m'a apporté.

Pour terminer, je tiens à remercier Antonin, pour sa présence, sa patience et sa gentillesse. Merci pour tout.

Résumé :

Les prix littéraires constituent depuis le début du XXe siècle un phénomène culturel majeur français, largement suivi par les lecteur-rices et par les médias. Ce phénomène prend également place dans les établissements de lecture publique, où il transforme les pratiques des bibliothécaires. En s'appuyant sur les témoignages de professionnel·les des bibliothèques et sur l'observation des pratiques courantes, ce travail examine la manière dont les prix sont mobilisés comme outils de médiation culturelle et de prescription littéraire. Ce mémoire explore d'une part l'usage de prix préexistants comme support de médiation et de prescription, d'autre part la création de prix littéraires par les bibliothécaires. Leurs modalités d'organisation, leurs objectifs ainsi que les résultats obtenus seront abordés. Ce travail contribue également à combler le manque d'écrits scientifiques sur la question, en proposant une synthèse des divers usages des prix littéraires en bibliothèque.

Descripteurs :

Prix littéraires – France

Bibliothèques publiques – France

Choix de livres

Littérature française

Animation socioculturelle

Abstract :

Literary prizes have been a major French cultural phenomenon since the beginning of the 20th century, widely followed by readers and by the media. This phenomenon also takes place in public reading institutions, where it transforms the practices of librarians. Based on testimonies from library professionals and on the observation of current practices, this work examines the way in which prizes are mobilized as tools for cultural mediation and literary prescription. This thesis explores on the one hand the use of pre-existing prizes as a medium for mediation and prescription, and on the other hand the creation of literary prizes by librarians. Their organization, objectives and results will be discussed. This work also contributes to filling the lack of scientific writings on the issue, by proposing a synthesis of the various uses of literary prizes in libraries.

Keywords :

Literary Awards – France

Public libraries – France

Choice of books

French literature

Sociocultural animation

Droits d’auteurs



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

SIGLES ET ABREVIATIONS	11
ECRITURE INCLUSIVE	12
INTRODUCTION.....	13
Un phénomène culturel majeur... et pourtant peu étudié.....	13
Genèse historique et évolution des prix littéraires	14
<i>Le bouleversement de l'Académie Goncourt</i>	<i>14</i>
<i>Une multiplication des prix littéraires</i>	<i>14</i>
Enjeux professionnels et questionnements contemporains	15
<i>Ami ou ennemi ?</i>	<i>15</i>
<i>Les prix littéraires des bibliothèques</i>	<i>16</i>
<i>Problématique et enjeux de recherche</i>	<i>16</i>
Cadre d'analyse et sources mobilisées.....	18
<i>Sources bibliographiques principales</i>	<i>18</i>
<i>Méthodes d'enquête</i>	<i>18</i>
CADRE THEORIQUE ET CONTEXTUEL	19
Histoire et typologie des prix littéraires en France.....	19
<i>Genèse et évolution : motivations premières et transformations</i>	<i>19</i>
<i>Typologie et modalités d'organisation.....</i>	<i>23</i>
Prix littéraires et prescription culturelle : enjeux théoriques.....	26
<i>Définition et mécanismes de la prescription littéraire.....</i>	<i>26</i>
<i>Les prix comme instances de légitimation culturelle</i>	<i>28</i>
Médiation en bibliothèque.....	31
<i>Définition et mécanismes de la médiation.....</i>	<i>31</i>
<i>Les prix littéraires comme outil d'animation</i>	<i>34</i>

LES PRIX LITTERAIRES EN BIBLIOTHEQUES : ETAT DES LIEUX ET PRATIQUES.....	38
Méthodologie de recherche.....	38
<i>Questionnaire et entretiens : élaboration et objectifs.....</i>	<i>38</i>
<i>Critères de sélection des bibliothèques et terrain d'étude</i>	<i>40</i>
<i>Méthode d'analyse des données.....</i>	<i>43</i>
<i>Limites méthodologiques et précautions d'interprétation.....</i>	<i>43</i>
Panorama des prix organisés par les bibliothèques en 2025.....	44
<i>Typologie et modalités d'organisation.....</i>	<i>44</i>
<i>Stratégies de communication.....</i>	<i>51</i>
ENJEUX STRATEGIQUES DU PRIX LITTERAIRE EN BIBLIOTHEQUE	59
Les prix comme outils de sélection : analyse critique des mécanismes prescriptifs	59
<i>Une efficacité prescriptive ?.....</i>	<i>59</i>
<i>Appui sur les habitudes et traditions de lecture</i>	<i>60</i>
Potentiel des prix comme outils de médiation	62
<i>Dispositifs de médiation inspirés par les prix</i>	<i>62</i>
<i>La création de prix par les bibliothèques comme outils de médiation, mais pas que... ..</i>	<i>63</i>
<i>Publics atteints et résultats</i>	<i>65</i>
Étude de cas approfondi : le prix « Lire pour Agir »	68
<i>Un prix littéraire local et associatif.....</i>	<i>68</i>
<i>Organisation du prix.....</i>	<i>69</i>
<i>Médiation et communication</i>	<i>70</i>
<i>Résultats et analyse</i>	<i>71</i>
Préconisations.....	72
CONCLUSION	75
SOURCES.....	79

BIBLIOGRAPHIE.....	85
ANNEXES.....	89
TABLE DES MATIERES.....	105

Sigles et abréviations

- SIC : Sciences de l'information et de la communication
- SIB : Sciences de l'information et des bibliothèques
- IEP : Institut d'Études Politiques
- DEA : Diplôme d'études approfondies
- DCB : Diplôme de conservateur des bibliothèques
- BPI : Bibliothèque publique d'information
- MEML : Maison de l'Environnement de la Métropole de Lyon

Ecriture inclusive

Ce travail est rédigé en écriture inclusive. Seules les citations sont conservées sous leur forme originale et ne seront pas modifiées. Les pronoms sont modifiés de la façon suivante :

- Il(s)/Elle(s) : Iel(s)
- Elles/Eux : Elleux
- Celles/Ceux : Celleux

Pour les mots non épiciques, le point médian est utilisé. Afin de simplifier la lecture, les formes plurielles ne nécessitent pas d'ajout de point médian. Voici quelques exemples :

- Lecteur·rice(s)
- Usager·ère(s)
- Professionnel·le(s)
- Lauréat·e(s)

INTRODUCTION

Le prix de l'Académie française, créé en 1834, a marqué le début d'une pratique singulière dans le paysage culturel français, qui aujourd'hui encore évolue et prend de l'ampleur. En 2014, on décompte plus de 2000 prix littéraires français, d'après les travaux de Sylvie Ducas, qui témoignent de la véritable explosion du phénomène¹. Cette profusion – que l'on pourrait considérer comme un signe réel de démocratisation – interroge sur les modalités d'appropriation de ces distinctions prestigieuses par les acteurs culturels, notamment les bibliothèques municipales qui occupent une position stratégique dans la chaîne de diffusion du livre et de la lecture publique en France.

UN PHENOMENE CULTUREL MAJEUR... ET POURTANT PEU ETUDIE

Paradoxalement, malgré l'importance croissante des prix littéraires dans l'écosystème culturel français, on peine à dénicher des travaux variés et des écrits scientifiques publiés sur le sujet. Toutefois, ce manque est compensé en partie par la place plus conséquente que les prix occupent dans la presse. Cette asymétrie entre l'attention médiatique des professionnel·les (et parfois du grand public) et l'analyse académique constitue une forme d'angle mort de la recherche en sciences de l'information et de la communication et en sciences de l'information et des bibliothèques. Pourtant, les enjeux sont considérables : les ouvrages lauréats de grands prix littéraires tels que le Goncourt inondent la quasi-totalité des médiathèques municipales qui doivent souvent se doter de plusieurs exemplaires d'un même titre pour satisfaire les usager·ères. Dans le même temps, les prix littéraires locaux se multiplient, offrant de nombreuses occasions de médiation à ces établissements tout en abordant des sujets, des thématiques voire des zones géographiques plus proches du public de chaque structure de lecture publique.

¹ DUCAS, Sylvie, 2014. Ce que font les prix à la littérature. Communication & langages. 2014. Vol. 179, n° 1, pp. 61-73. DOI 10.3917/comla.179.0061.

GENESE HISTORIQUE ET EVOLUTION DES PRIX LITTERAIRES

Le bouleversement de l'Académie Goncourt

La présence des prix littéraires dans les espaces culturels n'est pas anodine et puise ses origines dans une longue histoire française de littérature et de légitimation de certains genres. À la fin du XIX^e siècle, le roman est encore mal perçu par les élites littéraires de l'époque, notamment par rapport à d'autres genres jugés plus prestigieux ou plus élaborés : on peut notamment évoquer le romantisme et le symbolisme qui font rage en poésie et au théâtre, mais aussi de nouvelles formes de drames et de comédies². Cependant, si le roman peine à séduire les hautes sphères, il est bien plus populaire auprès du grand public. Dans ce contexte de mutation du champ littéraire, on voit naître en 1903 la célèbre Académie Goncourt. Ce cénacle littéraire, créé selon le souhait (et le financement) posthume d'un des frères Goncourt, Edmond, procède alors à la création de son fameux prix littéraire homonymique qui propose de désigner le meilleur ouvrage de l'année³. Sans compter la secousse que provoque la fondation d'un organisme selon les principes d'auteurs connus pour leur pratique, entre autres, du roman, l'Académie Goncourt bouscule également un écosystème dominé par l'Académie française, érigée deux cent soixante-neuf ans plus tôt ! En effet, celle-ci ne représente plus la seule institution reconnue pour son implication dans la légitimation littéraire⁴.

Une multiplication des prix littéraires

D'autres grands prix voient rapidement le jour, inspirés par le prix Goncourt. On évoquera évidemment le Grand Prix du Roman de l'Académie française créé en 1914 et qui doit récompenser le meilleur roman de l'année⁵. Mais, dès 1904, des prix se démarquent par leur engagement politique ou social. On pensera tout de suite au

² VAILLANT, Alain, 2010. L'histoire littéraire. Armand Colin. ISBN 978-2-200-25809-2.

³ Le testament d'Edmond de Goncourt. Académie Goncourt [en ligne]. [Consulté le 17 août 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.academiegoncourt.com/le-testament-d-edmond-goncourt>

⁴ DUCAS, Sylvie, 2013. La littérature à quel(s) prix ? : Histoire des prix littéraires. La Découverte. ISBN 978-2-7071-7779-7.

⁵ Grands Prix | Académie française. [en ligne]. [Consulté le 17 août 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.academie-francaise.fr/les-prix-et-fondations-prix-litteraires/grands-prix>

prix Femina fondé cette année-là par vingt-deux collaboratrices de la revue La Vie heureuse (1902-1917), en réaction à l'absence de femmes sélectionnée par le prix Goncourt. Composé exclusivement de femmes, le jury du prix Femina se charge de récompenser chaque année une œuvre de langue française⁶.

Ces distinctions se déploient donc à un moment clé de l'histoire littéraire, aux prémices de l'hégémonie du roman et juste avant la fin de celle du théâtre et de la poésie. Dans une autre perspective, ces prix littéraires visent davantage le grand public, s'éloignant de l'image élitiste colportée par l'Académie française. S'ils ont aujourd'hui évolué et se sont parfois éloignés de cette vocation populaire initiale, ils demeurent des événements qui suscitent l'intérêt du public, et donc des professionnel·les du milieu du livre. En conséquence, leur influence sur les processus d'acquisition, de médiation et de valorisation mis en place par les bibliothèques municipales est notable, tant ces structures cherchent à satisfaire les besoins et envies de leurs usager·ères, souvent séduit·es par le prestige associé à ces distinctions.

ENJEUX PROFESSIONNELS ET QUESTIONNEMENTS CONTEMPORAINS

Ami ou ennemi ?

Cette évolution soulève des questions fondamentales pour les professionnel·les des bibliothèques, et plus largement pour l'ensemble de la chaîne du livre. Les éditeur·rices cherchent à ce que leurs livres remportent des prix qui leur permettraient de faire grimper leurs ventes, et les libraires voient leur rôle prescriptif se conjuguer à celui des prix littéraires. Des bandeaux rouges se multiplient sur les ouvrages qui, rapidement, semblent tous avoir remporté une distinction. Du côté des bibliothécaires, le travail de recommandation, de conseil et de sélection d'ouvrages constitue l'une des clés de voûte du métier – aussi bien du point de vue des professionnel·les que des usager·ères d'ailleurs. Dans ce contexte, il est légitime de questionner la perception de ces grands prix qui s'arrogent une fonction prescriptive,

⁶ DUCAS, Sylvie, 2003. Le prix Femina : la consécration littéraire au féminin. Recherches féministes. 2003. Vol. 16, n° 1, pp. 43-95. DOI 10.7202/007343ar.

dans le sens qu'ils désignent les ouvrages à lire, traditionnellement dévolue aux médiateur·rices du livre. Il est difficile de situer ces distinctions, assimilées tour à tour à un réel outil professionnel ou à un « faux ami » concurrençant l'expertise des bibliothécaires.

Les prix littéraires des bibliothèques

Si l'on a d'abord associé les prix littéraires aux académies prestigieuses comme l'Académie Goncourt et l'Académie française, il s'agit désormais d'un phénomène que se sont approprié les bibliothèques municipales. En effet, ce genre de prix, pensés et organisés par des établissements de lecture publique, ont connu une expansion conséquente ces dernières années. Après tout, qui de mieux placée pour faire de la médiation autour de ces outils de prescription qu'une bibliothécaire ?

Mais la réalité est-elle aussi simple ? Cette tendance révèle-t-elle une volonté de résistance face à la standardisation des goûts littéraires ou, au contraire, une forme d'adaptation pragmatique aux attentes du public ?

Problématique et enjeux de recherche

Tous les questionnements que nous avons évoqués jusque-là convergent invariablement vers une problématique centrale : dans quelle mesure les prix littéraires constituent-ils des outils efficaces de prescription littéraire et de médiation culturelle en bibliothèque ?

Il faut toutefois noter que cette interrogation en appelle d'autres, étroitement liées :

- Les prix littéraires renforcent-ils l'expertise professionnelle des bibliothécaires ? Ou au contraire la concurrencent-ils ?
- Quels mécanismes sociaux soutiennent l'influence de ces distinctions sur les pratiques de médiation dans les établissements de lecture publique ?
- Comment les bibliothèques s'approprient-elles et adaptent-elles ces outils prescriptifs – qu'ils émanent de leur propre initiative ou de celle d'autres organismes – à leur lectorat ?

- Peut-on considérer l'organisation de prix littéraires par les bibliothèques municipales comme une stratégie de repositionnement professionnel efficace ?
- Alors qu'en 2025, on estime que 56% des Français sont des lecteur·rices régulier·ères⁷, les prix littéraires permettent-ils de faire progresser la pratique de la lecture ?

Pour répondre à ces questions, ce mémoire s'articule autour de trois axes complémentaires. Dans un premier temps, nous établirons un cadre théorique et contextuel en retraçant l'histoire et la typologie des prix littéraires français, depuis leurs motivations premières jusqu'à leurs transformations contemporaines. Suite à cela, nous analyserons leur rôle d'instances de prescription culturelle et de légitimation littéraire, afin d'examiner leur potentiel comme outils de médiation en bibliothèque. Dans un second temps, nous dresserons un état des lieux des pratiques actuelles en proposant un panorama des prix organisés par des bibliothèques municipales françaises ; cela suggère d'analyser et de comparer leurs modalités d'organisation, mais aussi leurs stratégies de communication. Il conviendra évidemment de présenter en parallèle la méthodologie de recherche mobilisée pour cette étude empirique. Nous analyserons également les enjeux stratégiques que représentent ces prix pour les bibliothèques, en questionnant leur fiabilité comme outils de sélection et leur efficacité prescriptive tout en évaluant leur potentiel de médiation culturelle. Nous aurons aussi l'occasion d'approfondir notre réflexion à travers une étude de cas en évoquant le prix écologiste « Lire pour Agir » organisé par la bibliothèque associative de la Maison de l'Environnement de la Métropole de Lyon, l'objectif étant d'aboutir à une évaluation critique de l'efficacité et des limites de cette forme de médiation.

⁷ Les Français et la lecture en 2025. Centre national du livre [en ligne]. [Consulté le 15 août 2025]. Disponible à l'adresse : <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2025>

CADRE D'ANALYSE ET SOURCES MOBILISEES

Sources bibliographiques principales

Ce travail de recherche s'appuie sur les travaux fondamentaux de chercheur·ses ayant défriché le terrain des prix littéraires et de la prescription culturelle. Les analyses de Sylvie Ducas sur l'histoire et la sociologie des prix littéraires français fournissent un socle empirique indispensable et unique : il s'agit de la référence française sur le sujet. D'autres chercheur·ses renforcent ce socle théorique, c'est le cas de Christian Poslaniec et Coline Renaudin qui ont écrit sur la médiation et les animations autour de la lecture. De même, Yves Aubin permet dans ses écrits de s'informer sur la prescription en bibliothèque. Ces sources diverses guideront ce travail de recherche, et permettront de mieux percevoir les différents enjeux liés aux prix littéraires en France.

Méthodes d'enquête

L'analyse développée dans ce mémoire combinera une approche théorique, soutenue par des articles scientifiques et des ouvrages académiques, avec une enquête empirique qui s'appuie principalement sur un questionnaire diffusé auprès de 105 bibliothèques et plusieurs entretiens semi-directifs menés auprès de bibliothécaires impliqués dans l'organisation ou la valorisation d'un prix littéraire. L'idée centrale consiste à saisir les habitudes et les pratiques effectives ayant trait à notre sujet, afin de les mettre en rapport avec les enjeux soulevés par notre bibliographie. Cette démarche vise à dépasser les discours théoriques et parfois datés pour analyser finement les mécanismes à l'œuvre dans l'appropriation des prix littéraires par les établissements de lecture publique.

L'enjeu de cette recherche dépasse le simple inventaire des pratiques. Il s'agit de comprendre comment les bibliothèques, dans un contexte de mutations profondes de leurs missions et de leurs publics, négocient leur rôle prescriptif face à la multiplication des instances de légitimation littéraire. Cette réflexion contribue ainsi aux débats contemporains sur l'évolution du métier de bibliothécaire et sur les stratégies de médiation culturelle à l'heure de la diversification des pratiques de lecture.

CADRE THEORIQUE ET CONTEXTUEL

HISTOIRE ET TYPOLOGIE DES PRIX LITTERAIRES EN FRANCE

Genèse et évolution : motivations premières et transformations

L'émergence des prix littéraires s'inscrit dans un contexte socio-économique particulier. Au tournant du XIX^e et du XX^e siècle, le champ littéraire français est en pleine mutation et subit une transformation issue d'une période que Paul Bénichou qualifie comme celle de « sacre de l'écrivain », qui prend place dans la première moitié du XIX^e siècle⁸. Autre fait historique notable, le milieu du XIX^e siècle est également marqué par la fin de la monarchie de Juillet. Cet événement pousse les éditeur·rices à modifier leurs pratiques professionnelles : alors que les maisons d'édition constituaient auparavant des entreprises familiales, elles se transforment petit à petit en réelles affaires commerciales. L'industrie de l'édition subissant une crise, les grandes maisons d'édition de l'époque, telles que Hachette ou Garnier, privilégient une stratégie de surproduction afin de pallier le manque de revenus⁹.

Alors que le nombre de livres publiés augmente avec l'intensification de l'activité des éditeur·rices, les auteur·rices, jusqu'ici placé·es sur le devant de la scène, semblent petit à petit perdre leur individualité, perdu·es dans la masse d'ouvrages. Les prix littéraires apparaissent alors comme un outil de sélection, censé désigner le meilleur ouvrage parmi la quantité grandissante de livres publiés. Ils apparaissent comme une réponse à la perte d'autonomie des écrivain·es, qui crée des tensions entre auteur·rices et éditeur·rices. Un autre facteur est à prendre en compte : l'intensification de rythme de publication des éditeur·rices transforme le milieu éditorial, ce qui donne lieu à une transformation du lectorat. Alors qu'auparavant, seules des personnes lettrées, cultivées, et souvent élitistes, accédaient à la

⁸ BÉNICHOU, Paul, 1996. *Le Sacre de l'écrivain (1750-1830)*. Gallimard. ISBN 2070744485.

⁹ DUCAS, Sylvie, 2013. *La littérature à quel(s) prix ? : Histoire des prix littéraires*. La Découverte. ISBN 978-2-7071-7779-7.

littérature, un lectorat élargi, plus enclin à se laisser guider par les éditeur·rices, s'installe. Martyn Lyons explique qu'au XIXe siècle le roman, auparavant « forme littéraire bourgeoise “par excellence” » touche petit à petit un lectorat « de condition plus modeste »¹⁰.

C'est donc dans ce contexte spécifique qu'Edmond de Goncourt inscrit dans son testament sa volonté de créer l'Académie Goncourt, à l'origine du fameux prix Goncourt qui prend vie en 1903. En destinant à titre posthume sa fortune à ce projet, le dernier des fameux frères Goncourt voit une opportunité de soutenir financièrement les auteur·rices qui ne peuvent pas se permettre de vivre de leur art, et de leur éviter d'avoir à travailler pour la presse¹¹. L'idée de départ, à l'origine du prix littéraire qui initiera un réel engouement en France pour le sujet, consiste donc à aider les auteur·rices sans le sou, qui écrivent des romans – genre encore peu estimé à l'époque – en désignant le meilleur ouvrage de l'année, selon des critères préétablis. L'objectif est de permettre aux bon·nes auteur·rices de vivre de leur plume en étant reconnu·es par leurs pairs. Cependant, les ambitions de départ ne seront pas nécessairement en adéquation avec le résultat final, les prix littéraires ayant bien évolué en plus d'un siècle. Sylvie Ducas avance l'idée que les prix littéraires ne récompenseraient plus nécessairement le meilleur roman de l'année, mais proposent plutôt « d'avancer le succès d'un bon auteur »¹², préférant sélectionner un livre susceptible de plaire au plus grand nombre plutôt qu'un livre détenant une qualité littéraire particulière, ou des innovations stylistiques trop poussées pour le grand public.

Le cas de l'Académie Goncourt illustre parfaitement la tension entre ambition littéraire et commerciale. Rapidement, le prix permet à des auteur·rices tel que Claude Farrère dès 1905 d'augmenter drastiquement leurs chiffres de vente : après avoir remporté le prix, ce n'est pas moins de 15 000 exemplaires de son ouvrage *Les Civilisés* (1905) qui seront vendus, chiffre conséquent pour l'époque¹³. Deux ans après son année de création, le prix démontre déjà son efficacité commerciale : ce

¹⁰ LYONS, Martyn, 1987. *Le triomphe du livre : une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIXe siècle*. Éditions du Cercle de la Librairie. ISBN 978-2-7654-1171-0.

¹¹ C'était notamment le cas d'Honoré de Balzac (1799-1850), qui devait enchaîner les romans-feuilletons afin de vivre de sa plume.

¹² DUCAS, Sylvie, 2013. *La littérature à quel(s) prix ? : Histoire des prix littéraires*. La Découverte. ISBN 978-2-7071-7779-7.

¹³ Ibid.

n'est pas tant l'argent offert au/à la lauréat·e qui lui permet de vivre de son écriture que la publicité engendrée.

Cependant, le véritable tournant s'opère en réalité en 1919 avec la victoire de Marcel Proust avec *À l'ombre des jeunes filles en fleurs* (1919). Le prix Goncourt devient alors aux yeux de beaucoup l'évènement littéraire de l'année, alors que, paradoxalement, l'auteur consacré est déjà fortuné et s'éloigne donc des souhaits d'Edmond de Goncourt. C'est aussi grâce à la victoire de grand·es auteur·rices qui sont resté·es dans la postérité que le prix peut encore aujourd'hui affirmer sa légitimité, malgré les très nombreux·ses lauréat·es aujourd'hui oublié·es.

Le prix Goncourt n'est pas le seul prix à avoir été créé au début du XX^e siècle et à toujours exister aujourd'hui : nous pouvons par exemple penser au prix Femina, créé en 1904, un an après le prix Goncourt, en réponse à l'absence de femmes lors de leur première édition. La création de ce prix a plusieurs effets : il marque le point de départ d'une importante multiplication des instances de consécration littéraires, et laisse entrer les médias dans ce milieu de légitimation. Les auteur·rices et académicien·nes ne sont plus les seul·es à désigner les ouvrages à lire¹⁴.

Dans les années 1930, le lien entre prix et commerce, prix et maisons d'édition devient de plus en plus évident. Le Goncourt de 1932 est par exemple décerné à Guy Mazeline plutôt qu'à Louis-Ferdinand Céline, révélant des pressions que les jurys subiraient de la part des éditeur·rices. À la même période, Gallimard s'installe petit à petit comme une référence de l'édition et accumule les lauréat·es. Les maisons d'édition perçoivent l'enjeu derrière les prix littéraires et les nombreuses ventes qu'ils engendrent. Quelques années plus tard, en 1951, c'est Julien Gracq qui créera la problématique en refusant le Goncourt : assez critique en ce qui concerne les prix littéraires qu'il considère comme corrompus, l'auteur avance l'argument qu'il n'a jamais souhaité être candidat. Le prix perd également de la valeur de manière très concrète, la récompense de 5 000 francs passant à 50 francs en 1962. Cependant, il ne faut pas oublier que cette récompense, aussi faible soit-elle, s'accompagne d'une large hausse du nombre de vente de l'ouvrage lauréat¹⁵.

¹⁴ DUCAS, Sylvie, 2003. Le prix Femina : la consécration littéraire au féminin. *Recherches féministes*. 2003. Vol. 16, n° 1, pp. 43-95. DOI 10.7202/007343ar.

¹⁵ DUCAS, Sylvie, 2013. *La littérature à quel(s) prix ? : Histoire des prix littéraires*. La Découverte. ISBN 978-2-7071-7779-7.

En 1977, c'est Bernard Clavel qui démissionne de son rôle d'académicien en dénonçant un « jeu truqué ». Le prix Goncourt semble ne plus respecter les critères imposés par son créateur au fil des années, et décevoir plus d'un·e homme ou femme de lettres.

En 1981, la Loi Lang¹⁶ est adoptée et métamorphose à nouveau le paysage éditorial français : les éditeur·rices et les libraires semblent être privilégié·es par cette approche qui prend moins en compte l'auteur·rice. Pendant les vingt années qui suivent, une nouvelle génération de prix littéraires émerge, laissant de plus en plus de place aux lecteur·rices amateur·rices qui deviennent elleux-mêmes prescripteur·rices. Il est notamment possible de penser aux différents prix des lecteur·rices ou des lycéen·nes qui fleurissent depuis cette époque. Parmi les exemples les plus connus, il est possible de citer le prix des lectrices Elles, dont le jury est composé de 120 lectrices du magazine. Un exemple encore plus évocateur pour illustrer les différentes mutations des prix littéraires est le prix Goncourt des Lycéens, créé en 1988 grâce à un partenariat entre la Fnac et l'Éducation nationale. Les adolescent·es prennent alors place dans le champ littéraire, chapeauté par l'état et une grande franchise principalement connue pour la vente de livres. Le but n'est plus alors uniquement de désigner le meilleur ouvrage, mais aussi de tourner les plus jeunes vers la lecture : un objectif pédagogique se dessine¹⁷.

Il reste néanmoins nécessaire de garder à l'esprit que ces juré·es non professionnel·les n'ont qu'un pouvoir limité : l'ouvrage lauréat désigné fait partie d'une sélection de quelques livres réalisée par des spécialistes. Le pouvoir prescriptif qui est donné au public reste chapeauté par des personnes ayant une forme de légitimité dans le milieu littéraire.

Aujourd'hui, toutes ces années de mise en place et de transformation donnent lieu à une multitude de prix en tous genres et organisés par de nombreux acteurs différents. D'une part, des prix créés par des spécialistes du milieu du livre apparaissent, en 1955 c'était le prix des Libraires, plus récemment, en 2008, c'est le prix Mémorables qui est créé par le groupe de libraires indépendantes Initiales : les libraires, premiers sur le terrain à recommander des ouvrages aux lecteur·rices

¹⁶ Loi n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre.

¹⁷ Goncourt des Lycéens. Académie Goncourt [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.academiegoncourt.com/goncourt-des-lyceens>

reprennent en main leur pouvoir prescriptif pour donner vie à leur propre prix. D'autre part, certains prix s'emparent plutôt des genres aujourd'hui encore considérés comme moins prestigieux, tels que la fantasy.

Les objectifs des prix littéraires sont donc désormais nombreux, il ne s'agit plus uniquement d'aider un auteur à vivre de son métier ou d'élire le meilleur livre de l'année – notion d'ailleurs assez subjective. Les prix servent désormais aussi d'outils pédagogiques, d'outils de démocratisation d'un genre, d'outils de médiation, ou encore d'outils de réappropriation du pouvoir prescriptif pour certain·es professionnel·les, comme les libraires ou les bibliothécaires.

Typologie et modalités d'organisation

Les prix littéraires sont très nombreux aujourd'hui en France. Cependant, tous n'ont pas le même fonctionnement et la variété de ces prix est assez importante. Plusieurs modalités sont changeantes : la nature de l'organisateur·rice, le public cible, la valorisation d'un genre ou thématique, le processus de sélection, l'organisation dans le temps, le rôle du public, ou encore les retombées.

Avant toute chose, il est nécessaire de parler des institutions qui sont à l'origine de toutes ces différences organisationnelles : les organisateur·rices eux-mêmes. Chaque prix littéraire est organisé par différent·es professionnel·les de différents milieux. Voici quelques grands types d'organisateur·rices récurrents ainsi que plusieurs exemples concrets de prix littéraires pour chaque catégorie :

- Le milieu de la presse : plusieurs prix ont vu le jour grâce à l'initiative de journaux, magazines, et mêmes radios, c'est le cas du prix Femina, créé par le magazine *La Vie heureuse*, du prix des lectrices *Elles*, Le Grand Prix RTL-Lire créé par la radio RTL et le magazine *Lire*, ou encore le prix France Culture-Télérama.
- Les grandes institutions ou associations de spécialistes : grand prix du roman, créé par l'Académie française, le prix des libraires créé par la Fédération Française des Syndicats de libraires, le prix de la BnF créé par la Bibliothèque nationale de France.
- Les associations : le Prix Littéraire 30 Millions d'Amis, le prix Lire pour Agir, créé par la Maison de l'Environnement, le Prix des Lecteurs en Seine créé par l'association Lire en seine.

- Dans le cadre de festivals et salons : les prix créés pour le festival Quai des Bulles, les prix créés pour Quais du Polar, le prix des lecteurs Noir Dissay dans le cadre du salon qui porte le même nom, le Prix Imaginales créé pour le festival Les Imaginales.
- Les bibliothèques ou réseaux de bibliothèques : prix Les Promesses organisé par la Bibliothèque Municipale de Tours, le Prix des lectrices et des lecteurs des bibliothèques de la Ville de Paris, le Prix Bermond-Boqué de la Bibliothèque municipale de Nantes.

Les acteurs sont nombreux et variés, ce qui explique le grand nombre de paramètres qui existe aujourd'hui. Certains codes sont pourtant souvent les mêmes d'un prix à l'autre : nous pouvons par exemple constater de manière très généralisée que les prix littéraires ont un rythme annuel. Pour beaucoup, notamment les plus connus, le lauréat ou la lauréate est annoncé·e et le prix décerné peu après la rentrée littéraire, ils sont communément appelés les grands prix littéraires d'automne. Sont entre autres concernés le prix Goncourt, le prix Femina ou encore le prix Renaudot. Il existe néanmoins certaines exceptions, c'est par exemple le cas du prix des lecteurs organisé par les bibliothèques du Val de Sully, qui a lieu tous les deux ans.

Parmi ces prix, les échelles diffèrent. Les plus connus du public et des professionnel·les des milieux littéraires et culturels ont une échelle nationale. Cependant, la France abritant une grande variété de prix littéraires, il est important de garder à l'esprit que des projets à plus petite échelle font également partie du paysage culturel français. Parmi les plus petits prix, nous retrouvons par exemple le prix des lecteurs de Tournon-sur-Rhône sur Rhône, commune d'environ 11 400 habitant·es, ou encore le prix littéraire de la ville de Valognes, ville d'environ 7 000 habitant·es.

Les échelles de grandeur sont donc différentes d'un prix à l'autre, ce qui impacte nécessairement les répercussions pour l'auteur primé. Quand certains prix proposent une récompense au vainqueur, notamment pécuniaire, ce n'est pas le cas de tous. Les plus gros prix ne sont pas nécessairement ceux qui dotent le plus leur vainqueur aux premiers abords : le prix Goncourt n'offre qu'un chèque de 10 € au lauréat ou à la lauréate. La réelle récompense réside plutôt en réalité dans le coup de projecteur que reçoit l'ouvrage, engendrant un nombre de ventes conséquent. Cependant, les plus petits prix ne peuvent pas se targuer d'apporter à l'auteur un

plus grand nombre de ventes : Sylvie Ducas met en avant le fait que, bien que près de 2000 prix existent en 2014, moins de dix d'entre eux rapporteraient de l'argent¹⁸. Pour les prix moins reconnus, la question se pose du réel intérêt pour l'auteur·rice de gagner alors que le prix littéraire n'est pas en mesure de lui apporter beaucoup plus que la satisfaction de voir son ouvrage récompensé, et parfois une brève mise en avant dans la presse locale.

Chaque prix littéraire a également des modalités de sélection des ouvrages propres. Plusieurs données sont à prendre en compte lors de cette étape : le nombre d'ouvrages à sélectionner, leur genre, ainsi que la thématique s'il y en a une. Tous ces choix ne se font pas seuls : dans la plupart des cas, un comité se rassemble pour effectuer cette sélection. Ce comité est bien souvent composé d'auteur·rices ou de professionnel·les du milieu du livre : c'est le cas pour le Prix des libraires. Pour d'autres prix, souvent ceux créés par des associations ou des personnes extérieures aux métiers du livre, la sélection peut être réalisée par un lectorat « amateur ». Cela reste cependant assez peu fréquent.

Dans le cas de certains prix littéraires, une thématique spécifique est mise en avant. Ce choix est souvent lié au contexte d'organisation du prix littéraire. Nous notons que les prix de Quais du Polar ainsi que le prix Noir Dissay, tous les deux spécialisés dans le polar, sont organisés dans le cadre de salons portant sur cette thématique. De même, le prix Lire pour Agir, dont tous les ouvrages ont un lien avec la transition écologique et solidaire, a été créé par la Maison de l'Environnement, association centrée sur ces questions. Les prix concernés ont donc un public cible identifié, parfois plus restreint que des prix proposant des sujets plus larges.

Une autre donnée essentielle est celle du vote. Les prix littéraires ont pour point final l'annonce d'un·e vainqueur, nous pouvons alors nous questionner sur la méthode employée pour le désigner. Quand le Prix Femina est décerné suite à un vote de son jury, composé de douze membres, d'autres prix demandent plutôt au public de voter pour son ouvrage favori. C'est le cas du Prix des Lecteurs organisé par la maison d'édition Le Livre de Poche : chacun peut proposer sa candidature afin de devenir jury du prix.

¹⁸ DUCAS, Sylvie, 2014. Ce que font les prix à la littérature. Communication & langages. 2014. Vol. 179, n° 1, pp. 61-73. DOI 10.3917/comla.179.0061.

Chaque prix assemble à sa manière les différentes possibilités en fonction de ses moyens, de son public cible ou encore de ses objectifs.

PRIX LITTÉRAIRES ET PRESCRIPTION CULTURELLE : ENJEUX THEORIQUES

Définition et mécanismes de la prescription littéraire

Le terme de « prescription » renvoie à l'idée d'une règle à suivre, d'un protocole directionnel ; ainsi, Le Larousse en ligne définit ce terme comme un « ordre formel et détaillé énumérant ce qu'il faut faire ». On trouve parmi ses synonymes des dénominations comme « injonction » ou encore « précepte ». On comprend donc que, lorsque l'on parle de « prescription littéraire », il s'agit d'une forme de guide orientant une entité dans son approche de la littérature. Appliquée au cadre des bibliothèques, la prescription littéraire concerne donc, en guise d'exemples, des procédures comme l'acquisition ou la recommandation en direction du public. En d'autres termes, lorsque l'on questionne la pertinence des prix littéraires en tant qu'outils de prescription littéraire, on s'interroge sur l'utilité de ces actions culturelles vis-à-vis de la sélection d'ouvrages à acquérir pour les mettre à la disposition des usager·ères d'un établissement de lecture publique. Dès lors et très naturellement, on peut aborder la question de la création d'un ou de plusieurs prix littéraires par des bibliothécaires, de sorte à leur confier directement ce rôle de prescripteur·rices par rapport à leurs propres usager·ères. À noter cependant, l'acquisition d'ouvrages n'est aujourd'hui plus seulement confiée aux bibliothécaires, mais s'appuie parfois sur les choix des lecteur·rices¹⁹. Cela peut amener la question de leur éventuelle implication dans le processus de création des prix littéraires.

En 2025, on trouve différents outils censés permettre aux professionnel·les des bibliothèques de réaliser une sélection efficace et pertinente suivant leur public, mais aussi l'actualité littéraire et les mouvements commerciaux du marché du livre. Pour beaucoup, la mise en place d'une stratégie de veille documentaire est une étape

¹⁹ COLLECTIF, 2019. Construire des pratiques participatives dans les bibliothèques. Presses de l'enssib. ISBN 978-2-37546-069-6.

indispensable afin de connaître les nouvelles sorties des éditeur·rices. La veille littéraire consiste à surveiller, grâce à une recherche manuelle ou à des avertissements automatiques, les nouveautés de la production éditoriale, mais aussi les tendances du lectorat à une échelle donnée (mondiale, nationale, régionale...). Ce processus permet également d'analyser de manière continue ces données afin de guider les bibliothécaires dans leurs tâches d'acquisition et de médiation. La veille s'appuie donc non seulement sur la collecte de données en temps réel, mais elle implique aussi de connaître son ou ses fonds, ainsi que son lectorat afin de sonder les ouvrages les plus pertinents en fonction de l'établissement. De manière générale, un·e professionnel·le des bibliothèques gère en autonomie un ou plusieurs fonds identifiés, ce qui lui permet de connaître les attentes de son public ; dès lors, le ou la bibliothécaire peut mettre en œuvre des mécanismes professionnels ou des compétences acquises pour le guider dans ses choix.

En 2011, une étude menée par Liorah Golomb²⁰ décortique le statut potentiel d'outil de sélection des prix littéraires poétiques, notamment dans le cadre des bibliothèques universitaires²¹. Cette chercheuse liste, entre autres, plusieurs outils pouvant servir lors du processus d'acquisition de nouveaux ouvrages. On peut notamment évoquer :

- La connaissance approfondie – voire la familiarité – avec le travail de l'auteur·rice (dans ce cas précis, un·e poète·sse) et avec celui de l'éditeur·rice ou de l'imprimeur·se ;
- La consultation d'articles publiés concernant l'ouvrage en question ;
- Les blogs, les podcasts, les publications sur les réseaux sociaux de lecteur·rices ou de professionnel·les de la littérature et/ou de la documentation ;
- Les recommandations de collègues et/ou d'ami·es.

²⁰ Bibliothécaire en SHS à la bibliothèque de l'université de l'Oklahoma depuis 2010, Liorah Golomb a travaillé dans le même champ professionnel à l'université de l'État de Wichita après l'obtention d'une maîtrise en SIB au *Pratt Institut*, d'un bachelor en anglais à l'Université Hofstra, d'une maîtrise en arts du spectacle à la *Washington University* de Saint Louis et d'un doctorat en art dramatique à l'Université de Toronto. Elle est aussi membre de l'*American Library Association*, de l'*Association of College & Research Libraries* et de la *Modern Language Association*.

²¹ LIORAH, Golomb, 2011. *Collecting Poetry for the Academic Library: An Evaluation of Poetry Prizes as Selection Tools*. The Journal of Academic Librarianship. 1 mai 2011. Vol. 37, n° 3, pp. 207-214. DOI 10.1016/j.acalib.2011.02.012.

On constate bien que les outils à portée du ou de la bibliothécaire sont donc nombreux et diversifiés, allant d'une expertise personnelle, à celle d'utilisateur·rices en ligne. Les prix littéraires ne constitueraient donc qu'un énième outil à prendre en main !

Cette multiplicité d'outils soulève néanmoins la question de leur hiérarchisation et de leur fiabilité respective. En effet, si la familiarité avec un·e auteur·rice ou un·e éditeur·rice peut s'avérer déterminante, elle peut également introduire des biais dans la sélection, privilégiant certains circuits éditoriaux au détriment d'autres. De même, les recommandations issues des réseaux sociaux ou des blogs peuvent refléter des tendances éphémères plutôt qu'une valeur littéraire durable. Dans ce contexte, les prix littéraires semblent offrir une forme de synthèse critique, résultant d'un processus de sélection collective qui pourrait pallier certaines limites des autres outils de prescription.

Par ailleurs, l'intégration des prix littéraires dans les pratiques professionnelles varie considérablement selon les établissements. Si certaines bibliothèques organisent leurs acquisitions autour du calendrier des grands prix d'automne, d'autres privilégient une approche plus autonome, fondée sur la connaissance fine de leurs publics. Cette diversité des pratiques témoigne de la complexité des enjeux liés à la sélection d'ouvrages littéraires, qui doit concilier reconnaissance critique, attentes du public et cohérence des collections.

Les prix comme instances de légitimation culturelle

Maintenant que nous avons établi ce qu'est la prescription littéraire, notamment en ce qui concerne les bibliothèques, concentrons-nous sur le prix littéraire comme instance de légitimation culturelle. En effet, si les grands prix littéraires d'automne sont aussi populaires auprès du grand public – en témoignent les chiffres de ventes faramineux des ouvrages lauréats²² –, c'est que l'effet prescriptif est bien réel et qu'il a des conséquences concrètes : nous l'avons déjà évoqué, mais il est certain qu'être désigné lauréat d'un prix littéraire prestigieux

²² Par exemple, l'ouvrage *L'anomalie* de Benoît Le Tellier se serait vendu à la hauteur de 633 000 exemplaires dans les 6 mois suivants sa victoire au prix Goncourt de 2020, d'après un article de [Franceinfo](https://www.franceinfo.fr/culture/livres/le-prix-goncourt-2020-le-tellier-l-anomalie-633000-exemplaires-vendus_1151111.html).

« consacre » l'ouvrage en question, le légitime au sein du champ littéraire et des institutions culturelles.

D'après Yves Aubin, les prix littéraires ainsi que la rentrée littéraire²³ représenteraient en réalité « cinq mois d'acquisitions » pour les bibliothèques²⁴ : il s'agirait donc d'outils qui guideraient bel et bien le quotidien de nombreux·ses professionnel·les du milieu culturel, notamment lors des périodes d'acquisition. Cette temporalité spécifique, bien identifiée par tous·tes les acteur·rices, révèle l'ampleur de l'influence exercée par ces distinctions sur les politiques documentaires. En concentrant sur une période relativement courte une part significative des achats annuels, les prix littéraires dynamisent et organisent non seulement le marché du livre, mais également les pratiques professionnelles des bibliothécaires.

Cependant, cette influence ne se traduit pas systématiquement par une formalisation explicite dans les documents de référence des établissements. Aucune loi n'oblige les établissements de lecture publique à publier à destination du grand public les éléments structurants de leur charte documentaire (ou la charte en elle-même). Ainsi, on trouve peu de bibliothèques – municipales ou autre – qui proposent de consulter en ligne ou en physique leur charte de politique documentaire ; il est ainsi plutôt complexe d'analyser leurs pratiques d'acquisition de l'extérieur !

Toutefois, nous avons réuni un échantillon de dix chartes documentaires émanant de différentes bibliothèques municipales françaises²⁵. Nous constatons tout de suite que parmi ce lot, seules deux chartes (soit 20% de l'échantillon étudié) évoquent les prix littéraires : celle des bibliothèques municipales d'Ouistreham²⁶ et de Geneston²⁷. Pour la première, les prix littéraires sont évoqués dans le processus de sélection des documents à acquérir ; la veille concernant les lauréat·es des prix

²³ On parle de « rentrée littéraire » pour désigner la période aux environs du mois septembre durant lequel les éditeur·rices français·ses publient massivement leurs nouveautés les plus attendues ou ambitieuses. Les bibliothécaires comme les libraires y accordent donc une place importante, que ce soit au niveau de la programmation culturelle ou des processus d'acquisition.

²⁴ AUBIN, Yves, 2004. *Surproduction romanesque, bibliothèque et prescription*. [en ligne]. 1 janvier 2004. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-03-0022-004>.

²⁵ Les chartes étudiées sont celles des médiathèques et bibliothèques de Bouc-Bel-Air (13320), Nantes (44000), Rouen (76000), Haubourdin (59320), Ouistreham (14150), Saint-Nazaire-les-Eymes (38330), Toulouse (31000), Beauvais (60000), Milly-sur-Thérain (60112), Saint-Mandé (94160) et Geneston (44140).

²⁶ Annexe 1.

²⁷ Annexe 2.

littéraires y occupe d'ailleurs un rôle essentiel. Pour la seconde, il est clairement spécifié que « pour les animations, la participation à des prix littéraires ou l'accueil de professionnel·les du livre, plusieurs exemplaires peuvent être acquis ». Les prix se situeraient donc à un niveau d'intérêt égal à n'importe quelle action culturelle allant de l'accueil de spécialistes à une animation à destination du public général de la bibliothèque. En revanche, force est de constater que 80% des structures analysées n'évoquent pas cette question dans leur charte documentaire : bien que les bibliothèques s'équipent toutes (ou presque) des livres lauréats de grands prix tels que le Goncourt, elles ne formalisent en aucune manière cet aspect de leur politique documentaire.

Cette discordance entre les pratiques effectives et leur formalisation soulève des questions importantes sur la nature même de la légitimation culturelle opérée par les prix littéraires. D'une part, leur absence d'une majorité des chartes documentaires pourrait témoigner d'une certaine réticence des professionnel·les à reconnaître explicitement leur dépendance à ces instances externes de validation. D'autre part, cette omission pourrait révéler que les prix littéraires sont perçus comme des outils mobilisés de manière ponctuelle sans pour autant toujours structurer les orientations documentaires.

Le processus de légitimation en lui-même mérite d'être interrogé : en conférant une visibilité médiatique importante²⁸ aux ouvrages distingués, les prix littéraires créent un cercle de prescription qui dépasse largement le champ littéraire, et approche la dimension purement commerciale, voire sociale. Les bibliothécaires se trouvent ainsi pris·ses dans une logique où l'anticipation des demandes du public les conduit à acquérir des ouvrages dont la valeur littéraire intrinsèque pourrait être secondaire par rapport à leur notoriété. Cette dynamique pose la question de l'autonomie professionnelle des bibliothécaires face aux mécanismes de consécration littéraire, et de leur capacité à maintenir une diversité éditoriale au-delà des effets de mode, notamment ceux générés par les prix.

²⁸ Cette visibilité dépend évidemment du degré de popularité du prix littéraire concerné, mais le statut de lauréat apporte, de fait, une diffusion plus large que celle d'un ouvrage « lambda ».

MEDIATION EN BIBLIOTHEQUE

Définition et mécanismes de la médiation

Avant toute chose, il est nécessaire de revenir sur la notion même de médiation, et tout ce qu'elle peut signifier en bibliothèque. Le site *Wikiterritorial* définit la médiation en bibliothèque comme une situation lors de laquelle « le bibliothécaire est appelé médiateur, car il permet de mettre en relation les usager·ères de la bibliothèque et les ressources et collections. Le médiateur doit rendre intelligible et compréhensible ce qu'il y a dans les bibliothèques, il doit en faciliter l'accès. La bibliothèque publique est en elle-même médiatrice, car elle doit donner accès à la culture, l'information, les loisirs. »²⁹

Cette définition, bien qu'éclairante, mérite d'être approfondie pour saisir toute la complexité de cette mission. La médiation ne se limite pas à un simple rôle d'intermédiaire humain et technique entre les collections et les usager·ères, mais s'inscrit dans une démarche plus globale de démocratisation culturelle, de curation et d'orientation. Elle implique une véritable transformation des ressources documentaires en outils d'épanouissement personnel et collectif. La médiation implique donc non seulement une connaissance de son fonds, mais aussi de son public et des dynamiques qui lient les deux.

Olivier Chourrot³⁰ nous permet de compléter cette définition en nous présentant la notion de médiation comme un ensemble de concepts et d'actions, à savoir :

- Faire apprécier la lecture au public ;
- Sélectionner les ouvrages pertinents vis-à-vis du public concerné ;

²⁹ COLINE, RENAUDIN. La médiation en bibliothèque. [en ligne]. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://encyclopedia.wikiterritorial.cnfpt.fr/wiki/bin/view/fiches/La%20m%C3%A9diation%20en%20biblioth%C3%A8que/>.

³⁰ Diplômé de l'IEP de Bordeaux et titulaire d'un DEA de science politique et du DCB, Olivier Chourrot occupe le poste de chef du bureau des réseaux d'information scientifique et technique au ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche après avoir dirigé la bibliothèque départementale des Hautes-Pyrénées, l'Office régional de l'éducation permanente en Aquitaine et le pôle Services aux publics de la BPI.

- Mettre en œuvre des actions culturelles (animations, évènements, sélections thématiques...);
- Rangement, renseignement des usager·ères...³¹

La médiation revêt donc plusieurs formes, et les professionnel·les du milieu semblent en avoir des perceptions variées selon le domaine d'expertise, la structure et la région. Il est par exemple possible de distinguer une médiation plus passive, avec différentes mises en avant d'ouvrages (tables thématiques, sélections, échanges informels lors du service public...), d'une médiation active avec l'organisation d'animations. Parmi toutes ces formes, une notion reste récurrente : celle de transmission, du bibliothécaire à l'usager·ère.

Cette diversité des approches révèle en réalité la richesse et la complexité du concept de médiation. Si l'on s'attarde sur la dimension passive évoquée par Chourrot, celle-ci ne doit pas être perçue comme moins importante que la médiation active. En effet, la signalétique, les présentoirs, les coups de cœur du personnel ou encore l'organisation spatiale des collections constituent autant d'outils de médiation silencieux, mais efficaces. Ces dispositifs guident subtilement les usager·ères dans leurs découvertes, créant des parcours de lecture inattendus et personnalisés.

La médiation active, quant à elle, se manifeste à travers des événements plus visibles comme des rencontres d'auteur·rices, des clubs de lecture, des ateliers d'écriture, des expositions thématiques... Ces actions permettent de créer du lien social autour des collections, transformant la bibliothèque en véritable lieu de vie culturelle – d'où la multiplication des établissements de lecture publique à vocation de tiers-lieu. Elles favorisent également l'appropriation des ressources par les usager·ères, qui deviennent acteur·rices de leur propre parcours culturel.

Pour Abdelwahed Allouche³², la médiation proposée en bibliothèque serait d'ailleurs le reflet de l'importance que les bibliothécaires donnent au public³³. Il évoque également la notion de « passerelles » entre les professionnel·les et les

³¹ CHOURROT, Olivier, 2007. Le bibliothécaire est-il un médiateur ? [en ligne]. 1 janvier 2007. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0067-001>.

³² Titulaire d'un doctorat en SIC à l'université Paris 13 et auteur d'une thèse sur les médiations dans les bibliothèques publiques.

³³ ALLOUCHE, Abdelwahed, 2007. Les médiations dans les bibliothèques publiques. [en ligne]. 1 janvier 2007. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0071-002>.

lecteur·rices ou potentiel·les lecteur·rices : les bibliothécaires dans leur rôle de médiateur·rices doivent prescrire des livres de qualité, qui pousseraient les visiteur·euses à lire, mais aussi à prendre du plaisir lors de cet exercice.

Cette métaphore de la passerelle est particulièrement pertinente, car elle souligne la dimension relationnelle fondamentale de la médiation. Le ou la bibliothécaire ne se contente pas de transmettre des informations ou de recommander des ouvrages ; iel établit une relation de confiance avec les usager·ères, s'adaptant à leurs besoins, leurs goûts et leur niveau de lecture. Comme nous l'avons évoqué, cette approche personnalisée nécessite une connaissance approfondie des collections, mais également une capacité d'écoute et d'empathie qui va bien au-delà des compétences techniques traditionnelles.

La notion de prescription évoquée par Allouche soulève par ailleurs des questions importantes sur le rôle des bibliothécaires dans la construction du goût littéraire. Cette prescription implique une responsabilité particulière : celle de proposer des œuvres de qualité tout en respectant la diversité des attentes et des niveaux d'appropriation de la littérature par la lecture. Elle suppose également une veille constante sur la production éditoriale et une capacité à anticiper les besoins du public.

La médiation est au cœur du métier des bibliothécaires, allant d'une mission plus profonde, faire aimer la lecture, à des tâches plus classiques telles que le rangement des collections. Cette apparente dichotomie entre des missions jugées « nobles » et des tâches « techniques » révèle en réalité une conception erronée du métier de bibliothécaire. En effet, le rangement des collections, l'accueil du public ou le renseignement bibliographique participent pleinement à la médiation : ces activités contribuent à rendre les ressources accessibles et à créer les conditions favorables à leur appropriation par les usager·ères.

Dans le cas des prix littéraires et de leur présence en bibliothèque, nous nous concentrerons davantage sur les animations qui sont proposées au public, afin de mieux comprendre quelles mécaniques soutiennent l'intérêt pour ces événements culturels.

Les prix littéraires comme outil d'animation

Si l'on part du postulat que la médiation a pour vocation de transmettre quelque chose, par exemple à travers l'animation, des bibliothécaires vers les usager·ères (et parfois réciproquement), on peut tout de suite intégrer la place cohérente des prix littéraires dans ce schéma : en effet, ces derniers donnent une opportunité de faire lire les mêmes ouvrages à plusieurs personnes, permettant de susciter des échanges entre professionnel·les et usager·ères, voire même entre usager·ères lors d'animations.

Cette dimension collective des prix littéraires constitue l'un de leurs atouts majeurs en termes de médiation. Contrairement à une lecture individuelle, la participation à un prix littéraire inscrit l'acte de lecture dans une dynamique sociale et participative. Les lecteur·rices deviennent membre d'une communauté temporaire, partageant des références communes et des expériences de lecture similaires. Cette socialisation par la lecture permet de dépasser les barrières individuelles et de créer un sentiment d'appartenance particulièrement motivant.

Les prix littéraires offrent également l'avantage de proposer une sélection d'ouvrages préétablie, ce qui peut rassurer les lecteur·rices indécis·es ou novices. Cette prescription collective, validée par un jury ou une institution, légitime les choix de lecture et peut encourager la découverte d'auteur·rices ou de genres littéraires jusqu'alors inconnus ou non pratiqués. Elle permet également aux bibliothécaires de proposer une programmation culturelle cohérente, s'appuyant sur l'actualité littéraire et les temps forts du calendrier culturel.

Christian Poslaniec³⁴, dans un article portant sur les animations autour de la lecture³⁵, évoque le cas du Prix Goncourt des lycéens. D'après ses observations et un questionnaire transmis à des enseignant·es ayant participé avec leurs élèves à l'évènement, le prix a permis à des élèves qui ne lisaient pas du tout de lire plusieurs livres. Pour l'auteur de l'article, cela démontre bien que l'envie de lire vient d'un

³⁴ Après avoir enseigné le français à des élèves de différents niveaux, Christian Poslaniec crée Promolej (Promotion de la lecture et de l'écriture des jeunes) afin d'organiser des événements participatifs autour du livre et de la littérature jeunesse. Auteur d'essais, de romans et d'études pédagogiques, il a aussi dirigé pendant près de dix ans la collection « Zanzibar » des éditions Milan. Depuis 2003, il est président de la commission de choix des livres pour la jeunesse du ministère de l'Éducation nationale.

³⁵ POSLANIEC, Christian, 1999. Les animations lecture. [en ligne]. 1 janvier 1999. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1999-03-0049-006>.

projet intérieur, mobilisé par un objet qui suscite la motivation – dans ce cas, le prix littéraire. La médiation par le prix littéraire entrerait donc bien dans une des catégories évoquées précédemment par Olivier Chourrot : donner l’envie de lire.

Cette observation de Poslaniec révèle un aspect fondamental de la médiation par les prix littéraires : leur capacité à transformer des non-lecteur·rices en lecteur·rices actif·ves. Le cadre du concours, avec ses échéances et ses objectifs clairs, crée une dynamique d’engagement qui peut compenser l’absence première de motivation. Cette « contrainte positive » permet d’initier un processus de lecture qui peut ensuite se poursuivre de manière autonome.

Le caractère émulateur des prix littéraires s’explique également par leur dimension ludique et compétitive. Participer à un prix, c’est accepter de jouer un rôle de critique littéraire, de développer son jugement esthétique et de le confronter à celui des autres participant·es. Cette posture active transforme la réception des œuvres et peut révéler des compétences d’analyse et de synthèse que les lecteur·rices ne soupçonnaient pas.

En bibliothèque, cela peut se traduire notamment dans les clubs et cercles de lecture : en effet, ces dispositifs créent une dynamique collective entre usager·ères. Les prix littéraires locaux, parfois créés par les bibliothèques et médiathèques, mettent en place un aspect participatif : il s’agit bien souvent de prix des lecteurs pendant lesquels les usager·ères sont amené·es à voter. Cet angle-là est particulièrement intéressant pour susciter l’engagement des lecteur·rices.

Par exemple, c’est le cas de la bibliothèque Lyon « Palais Saint-Jean » qui présente la sélection de livres du prix Lire pour Agir auprès de son cercle de lecture, qui a l’occasion lors de rencontres ultérieures de discuter des ouvrages.

Les clubs de lecture constituent en effet un format privilégié pour l’organisation de prix littéraires en bibliothèque. Ces dispositifs permettent de créer une communauté de lecteur·rices régulier·ères, partageant des références communes et développant progressivement une culture littéraire partagée. L’organisation d’un prix au sein de ces clubs transforme la dynamique habituelle des échanges, introduisant une dimension évaluative qui peut enrichir les discussions et approfondir l’analyse des œuvres.

De plus, les établissements de lecture publique font souvent venir, quand cela leur est possible, un·e ou plusieurs auteur·rices du prix littéraire organisé pour une rencontre avec les usager·ères, ce qui renforce à nouveau l'engagement des participant·es.

La création de prix littéraires locaux par les bibliothèques révèle par ailleurs une évolution du rôle de ces institutions. Elles ne se contentent plus de proposer des animations autour de prix existants, mais deviennent véritablement productrices d'événements culturels. Cette démarche témoigne d'une volonté d'ancrage territorial et de reconnaissance du rôle spécifique des bibliothèques dans l'écosystème culturel local.

L'aspect participatif des prix des lecteur·rices mérite une attention particulière. En donnant aux usager·ères la possibilité de voter, ces dispositifs transforment la réception littéraire en acte citoyen. Les participant·es ne sont plus seulement consommateur·rices de culture, mais deviennent acteur·rices de sa reconnaissance et de sa promotion. Cette dimension démocratique de la médiation par les prix littéraires s'inscrit parfaitement dans la mission de service public des bibliothèques.

La venue d'auteur·rices lors de ces événements constitue un moment privilégié de médiation directe et active. Ces rencontres permettent de créer un lien personnel – ou du moins de le simuler pour un temps donné – entre les lecteur·rices et les créateur·rices, démystifiant le processus de création littéraire et humanisant la relation à l'œuvre. Elles offrent également l'opportunité de questions-réponses qui peuvent éclairer certains aspects des textes et enrichir leur compréhension.

Cependant, Véronique Soulé³⁶ soulève quant à elle l'aspect obligatoire de la médiation autour des prix littéraires organisés en bibliothèque à destination d'élèves³⁷. En effet, le réel intérêt des participant·es est alors contestable quand il est scolaire et imposé. Cela interroge sur les leviers d'une médiation efficace : celle-ci peut-elle être contrainte, ou doit-elle nécessairement être libre et volontaire ?

³⁶ Institutrice puis bibliothécaire jeunesse à Bagneux, Véronique Soulé est désormais responsable du centre de ressources en Seine-Saint-Denis sur le livre de jeunesse. Elle est aussi rédactrice en chef de la Sélection annuelle de « Livres au trésor » et a publié plusieurs ouvrages et articles sur la littérature jeunesse.

³⁷ SOULÉ, Véronique, 2002. Les bibliothèques jeunesse et la création littéraire. [en ligne]. 1 janvier 2002. [Consulté le 29 octobre 2024]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2002-06-0035-005>.

Cette question soulevée par Véronique Soulé touche à l'un des paradoxes fondamentaux de la médiation culturelle. Si l'on admet que la motivation intrinsèque constitue le moteur principal de l'engagement dans la lecture, comment justifier l'efficacité des dispositifs contraignants ? Cette interrogation révèle la complexité de la relation entre prescription et liberté dans le domaine culturel.

L'aspect scolaire et obligatoire des prix littéraires soulève également des questions sur les finalités de ces dispositifs. S'agit-il prioritairement de faire lire, d'éduquer le goût littéraire, ou de créer du lien social autour de la lecture ? Selon l'objectif privilégié, l'évaluation de l'efficacité de ces actions peut varier considérablement. Il convient également de distinguer les effets à court terme, comme la lecture des ouvrages imposés, des effets à long terme, à l'image du développement d'une appétence durable pour la lecture.

Cette tension entre contrainte et liberté interroge plus largement sur les conditions d'une médiation réussie. Faut-il privilégier des dispositifs entièrement volontaires, au risque de ne toucher qu'un public déjà acquis à la lecture, ou accepter une part de contrainte pour élargir l'audience et potentiellement révéler des vocations de lecteur·rices ? Cette question n'admet probablement pas de réponse univoque et nécessite une adaptation aux contextes spécifiques et aux publics concernés.

La médiation par les prix littéraires en bibliothèque révèle ainsi toute la complexité et la richesse de la mission des professionnel·les de la lecture publique. Entre transmission culturelle, animation sociale et éducation populaire, ces dispositifs interrogent sur les finalités et les méthodes de la médiation littéraire. Leur succès dépend largement de la capacité des bibliothécaires à articuler exigence culturelle et accessibilité, prescription et liberté, dimension collective et parcours individuels.

LES PRIX LITTÉRAIRES EN BIBLIOTHÈQUES : ÉTAT DES LIEUX ET PRATIQUES

MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Questionnaire et entretiens : élaboration et objectifs

Afin de connaître les pratiques des professionnel·les de bibliothèques et de médiathèques municipales françaises en termes de prescription et de médiation, deux outils complémentaires ont été utilisés lors de l'élaboration de ce mémoire : un questionnaire en ligne³⁸, et une grille d'entretien semi-directif³⁹. Cette approche méthodologique mixte, qui combine des méthodes quantitatives et des méthodes qualitatives, permet à la fois de répondre à un souci de représentativité et d'exhaustivité, tout en palliant les limites inhérentes à chacune de ces approches.

D'un côté, le questionnaire permet un grand nombre d'envois et donc de réponses, offrant une somme conséquente de données exploitables et une vision d'ensemble des pratiques professionnelles. Cette approche quantitative constitue le socle empirique de l'étude, permettant d'identifier les tendances générales et de mesurer la fréquence des différentes pratiques observées. D'un autre côté, les entretiens permettent de mieux sélectionner les établissements pertinents et d'approfondir certains points, sans les restrictions du questionnaire. Cette dimension qualitative offre la possibilité de saisir les nuances, les motivations sous-jacentes et les logiques d'action des professionnel·les, enrichissant ainsi l'analyse par une compréhension plus fine des phénomènes étudiés.

Les objectifs derrière l'élaboration d'un questionnaire sont multiples, et ont conditionné sa mise en place ainsi que sa structure finale. Premièrement, souhaitant obtenir un certain nombre de réponses significatives et représentatives, il paraissait nécessaire de se cantonner à un questionnaire réduit et accessible, qui ne demanderait pas trop de temps aux répondant·es. Stratégiquement, une dizaine de questions représentait un nombre attractif et raisonnable, susceptible de pousser les

³⁸ Annexe 3.

³⁹ Annexe 4.

personnes ciblées à accepter de participer à cette enquête sans les décourager par une longueur excessive. Cette contrainte temporelle, bien que limitante, s'avère nécessaire pour garantir un taux de réponse satisfaisant et éviter les abandons en cours de questionnaire.

Dans un second temps, il fut nécessaire de déterminer avec précision les informations recherchées et de hiérarchiser les questions selon leur importance pour la problématique étudiée. Dans notre cas, il importait de mieux comprendre les pratiques d'acquisition des livres lauréats de prix littéraires, ainsi que les pratiques et les comportements récurrents des usager·ères de bibliothèques avec ces ouvrages distingués. Il nous paraissait aussi essentiel de faire en sorte de mieux appréhender l'usage des prix littéraires en tant qu'outils de médiation pour les bibliothécaires, ainsi que la réception de ces événements culturels dans les établissements de lecture publique. L'enjeu est de saisir les logiques professionnelles qui président aux choix d'acquisition et aux modalités de mise en valeur de ces ouvrages primés.

La question de l'intérêt de la création de prix littéraires par les bibliothèques elles-mêmes a également été soulevée afin de connaître l'avis des professionnel·les sur cette question émergente, ainsi que leurs arguments et leurs réticences à ce propos. Cette dimension prospective permet d'entrevoir les évolutions possibles du rôle des bibliothèques dans le paysage littéraire contemporain. Plus largement, nous avons cherché à observer les habitudes et les opinions des bibliothécaires en termes de prescription et de médiation autour des prix littéraires, ainsi que l'attitude du public face à ces différents dispositifs de valorisation et de recommandation. L'objectif est de cerner les représentations professionnelles de ces outils et leur efficacité en matière de médiation culturelle.

Pour créer ce questionnaire, nous avons privilégié Google Forms, une plateforme gratuite et plutôt modulable, offrant des fonctionnalités suffisantes pour les besoins de cette enquête. De plus, elle a l'avantage d'être connue du plus grand nombre, et donc d'inspirer confiance aux répondant·es, élément non négligeable dans un contexte où la méfiance vis-à-vis des enquêtes en ligne peut constituer un frein à la participation. Dans cette démarche, le questionnaire a été envoyé à 105 réseaux, bibliothèques ou médiathèques municipales, en fonction des contacts disponibles en ligne et de la diversité géographique recherchée. Cette sélection s'est appuyée sur les sites des mairies et des bibliothèques, en veillant à couvrir différents types de territoires (urbains, périurbains, ruraux) et différentes tailles

d'établissements. Sur ces 105 envois, 66 réponses ont été obtenues, soit un taux de réponse de 62,9%.

Ensuite, afin d'approfondir le sujet et de compléter l'approche quantitative, nous avons composé une grille d'entretien semi-directif. L'objectif principal est assez similaire à celui du questionnaire, et tourne également autour des pratiques d'acquisition et de médiation des professionnel·les, ainsi que sur la réception par le public. Cependant, contrairement aux réponses contraintes du questionnaire, ici le cœur de l'exercice est d'échanger avec des professionnel·les expérimenté·es tout en leur laissant l'espace nécessaire pour exprimer leurs propres remarques et observations. L'idée était de laisser les répondant·es développer leurs arguments et nuancer leurs propos.

Le déroulé d'entretien, tel que décrit dans la grille, permet d'obtenir les informations souhaitées de manière structurée, mais aussi de laisser plus de liberté et de spontanéité à l'interlocuteur·rice que dans un questionnaire aux questions cloisonnées et aux modalités de réponse prédéfinies. Clément Pin décrit ce processus de la manière suivante : « L'entretien vise à la fois à collecter des informations et à rendre compte de l'expérience de la personne et de sa vision du monde, dans une optique compréhensive »⁴⁰. Cette souplesse méthodologique autorise donc une plus large exploration du sujet en découvrant des pistes inattendues ou des éléments non anticipés lors de la construction de la grille. De plus, l'organisation d'entretiens suggère un ciblage plus précis des répondant·es et une approche plus adaptée à leur identité et à leur projet d'établissement ; cette stratégie permet de soumettre des questions plus poussées et techniques sur la médiation et l'organisation de prix⁴¹.

Critères de sélection des bibliothèques et terrain d'étude

Une fois les deux outils créés, une autre étape clé intervient dans ce processus de recherche : le choix raisonné des bibliothèques et des médiathèques à qui envoyer le questionnaire, et à qui demander un entretien. Cette sélection obéit à des logiques

⁴⁰ PIN, Clément, 2023. L'entretien semi-directif. LIEPP Methods Brief / Fiches méthodologiques du LIEPP [en ligne]. 3 mai 2023. [Consulté le 8 août 2025]. Disponible à l'adresse : <https://sciencespo.hal.science/hal-04087897>

⁴¹ À noter que les entretiens menés n'ont eu lieu qu'avec des bibliothécaires ayant des connaissances approfondies et de l'expérience significative dans le domaine des prix littéraires.

différentes selon l'outil considéré, en cohérence avec les objectifs spécifiques de chaque méthode comme explicité plus tôt.

Pour le questionnaire, aucune distinction n'a été faite : tous types de médiathèques et de bibliothèques municipales ont été visés, l'objectif étant d'obtenir des réponses larges et diversifiées, venant à la fois de grands réseaux et de petites bibliothèques rurales. Cette diversité est essentielle pour saisir la variété des contextes professionnels et des contraintes organisationnelles qui pèsent sur les pratiques de médiation au sein de chaque structure. Pour illustrer cette hétérogénéité de pratiques et d'établissements, plusieurs bibliothèques du réseau lyonnais ou du réseau grenoblois ont répondu, tout comme la bibliothèque de Vaires-sur-Marne (77 360), commune d'environ 13 000 habitant·es. Cette représentativité territoriale et démographique permet d'avoir un aperçu contrasté des pratiques de gros établissements dotés de moyens conséquents comme de structures plus modestes aux ressources limitées.

En revanche, les bibliothèques choisies dans le cadre des entretiens semi-directifs ont été sélectionnées avec soin, selon des critères préalablement définis. Pour garantir la pertinence de la rencontre, une liste d'établissements a été établie : le prérequis principal étant que ces médiathèques relaient activement un prix littéraire précis, qu'elles l'aient créé de toutes pièces ou qu'elles participent à un dispositif déjà existant. Cette exigence de spécialisation permet d'éviter les entretiens peu productifs avec des professionnel·les non familier·ères de ces problématiques.

L'objectif derrière ces entretiens réside dans le fait de discuter de prix littéraires et de médiation avec des bibliothécaires conscient·es de ce que ce type de projets représente en termes d'investissement et de participation du public, mais aussi de pouvoir entrer dans des détails plus logistiques, techniques et factuels. Par leur expérience pratique et leur recul critique, ces professionnel·les peuvent nous donner un ordre d'idée du fonctionnement concret et du succès relatif de ces événements en bibliothèques (et des différentes stratégies de médiation appliquées), ainsi que des difficultés rencontrées et des ajustements nécessaires.

Le choix des personnes avec qui s'entretenir de vive voix a été fait en cohérence avec le besoin de recueillir des retours d'expérience différents et complémentaires, issus de structures aux profils variés et aux contextes

organisationnels distincts. Les quatre professionnel·les travaillant pour des établissements – ou réseaux – rentrant dans ces critères de sélection et ayant répondu favorablement à ma demande d’entretien occupent les fonctions suivantes :

- Agent du patrimoine à la médiathèque municipale de Dissay (86130) dans la Vienne ;
- Directrice de la médiathèque municipale d’Elbeuf (76231) en Seine-Maritime ;
- Assistant de conservation de la bibliothèque du 5^e arrondissement « Palais Saint-Jean » de Lyon (69005) dans le Rhône ;
- Adjoint du patrimoine des bibliothèques du réseau intercommunal de Val de Sully dans le Loiret.

Ces profils institutionnels sont assez variés et représentatifs de la diversité du paysage français, avec deux médiathèques de villes relativement petites (entre 3 000 et 17 000 habitant·es), une bibliothèque d’une grande métropole, et un réseau intercommunal de bibliothèques rurales. Cette diversité géographique et démographique permet de saisir l’influence du contexte local sur les pratiques professionnelles. Parmi ces structures, on observe quatre profils déployant des stratégies différentes :

- La médiathèque municipale de Dissay organise son propre prix littéraire, le prix des lecteurs Noir Dissay, dans le cadre d’un festival culturel, le Noir Dissay Festival Polar, organisé annuellement au sein de la ville ;
- La médiathèque municipale d’Elbeuf relaie le prix des lecteurs en Seine organisé par une association locale partenaire, l’association Lire en Seine ;
- La médiathèque 5^e arrondissement « Palais Saint-Jean » utilise le prix Lire pour Agir, organisé par une association locale qui tient également une médiathèque, la Maison de l’Environnement ;
- Les bibliothèques du réseau intercommunal du Val de Sully organisent leur propre prix au sein de leur réseau intercommunal, en impliquant plusieurs établissements partenaires.

Chacun de ces établissements a donc une utilisation et une perception différentes des prix littéraires comme outils de médiation, ce qui permet d’avoir une vision assez large et nuancée des pratiques concrètes et des modes d’appropriation

variés des prix littéraires en tant qu'outils par les établissements de lecture publique. Les résultats de ces entretiens pourraient également nous aiguiller pour comprendre les pratiques les plus efficaces auprès des publics des bibliothèques.

Méthode d'analyse des données

En ce qui concerne le questionnaire, une fois les données collectées via la plateforme Google Forms, elles ont été exportées sous forme de tableur pour plus de lisibilité et pour faciliter les traitements statistiques. Google Forms permet, en outre d'obtenir un calcul statistique pour les questions fermées, voire de générer des graphiques et des pourcentages directement exploitables. Cependant, pour les questions ouvertes, un traitement manuel et approfondi fut nécessaire afin d'extraire des tendances significatives de la diversité des réponses textuelles.

Dans un premier temps, chaque argument ou élément de réponse a manuellement été identifié puis placé dans un tableur en précisant son nombre d'occurrences. Cette phase de traitement, bien que chronophage, s'avère indispensable pour transformer des données qualitatives en éléments quantifiables. Cette stratégie nous a permis de produire des statistiques plus lisibles et exploitables pour chacune des questions ouvertes, en identifiant les réponses les plus fréquentes et en mesurant le poids relatif de chaque argument avancé par les répondant·es. Une attention particulière a été portée à la neutralité de cette opération, en évitant d'interpréter ou de déformer les propos des répondant·es.

Dans une autre perspective, l'analyse ultérieure des entretiens nécessitait une approche plus globale et qualitative afin de conserver la richesse et la précision des réponses. Chaque entretien ad'abord été intégralement retranscrit, puis analysé selon la grille de questionnaire structurée autour des grands thèmes de ce travail de recherche. Cette analyse s'est attachée à identifier les récurrences, les contradictions et les spécificités de chaque établissement, tout en cherchant à dégager des logiques transversales et une typologie des pratiques.

Limites méthodologiques et précautions d'interprétation

Quelques précautions d'interprétation sont cependant à prendre. Tout d'abord, les différent·es bibliothécaires rencontré·es lors d'entretiens travaillent tous·tes sur les prix littéraires dans leur établissement, iels sont donc pour beaucoup

convaincu·es de l'intérêt de tels projets, qui existent parfois grâce à leur initiative. De même, le nombre d'entretiens réalisés est assez retreint, notamment car les critères restrictifs diminuent grandement le nombre d'établissements pertinents, et que parmi les bibliothèques restantes, toutes ne souhaitaient pas communiquer sur le sujet. C'est notamment pour cette raison que le questionnaire a un grand intérêt : il est anonyme, et tous les répondant·es n'ont pas nécessairement un lien particulier avec le domaine des prix littéraires. De même, le plus grand nombre de réponses permet une plus grande compréhension globale des pratiques professionnelles.

Les résultats obtenus nécessitent un effort de nuance et de contextualisation, la France comportant plus de 15 500 bibliothèques selon les derniers chiffres officiels⁴². Dans ce contexte, une somme de 66 réponses demeure un chiffre qui ne peut prétendre à l'exhaustivité statistique, mais qui donne néanmoins un aperçu significatif des tendances professionnelles dominantes, mais aussi des pratiques émergentes. Ce taux de réponse demeure donc relativement représentatif de la diversité des situations professionnelles et régionales.

Les quatre entretiens réalisés n'ont quant à eux pas vocation à comprendre les pratiques de l'ensemble des bibliothécaires en charge de prix littéraires à l'échelle nationale, mais bien de percevoir la diversité de ce qui peut exister : comment s'organisent concrètement de tels prix ? et comment sont-ils reçus par les publics concernés ? Ces entretiens visent donc à illustrer et à approfondir les tendances identifiées par le questionnaire, en apportant un éclairage qualitatif sur les logiques d'action et les contraintes pratiques qui pèsent sur ces initiatives culturelles.

PANORAMA DES PRIX ORGANISES PAR LES BIBLIOTHEQUES EN 2025

Typologie et modalités d'organisation

Si les bibliothèques s'approprient les prix littéraires créés par d'autres institutions, il leur arrive également de créer leur propre prix. Pour effectuer ce repérage, deux méthodes principales ont été utilisées : recherche dans un moteur de recherche, et recherche sur Europresse pour repérer les articles de presse traitant du

⁴² Selon les statistiques publiées sur le site du [ministère de la Culture](https://www.culture.gouv.fr/).

sujet. Ce repérage n'est pas exhaustif, mais permet d'observer les différentes modalités des prix qui existent aujourd'hui en médiathèque. Nous pouvons par exemple penser au prix littéraire des lectrices et des lecteurs des bibliothèques de la Ville de Paris, initiative des établissements de lecture publique de la capitale française, qui témoigne d'une volonté répandue de s'emparer pleinement de cet outil de médiation. Cette appropriation s'inscrit dans une démarche plus large de diversification des services proposés aux usager·ères et de renouvellement des pratiques de médiation culturelle.

Comme tous les prix littéraires, ceux-ci s'appuient sur une organisation propre, qui reprend les mêmes grands points qu'évoqués précédemment. Cependant, certains fonctionnements semblent plus récurrents que d'autres, et peuvent être expliqués par les différentes motivations derrière l'organisation d'un tel projet. Ces spécificités organisationnelles révèlent souvent les priorités et les contraintes particulières auxquelles font face les bibliothèques dans leur mission de service public.

En effet, l'article premier de la Loi Robert définit le rôle d'une médiathèque de la manière suivante : « Les bibliothèques des collectivités territoriales ou de leurs groupements ont pour missions de garantir l'égal accès de tous à la culture, à l'information, à l'éducation, à la recherche, aux savoirs et aux loisirs ainsi que de favoriser le développement de la lecture. »⁴³. De fait, les prix littéraires créés par ces établissements cherchent à atteindre ces différents objectifs. Cette dimension de service public imprime une coloration particulière à ces prix, qui se distinguent ainsi des récompenses organisées par d'autres acteurs du monde du livre, qu'ils soient institutionnels, associatifs ou commerciaux.

L'inclusion du public dans le déroulé du prix a nécessairement une importance plus grande que pour d'autres, l'objectif étant d'amener le public vers la lecture. Cette priorité accordée à la participation citoyenne transforme fondamentalement la nature même du prix, qui devient moins un outil de reconnaissance professionnelle qu'un vecteur d'engagement et de démocratisation culturelle. Les bibliothèques cherchent ainsi à créer une dynamique collective autour de la lecture, transformant l'acte solitaire de lire en une expérience partagée et communautaire à travers la création d'un évènement précis.

⁴³ Selon le site [Légifrance](https://www.legifrance.gouv.fr/), la Loi Robert a vocation à « définir les bibliothèques et leurs principes fondamentaux ».

Aujourd'hui, certaines bibliothèques s'emparent de cet outil qui offre au public une activité à long terme. On pourrait synthétiser la progression linéaire d'un prix littéraire organisé par un établissement de lecture publique de la manière suivante :

1. Présentation du prix ;
2. Lecture et vote ;
3. Éventuellement des étapes intermédiaires (par exemple lors de clubs de lecture) ;
4. L'annonce de l'ouvrage gagnant (parfois accompagnée d'une remise de prix).

Cette structuration temporelle étalée présente l'avantage de maintenir un lien régulier avec les usager·ères sur plusieurs mois, créant une forme de fidélisation et d'engagement qui dépasse largement le cadre habituel des animations ponctuelles.

La phase de présentation revêt une importance particulière : elle constitue le moment durant lequel les bibliothécaires peuvent exercer pleinement leur rôle de médiateur·rices en contextualisant les œuvres sélectionnées, en présentant les auteur·rices et en suscitant l'intérêt du public. Cette étape permet également de poser les règles du jeu et d'expliquer les modalités pratiques de participation, c'est-à-dire des éléments cruciaux pour assurer l'adhésion des usager·ères au projet.

Derrière ces différentes étapes, visibles par le public, se cachent comme pour tout prix de nombreuses heures de préparation. Cette charge de travail, souvent invisible, comprend la veille éditoriale, la lecture des ouvrages pressentis, la coordination avec les partenaires, la communication, et bien sûr l'organisation logistique des différents événements. Les bibliothécaires doivent jongler entre leurs missions habituelles et cette surcharge temporaire, ce qui explique en partie pourquoi certains établissements cherchent à mettre en œuvre des modalités d'organisation permettant de partager cette charge. L'organisation d'un prix littéraire peut avoir des répercussions au niveau des ressources humaines : afin d'avoir une organisation rigoureuse, il est possible d'ajouter à la fiche mission d'une ou plusieurs personnes un nombre d'heures à attribuer au projet.

Certaines bibliothèques se délestent d'une part de la charge de sélection des ouvrages en l'incluant dans leurs rendez-vous réguliers, comme des cercles de lecture. C'est le cas de la bibliothèque municipale de Tournon-sur-Rhône : le Prix

des lecteurs de la bibliothèque propose une sélection de 6 romans, réalisée par les membres des « Rencontre(s) Lecture(s) »⁴⁴, une animation mensuelle. Cette mutualisation des tâches s'inscrit dans une logique de co-construction des services, où les usager·ères deviennent véritablement parties prenantes de l'offre culturelle de leur bibliothèque. D'après un ouvrage publié aux Presses de l'ENSSIB par un collectif sous la direction de Raphaëlle Bats, les bibliothèques n'entreraient dans leur « rôle institutionnel » qu'en accueillant les connaissances et capacités de non-expert·es⁴⁵. C'est dans cette démarche que semble s'inscrire la bibliothèque municipale de Tournon-sur-Rhône.

Une partie de la charge de travail est donc déléguée à un regroupement d'usager·ères. Intégrer cette étape de l'organisation d'un prix littéraire comme outil de médiation remplit un double objectif : celui du gain de temps, mais aussi celui d'une médiation efficace. Cette approche collaborative présente l'avantage de répartir les responsabilités tout en créant un sentiment d'appartenance chez les participant·es. Les usager·ères impliqués dans la sélection deviennent naturellement des ambassadeur·rices du prix auprès de leurs pairs, démultipliant ainsi l'impact de la communication.

En effet, permettre aux usager·ères d'impacter le reste de la programmation de l'établissement est un bon moyen de les mobiliser et de les pousser à s'impliquer – et à lire. Cette démarche participative s'inscrit dans une évolution plus large des pratiques des bibliothécaires, qui tendent vers une conception plus horizontale et collaborative du service public. Elle répond également aux attentes contemporaines d'une société civile qui souhaite être davantage associée aux décisions qui la concernent. Donner plus de pouvoir aux lecteur·rices permettrait une transformation du pouvoir politique, ce qui dans les bibliothèques se traduirait notamment par la possibilité pour chacun·e de pouvoir débattre et se faire entendre⁴⁶.

Cependant, toutes les bibliothèques ne recourent pas à ce processus, et beaucoup continuent de réserver la sélection des ouvrages aux professionnel·les de la littérature et de la documentation. Cette approche plus traditionnelle peut se

⁴⁴ Rencontre(s) Lecture(s). [en ligne]. [Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.bibliotheque-tournon.com/Default/doc/AGENDA/4/rencontre-s-lecture-s>

⁴⁵ BATS, Raphaëlle, 2019. Construire des pratiques participatives dans les bibliothèques. Presses de l'enssib. ISBN 978-2-37546-069-6.

⁴⁶ Ibid.

justifier par plusieurs considérations : la volonté de maintenir un niveau d'exigence éditorial, la nécessité de respecter certaines contraintes budgétaires ou logistiques, ou encore le souhait de préserver l'expertise professionnelle des bibliothécaires dans le domaine de la prescription culturelle.

Pour le Prix des lecteurs du Var, ce sont les agent·es de la médiathèque départementale qui réalisent la sélection des 9 ouvrages qui concourent (réparties en trois catégories : « roman adulte », « album jeunesse » et « bande dessinée »)⁴⁷. Cette approche permet de garantir une certaine cohérence éditoriale et de s'assurer que les ouvrages sélectionnés correspondent aux critères de qualité définis par l'institution. Elle témoigne également de la volonté de maintenir un équilibre entre les différents publics et les différents genres littéraires.

La structuration en catégories, comme c'est le cas pour ce prix varois, révèle une préoccupation importante des bibliothèques : celle de ne pas limiter leur action à un seul public ou à un seul type d'œuvres. Cette segmentation permet de toucher un public plus large et de valoriser la diversité des collections, de la littérature adulte aux albums jeunesse en passant par la bande dessinée, médium désormais pleinement reconnu dans le paysage littéraire contemporain. D'un autre point de vue, se spécialiser dans un seul format et/ou genre permet de proposer un prix plus spécialisé, qui fera découvrir de nouvelles choses aux lecteur·rices qui ne s'y intéressent peut-être pas habituellement, tout en attirant un public de connaisseurs.

Pour un grand nombre de bibliothécaires, il semble que conserver un rôle de prescripteur·rice reste important : bien que permettre aux usager·ères de participer à la sélection puisse être une bonne chose, redonner aux bibliothécaires leur rôle de conseiller·ère est également au centre de la création de prix littéraires. Cette tension entre participation citoyenne et expertise professionnelle traverse de nombreux débats dans le monde des bibliothèques (nous pouvons par exemple penser à la possibilité d'acquérir ou non un ouvrage demandé par un·e usager·ère), et les prix littéraires constituent un terrain d'expérimentation privilégié pour explorer ces questions.

La prescription professionnelle s'appuie sur une formation spécialisée, une connaissance approfondie des collections et des publics, ainsi qu'une veille

⁴⁷ Le prix des lecteurs du Var. Département du Var [en ligne]. [Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://var.fr/le-prix-des-lecteurs-du-var>

éditoriale constante. Elle permet de proposer des œuvres qui, sans nécessairement correspondre aux goûts immédiats du public, peuvent ouvrir de nouveaux horizons de lecture et contribuer à l'élargissement des pratiques culturelles. Cette dimension éducative et d'ouverture reste au cœur de la mission des bibliothèques publiques.

Une fois les ouvrages sélectionnés, différentes animations peuvent être mises en place : cela coïncide avec la mission d'accès aux loisirs des établissements de lecture publique. Ces animations constituent souvent l'aspect le plus visible et le plus attractif du prix pour les usager·ères. Elles permettent de créer une dynamique collective autour de la sélection et de transformer l'expérience de lecture individuelle en un moment de partage et d'échange.

Parmi les animations les plus récurrentes, nous retrouvons les rencontres avec les auteur·rices et les clubs de lectures. Les rencontres d'auteur·rices représentent un moment privilégié qui permet aux lecteur·rices de découvrir la personne derrière l'œuvre, de comprendre sa démarche créative et d'échanger directement avec elle. Ces rencontres, souvent très appréciées du public, nécessitent cependant une organisation logistique complexe et un budget parfois conséquent, ce qui explique qu'elles ne soient pas systématiquement proposées par tous les établissements.

Par exemple, durant le prix Noir Dissay, tous les auteur·rices en lice sont présents lors du festival durant lequel se tient la cérémonie de clôture. Lors de l'entretien réalisé auprès d'un professionnel de la médiathèque municipale de la ville, il nous est précisé qu'il s'agit toujours d'un moment très intéressant pour les lecteur·rices comme pour les auteur·rices qui rencontrent beaucoup de personnes ayant déjà lu leur livre, contrairement à beaucoup d'autres festivals où les visiteur·ses viennent plutôt découvrir l'ouvrage pour la première fois. Les discussions sont donc particulièrement riches, d'un côté comme de l'autre.

Les clubs de lecture, quant à eux, offrent un cadre plus intime et plus régulier pour échanger autour des œuvres en lice. Ils permettent d'approfondir la réflexion sur les textes, de confronter les points de vue et de développer l'esprit critique des participant·es. Ces moments d'échange constituent souvent le cœur vivant du prix, créant une communauté de lecteur·rices qui se retrouve régulièrement pour partager leurs impressions et leurs découvertes.

La phase de vote est également lancée : dans la grande majorité des cas, ce sont les usager·ères qui empruntent et élisent leur ouvrage préféré. Cette modalité

démocratique est cohérente avec la mission d'accessibilité des bibliothèques et permet de légitimer le résultat auprès du public. Elle présente également l'avantage de maintenir l'engagement des participant·es jusqu'au bout du processus, chacun ayant la possibilité d'influencer le résultat final.

C'est le cas par exemple du Prix 1001 feuilles noires de la bibliothèque municipale de Lamballe-Armor, ou du prix Du vent dans les BD, porté par un grand nombre de médiathèques dans le Finistère. Ces exemples démontrent la diversité des approches possibles, tant du point de vue thématique que géographique. Le Prix 1001 feuilles noires, centré sur le polar, témoigne de la volonté de valoriser des genres parfois considérés comme mineurs, tandis que le prix Du vent dans les BD s'inscrit dans la reconnaissance de la bande dessinée comme un art à part entière⁴⁸. À noter que cette reconnaissance n'est pas encore totalement acquise, et que la bande dessinée conserve un « statut d'art populaire et mineur »⁴⁹.

La dimension collaborative du prix Du vent dans les BD illustre également une tendance importante : celle de la mutualisation des moyens et des compétences entre établissements. Cette approche intercommunale ou interdépartementale permet de créer des événements d'envergure qui dépassent les capacités d'une seule bibliothèque, tout en renforçant la cohésion professionnelle et la visibilité de l'action des bibliothèques sur le territoire.

Le prix de la BnF fait exception : le ou la lauréat·e est désigné·e par un jury de 10 personnes, dirigé par le ou la directeur·rice de l'institution. Cette modalité différente s'explique par le statut particulier de la Bibliothèque nationale de France, institution patrimoniale majeure dont la mission dépasse largement celle des bibliothèques territoriales. Le recours à un jury d'expert·es permet de maintenir un niveau d'exigence élevé et de conférer au prix une légitimité particulière dans le monde littéraire et éditorial.

Une fois la période de vote terminée et le lauréat ou la lauréate choisi·e, une cérémonie de clôture est généralement organisée. Celle-ci se déroule parfois en présence des auteur·rices participant·es, souvent de l'auteur·rice ayant remporté le prix. Plusieurs prix littéraires organisés par des bibliothèques le sont dans le cadre

⁴⁸ On parle souvent du « neuvième art » pour désigner la bande dessinée.

⁴⁹ MÉON, Jean-Matthieu, 2015. Bande dessinée : une légitimité sous conditions. Informations sociales. 2015. Vol. 190, n° 4, pp. 84-91. DOI 10.3917/inso.190.0084.

plus large de festivals locaux, la clôture du prix a alors souvent lieu durant l'évènement. C'est le cas du prix des lecteurs Noir Dissay présenté plus tôt. Ce festival propose une programmation variée, allant de conférences à des ateliers scientifiques. Parmi ces différentes animations, des dédicaces avec les auteur·rices du prix, et la remise du prix. Ce type d'évènements plus large permet aux prix littéraires organisés par les bibliothèques d'obtenir une publicité plus large, le festival attirant un public vaste, qui n'est pas nécessairement celui des bibliothèques.

Profiter des festivals locaux pour l'organisation de prix littéraires en bibliothèque paraît une idée assez enrichissante. Par la pluralité d'acteurs engagés dans ce type d'évènement, et les financements possibles, les prix littéraires bénéficient d'un soutien plus important, et d'une écoute plus vaste.

Ces différents exemples soulignent la diversité des approches possibles et rappellent que les modalités d'organisation d'un prix littéraire doivent être adaptées aux spécificités de chaque établissement, à ses publics, à ses moyens et à ses objectifs. Il n'existe pas de modèle unique, mais plutôt une palette de solutions qui peuvent être combinées et adaptées selon les contextes locaux et les ambitions portées par chaque équipe.

Stratégies de communication

Dans le cadre de chaque prix littéraire, la communication occupe un rôle clé et déterminant. Afin de faire connaître le prix et de le faire vivre auprès du public, il est nécessaire de leur faire découvrir le projet dans toute sa dimension culturelle et littéraire. Cette démarche communicationnelle s'avère d'autant plus cruciale que l'écosystème des prix littéraires français est bien plus compétitif qu'il n'y paraît, avec une hiérarchie selon le prestige social attribué à chaque concours. Les grands prix littéraires d'autonomie par exemple, véritables institutions du paysage littéraire français, n'ont plus besoin de se faire un nom puisqu'ils sont déjà reconnus et attendus par tous les acteurs du milieu du livre : éditeur·rices, libraires, critiques et lecteur·rices averti·es. Malgré tout, ils occupent une place médiatique importante, notamment dans la presse où sont annoncés les ouvrages en lice, mais aussi l'identité du vainqueur. On pourrait par exemple citer le lauréat du prix Goncourt 2024, Kamel Daoud, qui a eu le droit à des articles dans des magazines et des journaux de renom

tels que [*Vogue*](#) ou [*Le Figaro*](#), témoignant de l'ampleur médiatique que peuvent atteindre ces récompenses littéraires prestigieuses.

Cependant, seuls les prix les plus réputés bénéficient de cette visibilité médiatique : pour les prix littéraires organisés par des bibliothèques par exemple, la communication est bien plus restreinte et les défis communicationnels s'avèrent considérablement plus complexes. Ces prix, bien qu'animés par une volonté sincère de promotion de la lecture et de démocratisation culturelle, peinent à trouver leur place dans l'environnement médiatique. Nous pouvons dès lors nous questionner sur les différentes manières qu'utilisent les professionnel·les à l'origine de ces concours pour attirer l'attention sur leur projet et parvenir à susciter un intérêt auprès de leurs publics potentiels.

Pour mieux comprendre les différents leviers communicationnels utilisés par les bibliothèques dans le cadre de leurs prix littéraires, nous nous intéresserons à différents supports dématérialisés, comme les réseaux sociaux, les sites web ou encore la presse en ligne. Cette approche méthodologique se justifie par l'accessibilité de ces données et la possibilité de s'en servir pour mener une analyse comparative. Des supports physiques sont également utilisés par les professionnel·les, comme des affiches ou des flyers disposés dans les espaces des bibliothèques, mais ces derniers sont plus difficilement observables à distance et échappent souvent à une analyse systématique. Nous nous concentrerons donc ici sur l'étude de la communication en ligne, tout en gardant à l'esprit que celle-ci ne représente qu'une partie de l'arsenal communicationnel déployé par les établissements.

Un des supports sur lesquels nous retrouvons presque systématiquement les informations relatives aux prix littéraires est le portail en ligne des établissements. En effet, la page web d'une bibliothèque regorge d'informations concernant non seulement son fonds documentaire, mais aussi sa programmation culturelle dans son ensemble. La plupart des établissements ont d'ailleurs développé un onglet « Agenda » ou « Actualités », permettant de centraliser toutes les informations clés concernant la programmation culturelle à venir. C'est précisément dans cet espace numérique que sont annoncés les différents clubs de lecture, les rencontres avec les auteurs, les tables rondes et autres événements ayant un lien direct ou indirect avec le prix littéraire organisé ou relayé.

Sur le site des bibliothèques de Nantes, l'agenda des animations de juillet à septembre 2025, qui existe également sous format papier dans les établissements, est téléchargeable en ligne sous forme de document PDF. À l'examen de ce document, plusieurs informations concernant les prix littéraires sont particulièrement révélatrices des stratégies adoptées. Les bibliothèques de Nantes ont développé leur propre prix, le Prix Bermond-Boquié, qui constitue un élément identitaire fort de leur programmation. Ce prix est évoqué dès la première page de l'agenda⁵⁰ afin de préciser aux usager·ères que les participant·es aux clubs de lecture « Jeunesse » participent également au prix, et qu'ils pourront à cette occasion exercer leur rôle de « lecteur·rices-juré·es » en votant pour leur roman préféré parmi la sélection proposée. Un autre prix est mentionné à plusieurs reprises dans cette programmation : le Prix du Roman Cezam⁵¹. Il a pour vocation de faire lire le plus grand nombre, notamment au sein d'entreprises, et s'associe stratégiquement à des médiathèques et des librairies pour élargir son rayonnement. Les bibliothèques et médiathèques du réseau nantais prévoient différents événements autour de ce prix : rencontres avec des auteur·rices de la sélection, rencontres entre les lecteur·rices qui participent, discussions littéraires animées par les bibliothécaires... Tout est inscrit sur cet agenda en ligne, consultable par n'importe quel·le usager·ère disposant d'un accès internet.

Cet outil de communication présente l'avantage indéniable de regrouper de manière cohérente et organisée toutes les animations à venir dans les différents établissements du réseau : toute personne cherchant activement à s'inscrire dans la vie culturelle de sa ville peut aisément s'y intéresser et découvrir l'existence et les modalités de participation aux prix littéraires proposés. Cette centralisation de l'information facilite grandement la planification pour les usager·ères motivé·es et contribue à créer une vision d'ensemble de l'offre culturelle territoriale. Cependant, cette stratégie présente des limites manifestes. La grande quantité d'événements compilés dans ces documents peut rapidement submerger les informations spécifiques aux prix littéraires, et potentiellement décourager les usager·ères moins déterminé·es de lire l'intégralité du document, souvent dense. De plus, et c'est là une limite structurelle majeure, seul un public sûrement déjà convaincu et

⁵⁰ Annexe 5.

⁵¹ Annexe 6.

régulièrement actif en bibliothèque ira spontanément consulter ce type de document. Cette approche ne permet donc pas d'atteindre efficacement un nouveau public, celui précisément que les bibliothèques cherchent souvent à conquérir dans le cadre de leurs missions de démocratisation culturelle.

Une autre méthode de communication de plus en plus usitée par les établissements pour promouvoir leurs prix littéraires consiste en l'utilisation stratégique des réseaux sociaux. Prenons l'exemple particulièrement instructif du Prix des lectrices et des lecteurs des bibliothèques de la Ville de Paris, qui déploie une stratégie de communication sur plusieurs plateformes, dont Instagram, Facebook et LinkedIn. Cette approche multi-plateforme témoigne d'une volonté de toucher différents segments de public selon leurs habitudes de consommation numérique. Le compte @bibliotheques.paris sur Instagram, qui constitue une des vitrines numériques les plus dynamiques du réseau parisien, communique de manière relativement soutenue sur son prix littéraire grâce à ce réseau social particulièrement prisé des jeunes adultes. Entre le 12 décembre 2024 et le 12 février 2025, ce sont 4 publications Instagram⁵² qui ont été publiées spécifiquement concernant ce prix littéraire, témoignant d'un effort de communication régulier et planifié.

Une charte graphique précise et professionnelle est utilisée de manière systématique pour chacun des posts dédiés au prix, les rendant particulièrement identifiables et reconnaissables pour le public habitué du compte. Cette cohérence visuelle contribue à créer une identité forte autour du prix et facilite sa mémorisation par les abonné·es. Ces quatre publications stratégiquement espacées sont :

- Une photo d'annonce de la sélection le 12 décembre, marquant le lancement officiel du prix ;
- Une vidéo de rappel de la sélection un mois plus tard, le 17 janvier, destinée à relancer l'intérêt ;
- Une photo d'annonce des différentes rencontres avec les auteur·rices à venir le 31 janvier, présentant les événements autour du prix ;
- Une photo récapitulative qui revient sur différents interviews des auteur·rices en lice pour le prix le 12 février, maintenant l'engagement.

⁵² Annexe 7.

Ce que nous pouvons observer à propos de ces différentes publications révèle un fonctionnement aux résultats pour le moins mitigés : le compte Instagram des bibliothèques parisiennes compte certes plus de 8 300 abonné·es, chiffre non négligeable pour un réseau de bibliothèques, mais les différentes photos et vidéos relatives au prix génèrent seulement entre 44 et 102 likes. Cette disparité entre le nombre d'abonné·es et l'engagement observé sur les contenus liés au prix littéraire interroge sur l'efficacité réelle de cette stratégie de communication.

Sur LinkedIn, réseau social professionnel qui pourrait potentiellement toucher un public de prescripteur·rices culturel·les et de professionnel·les du livre, les publications directes sont encore moins nombreuses : aucune publication originale de la part du compte des bibliothèques de Paris, mais seulement deux partages de publications initialement mises en ligne par Nina Bitoun, employée par la Direction des affaires culturelles de la Ville de Paris. Ces partages portent sur le lancement du prix et sur la cérémonie de clôture, et ont respectivement suscité 77 et 40 réactions. S'agissant d'un réseau social professionnel aux codes différents, le nombre plus faible de réactions semble cohérent avec les usages de la plateforme, cependant encore une fois, à l'échelle considérable du réseau de bibliothèques de Paris et de son influence potentielle, ces chiffres restent assez faibles et questionnent l'impact réel de cette présence numérique.

Finalement, le compte Facebook du réseau de bibliothèques de Paris, bien qu'il publie du contenu de manière assez régulière sur diverses thématiques, génère un nombre de réactions drastiquement moins important concernant les contenus liés au prix littéraire, oscillant entre 2 et 13 interactions seulement par publication. Cette faiblesse des interactions sur Facebook peut s'expliquer par l'évolution des usages de ce réseau social, de plus en plus délaissé par les jeunes générations au profit d'autres plateformes comme Instagram et X (anciennement Twitter).

Au regard de ces différents exemples, les réseaux sociaux ne semblent pas constituer un canal particulièrement efficace de communication autour des prix littéraires en bibliothèques, le public paraissant assez peu présent, voire désintéressé vis-à-vis de ces contenus spécifiques. Cette situation peut s'expliquer par plusieurs facteurs : la concurrence accrue sur ces plateformes, la difficulté à créer un contenu suffisamment attractif pour se démarquer, ou encore le décalage entre les publics présents sur ces réseaux et ceux naturellement intéressés par les prix littéraires. Cela est également confirmé dans un chapitre écrit par Louis Wiart de l'ouvrage

Connaître et valoriser la création littéraire numérique en bibliothèque, qui qualifie les retours du public des bibliothèques sur les réseaux sociaux comme « plutôt modestes »⁵³.

Enfin, la presse locale constitue également un relais d'information potentiellement précieux pour communiquer efficacement sur les prix littéraires, bien que son utilisation révèle des disparités importantes selon l'ampleur et la notoriété du prix concerné. Penchons-nous sur l'exemple révélateur du « Prix des lecteurs de Saint-Grégoire », organisé par l'association « Lire à Saint-Grégoire » en partenariat avec la médiathèque de cette commune d'environ 10 000 habitant·es située en périphérie de Rennes.

L'exemple d'un prix à plus petite échelle, ancré dans un territoire spécifique, permet de constater concrètement le niveau d'implication relativement limité de journaux et magazines, même locaux, pour ce type d'évènement culturel qui n'obtiendra jamais de publicité significative de la part des grands noms de la presse nationale. En effectuant des recherches approfondies dans la presse en ligne et les archives numériques disponibles, nous ne trouvons que peu de traces médiatiques de ce prix pourtant bien installé : un seul site d'actualités revient dessus de manière substantielle, et à l'occasion de plusieurs éditions du prix, il s'agit de Ouest France, quotidien régional de référence. Cette couverture médiatique sporadique et limitée témoigne néanmoins des difficultés rencontrées par les prix littéraires de proximité pour accéder à une visibilité médiatique, même locale. Cela peut s'expliquer par plusieurs facteurs : tout d'abord, le grand nombre de prix littéraires peut être dissuasif pour la presse, qui ne peut pas parler de chaque prix existant, encore moins de ceux qui ne sont pas particulièrement reconnus. Notons également que les plus petites bibliothèques n'ont que rarement quelqu'un de formé aux méthodes de communication au sein de leur équipe.

Si nous reprenons l'exemple du « Prix des lectrices et des lecteurs » des bibliothèques de la Ville de Paris pour établir une comparaison, nous constatons qu'il a bénéficié d'une présentation en 2024 dans *ActuaLitté*, journal en ligne spécialisé qui traite exclusivement de sujets portant sur l'univers du livre, de l'édition et de la lecture. Cette différence de traitement médiatique illustre de

⁵³ COLLECTIF, 2019. *Connaître et valoriser la création littéraire numérique en bibliothèque*. Presses de l'enssib. ISBN 978-2-37546-105-1.

manière assez évidente le fait que l'apparition des prix littéraires organisés par les bibliothèques dans la presse demeure étroitement conditionnée par leur ampleur géographique, leur budget de communication et leur popularité préexistante. Gardons cependant aussi à l'esprit que les apparitions du prix parisien dans la presse restent malgré tout assez limitées au regard de l'envergure de la capitale.

Cette situation crée un véritable cercle vicieux : moins un prix dispose de moyens et de notoriété initiale, moins il bénéficie de couverture médiatique, ce qui limite d'autant sa capacité à se faire connaître et à élargir son public. À l'inverse, les prix déjà établis et bénéficiant d'une certaine reconnaissance voient leur visibilité médiatique se renforcer, créant un effet de concentration de l'attention sur quelques événements au détriment de la diversité de l'offre culturelle territoriale.

Au terme de cette analyse, communiquer efficacement sur les prix littéraires en bibliothèques semble constituer une tâche particulièrement ardue, confrontée à plusieurs obstacles structurels qui se renforcent mutuellement. Premièrement, les agendas en ligne des bibliothèques, bien qu'ils constituent un outil pratique et exhaustif, ne sont consultés en grande majorité que par des personnes déjà habituées et fidélisées de l'établissement, des usager·ères régulier·ères qui connaissent déjà l'existence et les modalités d'accès à ces informations. Cette stratégie communicationnelle n'attire donc que très peu de nouveaux profils, précisément ceux que les bibliothèques cherchent à conquérir dans le cadre de leurs missions d'élargissement des publics. Deuxièmement, les réseaux sociaux, qui pourraient théoriquement permettre de toucher un public plus élargi et diversifié grâce à leur capacité de diffusion, ne fonctionnent en réalité que modérément dans ce contexte spécifique et suscitent un nombre décevant et limité de réactions authentiques et d'engagements durables de la part des utilisateur·rices. Troisièmement, et de manière quelque peu paradoxale, moins un prix a objectivement besoin de publicité et de promotion – c'est-à-dire plus il est déjà établi et reconnu – et plus il sera naturellement mis en avant par la presse. Les plus petits prix, ceux qui auraient le plus besoin d'une couverture médiatique pour se faire connaître, n'obtiennent que de rares articles de presse, tandis que les grands prix prestigieux bénéficient d'une couverture médiatique conséquente.

D'autres moyens communicationnels existent dans la réalité des pratiques professionnelles, mais demeurent plus difficilement observables et quantifiables dans le cadre de cette analyse, c'est notamment le cas des supports papiers

traditionnels comme les affiches disposées dans les espaces publics et les flyers distribués lors d'évènements, ou encore du bouche-à-oreille, vecteur de communication souvent sous-estimé, mais potentiellement très efficace dans des communautés de lecteur·rices constituées. Les partenariats avec d'autres acteurs culturels locaux – librairies indépendantes, associations littéraires, établissements d'enseignement – constituent également des leviers communicationnels importants, mais qui nécessitent un investissement en temps et en énergie considérable de la part des équipes, souvent déjà surchargées par leurs missions quotidiennes.

Les bibliothèques semblent aujourd'hui contraintes de compter principalement sur un public déjà présent et acquis pour participer efficacement à leurs prix littéraires, la communication en ligne actuelle n'étant souvent pas particulièrement efficace pour attirer de manière significative de nouvelles personnes vers ces dispositifs culturels. Cette situation soulève des questions importantes sur les stratégies à développer pour élargir l'audience de ces prix et leur permettre de remplir pleinement leur rôle de démocratisation culturelle. Des pistes d'amélioration peuvent néanmoins être envisagées : développement de partenariats plus systématiques avec les acteurs culturels locaux, création de contenus numériques plus attractifs et adaptés aux codes des différentes plateformes, utilisation plus stratégique des influenceur·euses et des leaders d'opinion locaux dans le domaine culturel, ou encore mise en place de campagnes de communication plus ciblées sur des segments de public spécifiques. L'enjeu demeure considérable : permettre aux prix littéraires organisés par les bibliothèques de trouver leur public au-delà du cercle des habitués, et contribuer ainsi à la vitalité et à la diversité du paysage littéraire français dans sa dimension territoriale et démocratique.

ENJEUX STRATEGIQUES DU PRIX LITTERAIRE EN BIBLIOTHEQUE

LES PRIX COMME OUTILS DE SELECTION : ANALYSE CRITIQUE DES MECANISMES PRESCRIPTIFS

Une efficacité prescriptive ?

L'achat des livres lauréats de grands prix littéraires constitue une pratique très récurrente en bibliothèque. Parmi les 66 réponses obtenues au questionnaire mis en place dans le cadre de ce mémoire, on décompte 63 professionnel·les qui considèrent que le fait qu'un ouvrage soit lauréat d'un prix littéraire est pris en compte lors de la phase d'acquisition (ce qui représente 95,5% des répondant·es). Dès lors, nous comprenons l'impact que peut avoir ce type de distinctions lors de l'acquisition des ouvrages. Pour les trois bibliothécaires restant·es, les raisons de cette mise de côté des prix littéraires sont également nuancées : pour l'un il ne s'agit pas tant d'une non-prise en compte que d'une sélection partielle, les achats dépendant du prix concerné ; pour les deux autres, les prix littéraires ne doivent pas constituer le seul critère, les souhaits du public ainsi que d'autres considérations non spécifiées demeurent la priorité.

D'après Sylvie Ducas⁵⁴, les prix littéraires sont une « recommandation par des jurys d'experts d'un livre ou d'une œuvre pour sa qualité littéraire, aussi bien que la reconnaissance institutionnelle d'une singularité auctoriale ». Autrement dit, les livres lauréats sont désignés comme ayant une qualité et une singularité particulière, qui font de lui l'ultime élu d'un jury dont la légitimité semble acquise. Mais est-ce pour cela que les professionnel·les des bibliothèques utilisent les prix comme outils d'aide à la décision lors de leur processus d'acquisition ? En prenant appui sur le questionnaire mis en place, nous pouvons observer des dynamiques plus subtiles ; en effet, seulement 19 personnes sur les 63 mentionnées plus tôt indiquent que les prix littéraires représentent un gage de qualité, soit un taux de 30% des réponses.

⁵⁴ Ducas, Sylvie. « Ce que font les prix à la littérature ». *Communication & langages* 179, no 1 (2014) : 61-73. <https://doi.org/10.3917/comla.179.0061>.

Parmi ces 30%, il est important de spécifier que certain·es précisent également que ce gage de qualité dépend du prix littéraire concerné : tous ne seraient pas la preuve d'une « singularité » particulière.

Appui sur les habitudes et traditions de lecture

Dans une autre perspective, 38,1% des répondant·es suggèrent que l'exposition médiatique est également l'un des motifs qui les poussent à acquérir les livres primés. On peut y voir un lien direct avec les lecteur·rices elleux-mêmes, qui suivent ces différents médias et souhaitent découvrir les ouvrages qu'ils voient passer, notamment dans la presse.

En effet, si seulement 30% des personnes se servant des prix littéraires comme outils de sélection mettent en avant la qualité particulière de ces ouvrages, ce sont 87,3% des bibliothécaires – soit 55 personnes sur 63 – qui répondent acheter ces livres primés, car ils seront demandés par leurs adhérent·es. Nous constatons que les prix littéraires ne sont donc pas tant des symboles de prescription pour les professionnel·les que pour les lecteur·rices, ce qui se répercute nécessairement sur les listes d'achat. La médiathèque de Jaude à Clermont-Ferrand (63000) précise par exemple détenir un budget conséquent en ce qui concerne l'acquisition de livres primés. Ils spécifient que certains de ces ouvrages ont parfois jusqu'à 35 réservations à la fois, ce qui cause non seulement une usure rapide des documents, mais aussi la nécessité de détenir plusieurs exemplaires d'un même livre (ce qui constitue un impact non négligeable dans les lignes budgétaires de certains fonds). D'autre part, le questionnaire interroge également l'emprunt de ces ouvrages par les usager·ères : d'un côté, on considérera que les livres lauréats de prix littéraires sont plus empruntés que les autres ; de l'autre, on observera que cela dépendu du prix concerné⁵⁵. Globalement, nous pouvons considérer que les plus gros prix sont plus empruntés que le reste des ouvrages, mais que ce n'est pas toujours le cas pour les moins réputés.

Dans certaines bibliothèques comme celle d'Elbeuf, les bibliothécaires mettent en place des outils afin de préparer les demandes des lecteur·rices concernant les prix littéraires : une fiche est mise en place chaque année afin de répertorier les

⁵⁵ Le questionnaire compte un taux équivalent de 48,5% pour ces deux positions, ce qui représente un total de 97%. Les 3% restant considèrent tout simplement que les livres primés n'étaient pas plus empruntés dans leur établissement.

grands prix ainsi que le livre lauréat associé. Cela montre l'impact actuel que peuvent avoir les prix littéraires sur les pratiques des bibliothécaires, qui font face à de grandes vagues de réservations et se doivent de connaître la liste des livres primés lors de la saison des grands prix littéraires d'automne, et d'en acquérir parfois plusieurs exemplaires.

De même, lors d'un entretien réalisé auprès d'un bibliothécaire de la médiathèque municipale de Dissay, nous apprenons que les achats d'automne sont dédiés aux ouvrages de prix littéraires, car ils seront forcément demandés par les lecteur·rices. Cependant, le professionnel interrogé a également précisé, d'un point de vue plus personnel, que les livres lauréats des grands concours ne sont souvent pas les meilleurs, sûrement à cause des liens qui existent entre jurys et éditeur·rices. Il précise également que pour les plus petits prix comme celui qu'il organise, le prix Noir Dissay, le jury n'est pas biaisé, et la sélection se base réellement sur la qualité du livre.

Ces différentes données nous aident à comprendre le réel intérêt des prix littéraires en bibliothèque : le public cherche à lire ces différents ouvrages et est parfois très demandeur. Sylvie Ducas valide l'idée selon laquelle l'écrivain·e et son œuvre passent en fin de compte après l'objectif commercial, elle écrit que les prix littéraires sont passés : « du sacre au label, de la gloire académique et du panthéon des meilleurs écrivains du siècle aux palmarès et listes des meilleures ventes »⁵⁶. Les bibliothécaires semblent en effet avoir compris ce principe : on ne valorise plus tant ces ouvrages pour leur qualité que parce qu'ils font vendre, parce que le public souhaite les lire. Cependant, les plus petits prix, peu achetés, car peu médiatisés et peu demandés en dehors du cercle local, se concentreraient plus sur la qualité de la sélection proposée.

⁵⁶ Ducas, Sylvie. « Ce que font les prix à la littérature ». *Communication & langages* 179, no 1 (2014) : 61-73. <https://doi.org/10.3917/comla.179.0061>.

POTENTIEL DES PRIX COMME OUTILS DE MEDIATION

Dispositifs de médiation inspirés par les prix

Les prix littéraires ne sont pas seulement présents en bibliothèque pour être empruntés : certains établissements y voient également des outils de médiation. Au sein du questionnaire transmis à différentes bibliothèques et réseaux de bibliothèques dans le cadre de ce mémoire, il est demandé aux répondant·es s'ils utilisent les prix littéraires pour faire de la médiation. Les résultats sont assez mitigés : 54,5% répondent oui, 45,5% répondent non. La médiation par les prix littéraires constituerait donc une pratique répandue, mais également un point de divergence notable qui freine sa normalisation.

Pour les personnes ayant répondu ne pas réaliser de médiation autour des prix littéraires, elles l'expliquent par différentes raisons. Pour 26,7% de ces bibliothécaires, les prix littéraires représentent un outil intéressant pour créer de la médiation en bibliothèques, même si elleux ne s'en emparent pas. La même proportion de professionnel·les indique ne pas savoir si cela est pertinent ou non. Ce sont 20% des répondant·es qui indiquent que, pour elleux, tout dépend du prix concerné, de la zone géographique où se situe la médiathèque, ou encore du type de lecteur·rices concerné·es (confirmé·es ou non). Un autre argument utilisé par 13,3% des personnes interrogées est que les prix littéraires n'ont pas besoin des bibliothèques pour exister et sont déjà très médiatisés. Certain·es mettent notamment en avant préférer faire de la médiation autour d'ouvrages moins connus. Pour les 16,7% restant, cette médiation n'est soit pas intéressante en médiathèque, soit rendue impossible par le trop grand nombre d'emprunts des ouvrages concernés.

Le propos est donc nuancé, toute la profession ne trouve pas la médiation par le biais des prix littéraires pertinente, ou en tout cas pas dans tous les contextes. Pour d'autres, cette médiation semble être rendue difficile par la forte demande d'emprunt autour des ouvrages qui sont peu présents dans les locaux et permettent peu de médiation. La vision des prix littéraires semble également très centrée autour des grands prix d'automne, et les résultats indiquent une faible prise en compte des plus petits prix, qu'évoquent très peu les bibliothécaires par eux-mêmes.

Abdelwahed Allouche écrit que la notion de médiation et la manière dont elle est perçue par les bibliothécaires « permet[tent] d'identifier leurs différents positionnements vis-à-vis des destinataires de l'offre que sont les publics »⁵⁷. Utiliser ou non les prix littéraires, comme tous choix de médiation, révélerait un lien différent avec les lecteur·rices. Les résultats semblent cohérents : entre une grande bibliothèque lyonnaise et une petite bibliothèque de village, le positionnement du ou de la bibliothécaire ne sera pas le même, notamment parce que les attentes du public seront sûrement différentes.

D'autres professionnel·les s'emparent cependant des prix littéraires afin de créer différentes choses à l'aide de ces outils. Parmi les réponses obtenues, 83,3% disent créer des tables thématiques sur les prix et 66,7% répondent organiser des clubs de lectures autour des sélections. Pour d'autres (36,1%), c'est l'occasion de faire venir des auteur·rices lors de rencontres avec les lecteur·rices. On peut citer d'autres stratégies de médiations usitées, mais moins fréquentes :

- Création d'affichages et de dépliants ;
- Accueil de classes ;
- Médiation en ligne sur le portail web de la bibliothèque ;
- Indication sur les livres (création d'étiquettes par exemple, laisser les bandeaux rouges) ;
- Recommandation d'ouvrages lors d'échanges avec les usager·ères.

Les différentes médiations mises en place illustrent donc une grande variété de pratiques. Nous pouvons cependant observer certaines récurrences qui permettent de comprendre les tendances actuelles autour des prix littéraires en bibliothèque.

La création de prix par les bibliothèques comme outils de médiation, mais pas que...

Si les bibliothèques réinvestissent parfois les prix littéraires préexistants afin de faire de la médiation, d'autres décident de créer leur propre prix, de faire un outil sur mesure, local, dont les modalités sont faites pour coller aux mieux à leurs

⁵⁷ ALLOUCHE, Abdelwahed, 2007. Les médiations dans les bibliothèques publiques. [en ligne]. 1 janvier 2007. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0071-002>.

usager·ères. Dans le cadre du questionnaire, il a été demandé aux répondant·es d'indiquer leur opinion sur la question. Pour 80,3%, soit 53 réponses sur 66, on estime que la création de prix littéraires par des bibliothèques est pertinente. Leurs justifications sont variées, bien que trois arguments reviennent souvent :

- La création de prix littéraires permet de fédérer une communauté de lecteur·rices, de créer des échanges, de les inclure dans la vie de la bibliothèque (dans 35,8% des réponses) ;
- La création de prix littéraires permet de réaffirmer la position de bibliothécaire comme professionnel·les du livre. Cela entre en résonance avec son rôle de conseiller·ère, souvent sollicité par les lecteur·rices (dans 34% des réponses) ;
- La création de prix littéraires donne la possibilité de mettre en avant des ouvrages et des auteur·rices moins connus·es, d'avoir des sélections plus originales (dans 30,2% des réponses).

Autre fait notable : deux personnes mettent en avant leur désir de voir naître un prix national des bibliothécaires, au même titre qu'il existe le Prix des Libraires. D'après les résultats, les prix littéraires créés par des bibliothécaires permettraient à la fois de redonner du pouvoir aux professionnel·les, qui seraient en mesure de faire des sélections plus originales, qui donneraient lieu à des échanges entre lecteur·rices et à des moments de médiation. Toujours dans ce désir de réaffirmer la place du ou de la bibliothécaire dans le milieu du livre, certain·es souhaiteraient même voir naître un prix des bibliothécaires, qui favoriserait les liens interprofessionnels. Les prix littéraires créés par des bibliothèques semblent alors être capables de créer quelque chose de positif aussi bien pour les professionnel·les que pour les lecteur·rices.

D'un autre côté, les 13 personnes ne pensant pas que la création de prix littéraires par des bibliothèques est pertinente avancent elles aussi différents arguments. Pour 9 de ces 13 personnes, c'est le trop grand nombre de prix déjà présents qui pose problème. Un autre argument qui revient à plusieurs reprises est celui de la complexité d'organisation, le manque de temps (3 personnes sur 13). À noter qu'une personne ne voit pas l'intérêt de ce type de projet, et qu'une autre ne pense pas que les bibliothécaires aient les compétences nécessaires. Ces réponses, bien que minoritaires, montrent bien la grande diversité de perceptions des prix

littéraires en bibliothèques. Quand pour certain·es ils représentent un réel apport, pour d'autres il s'agit de projet trop coûteux en temps, qui n'ont pas grand intérêt.

Publics atteints et résultats

À travers les résultats de plusieurs entretiens qui ont été réalisés avec des bibliothécaires qui soutiennent des prix littéraires locaux, dont ils sont les organisateurs principaux ou non, nous pouvons évaluer si les différents points soulevés au sein du questionnaire se valident. Prenons l'exemple du Prix des Lecteurs du Val de Sully créé en 2021. Le prix est organisé tous les deux ans dans les bibliothèques du réseau du Val de Sully, et propose deux sélections : une qui récompense le meilleur roman, l'autre la meilleure bande dessinée.

Dès la lecture du règlement du prix organisé en 2024⁵⁸, des objectifs clairs sont énoncés :

- « Donner ou redonner goût à la lecture » ;
- « Mettre en avant les coups de cœur des bibliothèques du réseau » ;
- « Créer un projet porté par l'ensemble de l'équipe » ;
- « Travailler en collaboration avec des partenaires locaux (MDL⁵⁹, Libraires, Enseignants...). »

On y retrouve donc à la fois un désir d'apporter quelque chose aux lecteur·rices, mais aussi aux professionnel·les, comme nous avons pu le remarquer précédemment avec les résultats du questionnaire. Ici, une importance est également donnée à la collaboration avec des acteurs locaux, une sortie du milieu des bibliothèques est faite. Lors de l'entretien, il a également été précisé que, pour la sélection de romans, les auteur·rices dont il s'agissait du premier ouvrage ont été privilégié·es afin de donner envie aux lecteur·rices de connaître de nouveaux écrivain·es. Ce n'est cependant pas le cas pour la sélection de bandes dessinées, où nous retrouvons des ouvrages d'auteur·rices très connu·es, et qui a surtout vocation à mettre en avant les coups de cœurs des bibliothécaires.

⁵⁸ Annexe 8.

⁵⁹ Maison des lycéen·nes.

Il est intéressant de constater que ce prix essaye d'allier deux idées que nous retrouvons dans le questionnaire en proposant une sélection permettant de faire découvrir des artistes moins connus du grand public, et une autre qui met surtout en avant l'avis des bibliothécaires, leur redonne leur place de prescripteur·rices.

Les arguments en défaveur des prix littéraires organisés par des bibliothèques soulevés plus tôt sont également en partie abordés lors de l'entretien. Bien que la question du trop grand nombre de prix ne soit pas abordée, celle de la difficulté d'organisation l'est. Bien que le Prix des Lecteurs du Val de Sully soit bisannuel, ce qui représente un rythme peut-être moins intense que pour un prix annuel, l'organisation ne s'arrête jamais. La cheffe de projet concernée admet que la « charge mentale est assez importante ». De même, un certain budget est également à prévoir : bien qu'aucun chiffre précis ne soit communiqué, pour l'édition 2023/2024 ce sont quatre lots de six romans (dont un lot de livres numériques) et trois lots de six bandes dessinées qui sont achetés. Les différentes animations et cérémonies planifiées ont également un coût. En effet, une cérémonie d'inauguration est organisée durant laquelle une troupe de théâtre intervient, et lors de la cérémonie de clôture il faut également prévoir l'éventuelle venue des auteur·rices primé·es. Lors de ces événements, un budget alimentaire est également prévu. Enfin, les auteur·rices primé·es reçoivent une récompense en mains propres qui doit également être budgétée⁶⁰.

Enfin, plusieurs animations sont organisées tout au long de la durée du prix en plus des deux cérémonies de début et de fin : deux cafés-lecteurs (un par sélection), trois séances de lectures en maison de retraite, et des jeux (un jeu par sélection, permettant aux lecteur·rices de gagner des lots).

Afin de pouvoir comparer les résultats d'une édition à l'autre, nous avons quelques chiffres à notre disposition. Il faut prendre en compte dans l'analyse de ces chiffres que la première édition en 2021 comptait non pas deux, mais quatre sélections (bandes dessinées, romans adultes, romans adolescents et documentaires), les sélections de romans adolescents et de documentaires ont été retirées pour les éditions suivantes, car elles ont moins plu.

⁶⁰ À noter que tous les prix organisés par des bibliothèques ne nécessitent pas forcément un budget aussi important, il est également possible de faire le choix de ne pas organiser d'événements trop coûteux afin de limiter les dépenses.

	Inscrits au prix des lecteurs	Prêts	Votes	Participant·es aux jeux	Animations / rendez-vous	Participant·es animations et rendez-vous
2021- 2022	97	564	95	25	11	99
2023- 2024	93	731	81	44	6	82

Ces différentes données montrent tout de même un intérêt croissant. Le nombre d'inscrit baisse légèrement, mais en gardant à l'esprit que deux sélections ont été retirées, le chiffre reste assez conséquent. Le nombre de prêts a largement augmenté, cependant nous pouvons noter une baisse du nombre de votes. Cela pourrait s'expliquer par une baisse d'intérêt pour le prix, mais une bonne mise en avant des ouvrages qui seraient alors plus empruntés, ou par le moins grand nombre d'ouvrages à lire dû au retrait de deux sélections. Cependant, le nombre d'animations a baissé presque de moitié, et pourtant le nombre de participant·es ne chute que de 17,2%, ce qui semble montrer un intérêt assez constant, voire croissant en ce qui concerne la médiation faite autour du prix. La personne auprès de qui s'est tenu l'entretien nous indique que le public est demandeur du prix et répond présent, mais qu'il reste cependant « timide » à l'échelle du réseau.

Ces chiffres ne représentent qu'un seul exemple parmi d'autres, cependant ils permettent de percevoir ce qui existe et l'ampleur que les prix locaux peuvent avoir. Les résultats ici semblent mitigés : le prix plaît à une partie du public qui en est demandeur, cependant il semble moins aisé de capter de nouveaux participant·es.

ÉTUDE DE CAS APPROFONDI : LE PRIX « LIRE POUR AGIR »

Un prix littéraire local et associatif

Afin de mieux comprendre le fonctionnement des prix littéraires en bibliothèques, nous allons étudier le cas particulier du prix Lire pour Agir, organisé par une documentaliste de la Maison de l'Environnement, une association de la transition écologique et solidaire lyonnaise. Nous analyserons plusieurs points : l'organisation, la communication, la médiation qui entoure les ouvrages du prix, et finalement les résultats obtenus.

Tout d'abord, présentons rapidement la structure organisatrice. La Maison de l'Environnement est une association située dans le 7^e arrondissement de Lyon. Il s'agit d'une « association d'associations », c'est-à-dire qu'elle soutient de nombreuses autres associations de la transition écologique et solidaire dans leur démarche, en leur proposant notamment des locaux pour travailler ou organiser leurs événements. La Maison de l'Environnement est également un lieu de ressources où n'importe qui peut venir s'informer ou profiter de la médiathèque et de ses nombreux documents⁶¹.

Le prix Lire pour Agir y a été créé en 2022 et propose 6 ouvrages censés donner envie d'agir pour la transition écologique et solidaire. En 2024, une deuxième sélection de 6 ouvrages, cette fois destinée aux enfants, a été ajoutée au prix littéraire qui compte maintenant deux versions.

Cette année, pour l'édition 2025, nous retrouvons dans la sélection adulte deux bandes dessinées, deux essais, un roman et un recueil de poésie. Dans la sélection enfant se trouvent trois ouvrages documentaires dont une bande dessinée, et trois ouvrages de fiction dont deux albums et une bande dessinée. Ces différentes sélections montrent un désir d'offrir des lectures variées, pouvant convenir à différents âges et niveaux de lecture, tout en prenant en compte les préférences éventuelles de forme littéraire.

⁶¹ La médiathèque de la MEML comptabilise près de 5 000 références.

Organisation du prix

Afin de préparer le prix littéraire, un premier repérage des ouvrages pertinents est réalisé, puis les ouvrages sont demandés aux maisons d'édition qui les envoient directement en tant que service de presse⁶². Les critères sont les suivants :

- La date de parution des ouvrages doit se situer dans l'année précédant la tenue du prix (parution en 2024 pour l'édition 2025 par exemple) ;
- Ils doivent traiter d'une des problématiques de la transition écologique et solidaire et donner envie d'agir ;
- Pour la sélection enfant, les livres doivent entrer dans la tranche d'âge six à onze ans.

Pour chacune des deux versions du prix, une centaine d'ouvrages sont reçus puis lus par les documentalistes de la Maison de l'Environnement, mais aussi par les bibliothécaires d'établissements partenaires qui souhaitent s'impliquer dans la sélection. Les avis de chacun·e sont restitués dans un tableur partagé.

Pour la sélection adulte, les commentaires de chacun ont été regroupés et analysés par la documentaliste en charge des prix littéraires au sein de l'association, qui a déterminé la sélection finale, tout en essayant de varier les formats, mais aussi les sujets abordés. Pour la sélection enfant, après une première vague d'élimination des ouvrages qui ne convenaient pas, plusieurs bibliothécaires d'établissement participants au prix jeunesse se sont retrouvés à la Maison de l'Environnement afin de relire les derniers ouvrages en lice et de décider d'un commun accord des six livres à garder pour le prix. À nouveau, une attention particulière a été portée à la variété des formats, des niveaux de lecture et des thématiques abordées.

En mars, le prix commence, aussi bien à la médiathèque de la Maison de l'Environnement que dans les établissements et groupes de lectures partenaires⁶³, au nombre de 51 pour l'édition 2025, dont 34 bibliothèques et médiathèques municipales, 7 comités de lecture (associations, entreprises, etc.) et 10 bibliothèques

⁶² Un « service presse » est un exemplaire d'un livre envoyé par une maison d'édition, le plus souvent à titre gratuit, aux professionnel·les du livre comme des journalistes, des critiques, des librairies, des influenceur·euses et des bibliothécaires dans l'objectif d'obtenir une couverture médiatique, des chroniques ou toute forme de médiation pour promouvoir l'ouvrage.

⁶³ On compte d'ailleurs l'École Nationale des Sciences de l'Information et des Bibliothèques (ENSSIB) parmi les membres du prix Lire pour Agir, ce qui illustre bien le rayonnement local *et* professionnel de cette distinction.

universitaires. Un public large et varié est alors touché. Les lecteur·rices sont invité·es à voter jusqu'en novembre. Le 2 décembre 2025 se tiendra la remise de prix ainsi qu'une table ronde en présence des auteurs et autrices à la bibliothèque municipale de la Part-Dieu⁶⁴.

Médiation et communication

Plusieurs éléments sont mis en place afin de faire de la médiation autour de ces ouvrages. Un kit de communication est mis à disposition des établissements relayant le prix Lire pour Agir : il est d'ailleurs disponible librement sur la page du prix sur le site de la [Maison de l'Environnement](#). Dans ce kit de communication, des macarons et bandeaux sont disponibles, créés par la Maison de l'Environnement. Cela permet de notifier directement sur le livre sa participation au prix. Comme vu plus tôt dans les réponses au questionnaire, cette pratique est assez courante dans les bibliothèques qui relaient ou organisent un prix littéraire. Ce kit comporte également les bulletins de vote à imprimer, ainsi que des flyers et des affiches. Ces différents dispositifs permettent de conserver la même unité visuelle dans toutes les bibliothèques, afin que le prix soit connu et reconnu par les usager·ères.

En termes de médiation, chaque bibliothèque est libre d'organiser ce qu'elle souhaite avec le prix, que cela soit des ateliers, des clubs de lectures ou autres animations. En plus de cela, la Maison de l'Environnement fait venir chaque année à ses frais certain·es des auteur·rices pour permettre aux bibliothèques d'organiser des rencontres avec leurs usager·ères. Pour l'édition 2025, ce sont 12 rencontres qui sont prévues, de septembre à novembre. Pour ces rencontres, des affiches types sont également fournies aux bibliothèques afin de garder une charte graphique identifiable. Tous ces rendez-vous seront annoncés dans une publication Instagram sur le compte de la Maison de l'Environnement (@maisonenvironnement). À noter également que chacun des ouvrages en lice est également mis en avant dans deux publications Instagram différentes, une pour la sélection adulte, une autre pour la sélection enfant. Ce post est publié sur le compte de l'association évoqué plus tôt, mais aussi sur le compte d'avis de lectures de la médiathèque (@cactuslectures). Le compte Instagram des bibliothèques municipales de Lyon se sont également emparé

⁶⁴ Plus grande bibliothèque du réseau lyonnais, ce choix montre les possibilités de collaborer avec des acteurs importants du milieu des bibliothèques, même quand l'établissement à l'origine du projet a une moins grande envergure.

du visuel pour annoncer leur participation au prix, ainsi que les livres concernés : le prix Lire pour Agir est relayé dans 15 des 16 bibliothèques lyonnaises.

Un entretien réalisé auprès d'un assistant de conservation de la bibliothèque « Palais Saint-Jean » dans le 5^e arrondissement de Lyon, bibliothèque qui fait partie des partenaires du prix, nous en apprend plus sur les manières dont Lire pour Agir peut être réapproprié par les établissements partenaires. Cette bibliothèque lyonnaise participait déjà à la version enfant du prix lors de l'édition 2024 ; cependant, pour le prix adulte, cette édition 2025 est la première à être implantée dans l'établissement. Auparavant, c'était le prix Summer, organisé pour la fête du livre de Bron qui était relayé par la médiathèque : grâce à ce prix, un cercle de lecture s'est formé, et a perduré par la suite. Le prix Lire pour Agir est mis en avant principalement auprès de ce cercle, notamment lors de deux soirées : une première afin de présenter les livres et le fonctionnement du prix, puis une seconde afin de parler des lectures qui ont été faites, que chacun·e puisse donner son avis et discuter. Ici donc, pas de grosses animations, mais deux rendez-vous en petit comité pour échanger sur ses lectures.

Sur le programme estival des bibliothèques municipales de Lyon, peu d'animations en lien avec le prix sont organisées, mais nous pouvons tout de même remarquer un goûter-philo à destination des enfants, permettant aux plus jeunes de découvrir les ouvrages de la sélection qui leur est destinée à travers des lectures et des discussions.

Résultats et analyse

Pour continuer avec l'exemple de la bibliothèque du 5^e, les résultats autour du prix sont mitigés. Le cercle de lecture constitué à l'origine pour le prix Summer n'est pas entièrement convaincu par le prix Lire pour Agir, à la fois car son sujet spécifique, la transition écologique, n'intéresse pas tous·tes les lecteur·rices, mais aussi parce que la diversité de format ne donnerait pas envie de tout lire. Pour le prix Summer, seuls des romans étaient sélectionnés, et les lecteur·rices devaient avoir lu tous les ouvrages. Ce cercle de lecture, habitué et préférant en général ce format ne se retrouve pas nécessairement dans la diversité proposée par le prix Lire pour Agir. Nous percevons ici les limites qui peuvent venir avec des prix spécialisés : quand ce

prix littéraire a pour vocation de donner envie d’agir, il ne mobilise en majorité que des personnes déjà sensibilisées.

Nous n’avons pas encore les résultats des rencontres avec les auteur·rices de cette année, qui se tiendront dans différentes médiathèques de la métropole, cependant en nous penchant sur ceux de l’année passée, nous constatons que sur 13 rencontres organisées⁶⁵, ce sont 220 personnes qui ont participé. D’un point de vue plus global, l’intérêt pour le prix semble augmenter d’année en année : lors de la première édition en 2022, 21 bibliothèques et comités de lecture ont participé au prix ; en 2023 ce fut 37 participant·es et en 2024 on comptait 53 participant·es. Ce chiffre en augmentation démontre un intérêt croissant pour le prix Lire pour Agir, qui s’étend de plus en plus au sein de la métropole lyonnaise.

Cet exemple nous permet de mieux percevoir les rouages derrière la création d’un prix littéraire en bibliothèque. Ici, le prix Lire pour Agir crée une dynamique locale qui prend un peu plus d’ampleur chaque année. L’année dernière, ce sont 2 302 prêts des ouvrages de la sélection qui ont été enregistrés : le prix fait lire. Les différents cercles de lectures et rencontres avec les auteur·rices créent des espaces d’échange entre les lecteur·rices et les acteur·rices du milieu du livre. Cette sélection spécialisée peut se targuer de sélectionner des ouvrages moins réputés que ceux des grands prix, et de donner de l’originalité au système de vote en proposant non pas de voter pour élire le meilleur ouvrage, mais celui qui donne le plus envie d’agir. Cependant, il est important de noter que la spécialisation du prix l’éloigne aussi d’une part du lectorat, qui ne s’intéresse pas aux questions abordées.

PRECONISATIONS

Tout ce que nous avons observé précédemment nous permet de dresser une liste de préconisations pour les professionnel·les souhaitant organiser un prix littéraire au sein de leur bibliothèque.

En termes d’organisation pratique et logistique, il ne faut pas sous-estimer le temps et le coût de ce type de projet. Pour le budget, plusieurs éléments sont

⁶⁵ 10 rencontres en bibliothèque, 1 rencontre à la Maison d’arrêt de Lyon-Corbas, et 1 table ronde.

ajustables, et le prix peut s'adapter aux moyens disponibles. En effet, les coûts dus aux animations peuvent être réduits en profitant de rendez-vous qui ne requiert que du temps comme les clubs de lecture par exemple. Pour les établissements ayant plus de moyens, différents événements peuvent être mis en place, comme des rencontres avec des auteur·rices, ou encore des ateliers sur les thématiques des ouvrages. Des cérémonies d'ouverture et de clôture peuvent également être organisées : elles permettent de présenter le prix littéraire aux lecteur·rices intéressé·es, et de clôturer la période de vote en présence, la plupart du temps, de l'auteur·rice gagnant·e. Ces cérémonies peuvent également avoir des budgets variables : quand pour certains il s'agit de proposer de quoi boire et manger, voire même des temps de spectacles, ainsi que d'offrir une récompense matérielle à l'auteur·rices, cela peut également être beaucoup plus économe, en limitant à l'évènement en lui-même, sans extra.

Le seul élément qu'il n'est pas possible de négliger est l'achat des livres de la sélection, qui doivent être disponibles en plusieurs exemplaires afin de pouvoir circuler entre les différent·es usager·ères. Ici aussi cependant, il est possible de tenter de limiter au maximum les achats en sollicitant les maisons d'édition qui transmettent parfois certains ouvrages gratuitement pour les prix littéraires, ou auprès de la bibliothèque départementale dont dépend l'établissement, qui elle aussi a parfois des ouvrages à fournir.

En revanche, il ne faut pas non plus minimiser la charge humaine que l'organisation d'un prix littéraire représente. À la médiathèque municipale d'Elbeuf, la personne en charge du prix des Lecteurs a un nombre d'heures attribué et inscrit dans sa fiche de poste afin de pouvoir participer au déroulé de ce prix, dont une association locale est à l'initiative. En ce qui concerne ce cas particulier ci, ce sont 70 heures qui sont allouées à ce travail. Pour une médiathèque qui en serait l'organisatrice principale, le nombre d'heures devra sûrement être plus important. Il est donc nécessaire de bien prévoir en amont qui dans l'équipe sera en charge du prix, mais aussi d'estimer un nombre d'heures de travail à passer dessus. Inscrire cela dans la fiche de poste de la personne peut-être un bon moyen de cadrer le projet.

Il semble également pertinent de mettre en place une communication plus efficace autour des prix littéraires en bibliothèque. Comme l'a démontré précédemment ce travail, la communication autour de ces événements reste assez insuffisante et peu consultée, notamment car les bibliothèques (surtout de taille plus modeste) n'ont souvent pas de Community Manager formé·e au métier. Pour les

établissements ayant du budget, former l'un·e de leurs employé·es peut être une option envisageable, d'autant plus que cela peut servir dans le quotidien du métier afin de promouvoir l'offre de l'établissement ainsi que d'autres animations. Il semble nécessaire de prévoir à la fois des supports papiers (affiches, flyers), que des supports numériques (encart sur le site en ligne, publication sur les réseaux sociaux, etc.), afin de toucher le public le plus large possible.

En ce qui concerne la mise en place du prix littéraire, il est important de noter que, dans la plupart des cas, il semble que ce dernier évolue avec le temps, et se fait connaître au fil des années. Les résultats de la première édition ne sont pas nécessairement annonciateurs de ce qui suivra par la suite : les partenaires potentiels et le public s'intéressent et se fidélisent progressivement, grâce à un travail constant de communication.

La possible création d'un prix nationale des bibliothécaires, projet qui permettrait de renforcer les relations interprofessionnelles, mais aussi de valoriser le métier et les compétences des bibliothécaires, reposerait sur une organisation rigoureuse. Afin de coordonner un tel évènement littéraire, nous pouvons imaginer que l'appui de l'ABF serait un bon moyen de commencer. Quelques personnes volontaires et faisant partie de la profession devraient alors prendre le projet en main afin d'en déterminer les modalités : type et nombre d'ouvrages au sein de la sélection, modalités de vote, cérémonie de lancement et de clôture potentielle, organisation temporelle, éventuels financements, etc. Il faudrait également penser aux nombres de sélections : est-il par exemple pertinent d'en proposer une adulte et une jeunesse, afin de permettre aux bibliothécaires spécialisé·es dans un fonds spécifique de pouvoir apporter leur expertise ? Beaucoup de données sont à prendre en compte, mais ce prix donnerait sans doute lieu à de nombreux échanges enrichissants, et pourrait devenir réputé comme l'est par exemple le Prix des Libraires, qui repose sur un modèle dont il serait possible de s'inspirer.

CONCLUSION

Ces différentes réflexions et analyses devaient nous permettre de mieux concevoir les différentes utilisations et possibilités qu'offrent les prix littéraires aux professionnel·les des bibliothèques, que ces initiatives émanent d'eux-mêmes, ou qu'ils s'y soient coulés en cours de route. Sous cet angle, l'objectif de ce mémoire consistait principalement à interroger l'efficacité des prix littéraires en tant qu'outils de prescription littéraire et de médiation culturelle – majoritairement dans le cadre d'un établissement de lecture publique.

À ce stade, nous pouvons admettre que les prix littéraires occupent un rôle primordial au sein du milieu documentaire : toutes les stratégies de médiation et de valorisation qui s'articulent autour de cet objet culturel font ressurgir des pratiques communes à la plupart des professionnel·les du milieu. Ceci s'explique en particulier par la grande sollicitation des lecteur·rices, en partie à cause de (ou grâce à) la forte médiatisation autour de ces ouvrages primés et de ces auteur·rices célébrés. Pourtant, les documents en question n'effleurent pas toujours la corde sensible des professionnel·les, qui s'orientent bien souvent vers la valorisation de leurs propres coups de cœur ou de textes méconnus.

S'il y a bien un cas de figure qui permet de raccorder ces dynamiques opposées, c'est la position très particulière des prix littéraires réputés ou organisés à une échelle locale. On leur reconnaît alors une véritable valeur prescriptive, là où les livres primés lors d'événements moins populaires ou non ancrés géographiquement ne seront souvent pas pris en compte lors de la phase d'acquisition par les bibliothécaires. On peut y voir une manière de se frayer un chemin parmi la myriade de prix littéraires qui se propagent dans le paysage culturel français : comme évoqué plus tôt, en 2014, Sylvie Ducas estimait qu'il existait alors près de 2 000 prix littéraires organisés en France⁶⁶. Dès lors, il est évident que les professionnel·les de la documentation privilégient des titres célébrés lors d'événements majeurs (comme le prix Goncourt ou le prix Femina, pour ne citer qu'eux) ou très ancrés dans le territoire concerné, à l'image du prix « Noir Dissay ».

⁶⁶ Ducas, Sylvie. « Ce que font les prix à la littérature ». *Communication & langages* 179, no 1 (2014) : 61-73. <https://doi.org/10.3917/comla.179.0061>.

Il convient également de s'attarder une dernière fois sur les procédés de médiation culturelle autour de prix préexistants. Là encore, on trouve des résultats contrastés : pour certain·es, il s'agit surtout de produire des supports de communication (en ligne ou non) et de déployer des stratégies de valorisation « classiques », comme des tables thématiques ; pour d'autres, les prix littéraires représentent d'excellents prétextes pour ouvrir la bibliothèque aux auteur·rices concerné·es, ou pour donner lieu à des sélections originales lors de clubs de lecture. En creux, on trouve finalement une part importante de subjectivité et d'adaptation au profil des usager·ères : chaque établissement dispose de sa propre tactique pour appréhender un outil aussi vaste que les prix littéraires, tout en dépendant évidemment d'un budget souvent limité et d'attentes diverses en fonction du public cible.

En revanche, on trouve toujours une partie de la sphère professionnelle qui considère que les ouvrages primés bénéficient déjà d'une valorisation suffisante, et que d'autres textes moins connus profiteraient davantage de leur attention – et de celle du public. On voit alors (re)surgir le rôle persistant des bibliothécaires comme d'honnêtes conseiller·ères, qui n'hésitent pas à délaisser les livres très (voire trop) médiatisés. La réappropriation de ce rôle prescriptif peut également passer par la création de prix littéraires par les bibliothécaires elleux-mêmes. Cependant, si la pertinence de cette idée semble globalement reconnue, elle fait face à des obstacles complexes, notamment en termes de ressources humaines, financières et temporelles – le tout pour un résultat incertain.

On pourrait donc considérer les prix littéraires comme de bons outils de prescription en ce qu'ils indiquent les tendances et les futures demandes du public. En termes de médiation, les tactiques possibles sont multiples : si le risque de résultats décevants est bien réel – notamment lorsqu'ils sont mis en rapport avec les ressources qu'un tel projet nécessite –, la création de prix littéraires par (et pourquoi pas pour) les bibliothécaires constitue une occasion, pour ces professionnel·les, de se réapproprier leur rôle de conseiller·ère et de prescripteur·rice culturel·le, tout en réinventant les relations entre professionnel·les et usager·ères.

Ce travail de recherche livre donc une analyse typologique des événements et des pratiques professionnelles déployées autour des prix littéraires dans le cadre des bibliothèques. S'il a pour vocation première de dresser un état des lieux théorique de la situation en France concernant ce phénomène, nous avons aussi eu à cœur de

clarifier la position professionnel·les des acteur·rices impliqué·es dans un esprit comparatif et objectif. Comme nous l'avons déjà évoqué, les prix littéraires demeurent un objet culturel vaste et annonciateur d'expérimentations futures, notamment dans le cadre de la lecture publique ; ce mémoire ouvre donc la porte à d'autres travaux qui pourront se baser sur l'évolution des mœurs, que ce soit du côté du public ou des bibliothécaires, ou sur des projets de distinctions littéraires prenant davantage en compte l'avis et la posture des bibliothécaires.

SOURCES

1001 feuilles noires. *bibliotheque.lamballe-armor.bzh* [en ligne].
[Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bibliotheque.lamballe-armor.bzh/1001-feuilles-noires>

À la découverte des bibliothèques | Ministère de la Culture, 2014. [en ligne].
[Consulté le 4 août 2025]. Disponible à l'adresse :
<https://www.culture.gouv.fr/fr/thematiques/livre-et-lecture/le-livre-et-la-lecture-en-france2/les-bibliotheques-en-france2/a-la-decouverte-des-bibliotheques>

Fondation 30 Millions d'Amis. Prix Littéraire - Fondation 30 Millions d'Amis.
[en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :
<https://www.30millionsdamis.fr/la-fondation/nos-evenements/prix-litteraire/>,
<https://www.30millionsdamis.fr/la-fondation/nos-evenements/prix-litteraire/>

Découvrir Tournon-sur-Rhône. [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible
à l'adresse : <https://www.tournon-sur-rhone.fr/index.php/presentation-de-la-ville/15-decouvrir-tournon-sur-rhone>

DEVELEY, Alice, 2024. Kamel Daoud remporte le prix Goncourt 2024 avec Houris. *Le Figaro* [en ligne]. 4 novembre 2024. [Consulté le 20 août 2025].
Disponible à l'adresse : <https://www.lefigaro.fr/livres/kamel-daoud-remporte-le-prix-goncourt-2024-avec-houris-20241104>

Fonctionnement du Prix - Prix des lecteurs du Livre de Poche. *Livre de poche*
[en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :
<https://prixdeslecteurs.livredepoeche.com/page-tout-savoir-sur-le-prix.html>

Goncourt des Lycéens. *Académie Goncourt* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025].
 Disponible à l'adresse : <https://www.academiegoncourt.com/goncourt-des-lyceens>

Grands Prix | Académie française. [en ligne]. [Consulté le 17 août 2025].
 Disponible à l'adresse : <https://www.academie-francaise.fr/les-prix-et-fondations-prix-litteraires/grands-prix>

Historique. *Académie Goncourt* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible
 à l'adresse : <https://www.academiegoncourt.com/copie-de-les-4-prix>

La Charte documentaire. *saint_mande* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025].
 Disponible à l'adresse : <https://mediatheque.saintmande.fr/la-mediatheque/charte-documentaire>

L'Association. *Site de lire en seine !* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025].
 Disponible à l'adresse : <http://lireenseine.jimdofree.com/présentation/>

Le prix de la BnF. *BnF - Site institutionnel* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025].
 Disponible à l'adresse : <https://www.bnf.fr/fr/le-prix-de-la-bnf>

Le prix des lecteurs du Var. *Département du Var* [en ligne].
 [Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://var.fr/le-prix-des-lecteurs-du-var>

Le prix littéraire de la ville de Valognes – Médiathèque Julien de Laillier.
 [en ligne]. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :
https://mediatheque.valognes.fr/?page_id=13973

Le testament d'Edmond de Goncourt. *Académie Goncourt* [en ligne].

[Consulté le 17 août 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://www.academiegoncourt.com/le-testament-d-edmond-goncourt>

Les 5 finalistes du Grand prix RTL - Lire Magazine 2025. *Livres Hebdo* [en ligne].

[Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://www.livreshebdo.fr/article/les-5-finalistes-du-grand-prix-rtl-lire-magazine-2025>

Les Français et la lecture en 2025. *Centre national du livre* [en ligne].

[Consulté le 15 août 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2025>

Les prix Quai des Bulles 2025, 2025. *Les prix* [en ligne].

[Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :

<http://prix.quaidesbulles.com/2025/05/21/les-prix-quai-des-bulles-2025/>

Lire pour agir 2025, 2025. *Maison de L'Environnement* [en ligne].

[Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : [https://www.maison-](https://www.maison-environnement.fr/lire-pour-agir/lire-pour-agir-2025/)

[environnement.fr/lire-pour-agir/lire-pour-agir-2025/](https://www.maison-environnement.fr/lire-pour-agir/lire-pour-agir-2025/)

LOI n° 2021-1717 du 21 décembre 2021 relative aux bibliothèques et au développement de la lecture publique (1) - Légifrance. [en ligne].

[Consulté le 3 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFARTI000044537517>

LOI n° 81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre - Légifrance. [en ligne].

[Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000517179>

Noir Dissay | Ville de Dissay. [en ligne]. [Consulté le 11 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.dissay.fr/noir-dissay>

OUEST-FRANCE, 2019. Saint-Grégoire. La médiathèque lance son 18e Prix des lecteurs. *Ouest-France.fr* [en ligne]. 24 septembre 2019. [Consulté le 20 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.ouest-france.fr/bretagne/saint-gregoire-35760/saint-gregoire-la-mediathèque-lance-son-18e-prix-des-lecteurs-6534861>

Présentation | Académie française. [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.academie-francaise.fr/les-prix-prix-litteraires/historique>

Présentation de la sélection : Prix littéraire Les Promesses | Bibliothèques de Tours. [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.bm-tours.fr/evenement/presentation-de-la-selection-prix-litteraire-les-promesses>

Prix Bermond-Boquié. *Nantes - Bibliothèque Municipale* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bibliotheque.nantes.fr/accueil/prix-bermond-boquie/>

Prix des lecteurs. [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : https://www.bibliotheque-tournon.com/prix-des-lecteurs.aspx?_lg=fr-FR

Prix Du vent dans les BD 2025. *livrecommelair.fr* [en ligne]. [Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://livrecommelair.fr/prix-du-vent-dans-les-bd-2025>

Prix : Elle - Grand Prix des lectrices - Roman. Prix littéraires sur Babelio.

[en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://www.babelio.com/prix/5/Elle-Grand-Prix-des-lectrices>

Prix France Culture-Télérama. Articles et actualités sur Prix France Culture-Télérama avec Télérama. [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à

l'adresse : <https://www.telerama.fr/prix-france-culture-telerama/>

Prix Goncourt 2024 : Kamel Daoud remporte le plus prestigieux des prix littéraires français | Vogue France. [en ligne]. [Consulté le 20 août 2025]. Disponible à

l'adresse : <https://www.vogue.fr/article/prix-goncourt-2024-laureat-gagnant-kamel-daoud-houris>

Prix Goncourt. *Académie Goncourt* [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025].

Disponible à l'adresse : <https://www.academiegoncourt.com/presentation-prix-goncourt>

QUAISDUPOLAR, 2024. Les prix littéraires Quais du Polar 2024. *quais-du-polar*

[en ligne]. 7 avril 2024. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :

<https://quaisdupolar.com/les-prix-litteraires-quais-du-polar-2024/>

Qu'est-ce que le Prix des Libraires ? – Prix des Libraires. [en ligne].

[Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : [https://prix-des-](https://prix-des-libraires.fr/quest-ce-que-le-prix-des-libraires/)

[libraires.fr/quest-ce-que-le-prix-des-libraires/](https://prix-des-libraires.fr/quest-ce-que-le-prix-des-libraires/)

Rencontre(s) Lecture(s). [en ligne]. [Consulté le 4 juillet 2025]. Disponible à

l'adresse : <https://www.bibliotheque-tournon.com/Default/doc/AGENDA/4/rencontre-s-lecture-s>

Réseau des médiathèques du Beauvaisis - Infos pratiques - Chartes et règlements.
[en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :
https://mediatheques.beauvaisis.fr/accueil/Chartes_et_reglements

Services-actions. [en ligne]. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse :
https://mabm.toulouse-metropole.fr/default/services-actions.aspx?_lg=fr-FR

BIBLIOGRAPHIE

ALLOUCHE, Abdelwahed, 2007. Les médiations dans les bibliothèques publiques. [en ligne]. 1 janvier 2007. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0071-002>

AUBIN, Yves, 2004. Surproduction romanesque, bibliothèque et prescription. [en ligne]. 1 janvier 2004. [Consulté le 1 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-03-0022-004>

BATS, Raphaëlle, 2019. *Construire des pratiques participatives dans les bibliothèques*. Presses de l'enssib. ISBN 978-2-37546-069-6.

BEAU, Nathalie et EISENEGGER, Aline, 2015. La promotion du livre pour la jeunesse à travers les salons et les prix littéraires. In : *Bibliothèques, enfance et jeunesse* [en ligne]. Éditions du Cercle de la Librairie. pp. 155-164. [Consulté le 18 octobre 2024]. Disponible à l'adresse : <https://shs.cairn.info/bibliotheques-enfance-et-jeunesse--9782765414896-page-155>

BENICHO, Paul, 1996. *Le Sacre de l'écrivain (1750-1830)*. Gallimard. ISBN 978-2-7654-1171-0

CHOURROT, Olivier, 2007. Le bibliothécaire est-il un médiateur ? [en ligne]. 1 janvier 2007. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0067-001>

COLINE, RENAUDIN, [sans date]. La médiation en bibliothèque. [en ligne]. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://encyclopedie.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/bin/view/fiches/La%20m%C3%A9diation%20en%20biblioth%C3%A8que/>

DESPINETTE, Janine, 1984. La littérature pour la jeunesse dans le monde: ses prix littéraires et leurs finalités. [en ligne]. 1984. [Consulté le 29 octobre 2024].

DOI [10.3406/enfan.1984.2843](https://doi.org/10.3406/enfan.1984.2843). Disponible à l'adresse :

https://www.persee.fr/doc/enfan_0013-7545_1984_num_37_3_2843

DUCAS, Sylvie et POURCHET, Maria, 2014. De la prescription : comment le livre vient au lecteur. *Communication & langages*. 2014. Vol. 179, n° 1, pp. 21-31.

DOI [10.3917/comla.179.0021](https://doi.org/10.3917/comla.179.0021).

DUCAS, Sylvie, 2003. Le prix Femina : la consécration littéraire au féminin. *Recherches féministes*. 2003. Vol. 16, n° 1, pp. 43-95. DOI [10.7202/007343ar](https://doi.org/10.7202/007343ar).

DUCAS, Sylvie, 2013. *La littérature à quel(s) prix ? : Histoire des prix littéraires*. La Découverte. ISBN 978-2-7071-7779-7.

DUCAS, Sylvie, 2014. Ce que font les prix à la littérature. *Communication & langages*. 2014. Vol. 179, n° 1, pp. 61-73. DOI [10.3917/comla.179.0061](https://doi.org/10.3917/comla.179.0061).

LIORAH, Golomb, 2011. Collecting Poetry for the Academic Library: An Evaluation of Poetry Prizes as Selection Tools. *The Journal of Academic Librarianship*. 1 mai 2011. Vol. 37, n° 3, pp. 207-214.

DOI [10.1016/j.acalib.2011.02.012](https://doi.org/10.1016/j.acalib.2011.02.012).

LOIRE, Marion, 2008. Promouvoir les animations : la communication autour de l'action culturelle. In : *L'action culturelle en bibliothèque* [en ligne]. Éditions du Cercle de la Librairie. pp. 277-288. [Consulté le 11 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://shs-cairn-info.docelec.enssib.fr/l-action-culturelle-en-bibliotheque--9782765409588-page-277>

LYONS, Martyn, 1987. *Le triomphe du livre: une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIXe siècle*. Éditions du Cercle de la Librairie. ISBN 978-2-7654-1171-0.

MATSAKIS, Patricia, PONTÉ, Anne et SAUVAGE, Vanessa, 2017. Les prix Sorcières, prix littéraires pour la jeunesse: Points de vue croisés d'une libraire et d'une bibliothécaire. In : *Les tout-petits, le monde et les albums* [en ligne]. Érès. pp. 185-196. [Consulté le 18 octobre 2024]. ISBN 978-2-7492-5713-6. Disponible à l'adresse : <https://shs.cairn.info/les-tout-petits-le-monde-et-les-albums--9782749257136-page-185>

MÉON, Jean-Matthieu, 2015. Bande dessinée : une légitimité sous conditions. *Informations sociales*. 2015. Vol. 190, n° 4, pp. 84-91. DOI [10.3917/inso.190.0084](https://doi.org/10.3917/inso.190.0084).

PECOSKIE, Jennifer L. et MCKENZIE, Pamela J., 2004. Canadian Census Data as a Tool for Evaluating Public Library Holdings of Award-Winning Lesbian Fiction. *Canadian Journal of Information & Library Sciences*. 1 juin 2004. Vol. 28, n° 2, pp. 3-23.

PIN, Clément, 2023. L'entretien semi-directif. *LIEPP Methods Brief / Fiches méthodologiques du LIEPP* [en ligne]. 3 mai 2023. [Consulté le 8 août 2025]. Disponible à l'adresse : <https://sciencespo.hal.science/hal-04087897>

POSLANIEC, Christian, 1999. Les animations lecture. [en ligne]. 1 janvier 1999. [Consulté le 2 juillet 2025]. Disponible à l'adresse : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1999-03-0049-006>

QUEYRAUD, Franck, 2019. *Connaître et valoriser la création littéraire numérique en bibliothèque*. Presses de l'enssib. ISBN 978-2-37546-105-1.

RABOT, Céccile, 2015. La construction de la visibilité littéraire en bibliothèque.

Lectures [en ligne]. 1 août 2015. [Consulté le 23 décembre 2024].

DOI [10.4000/lectures.18695](https://doi.org/10.4000/lectures.18695). Disponible à l'adresse :

<https://journals.openedition.org/lectures/18695>

RENAUDAT-CHAMBARD, Sophie, 1999. Littérature(s) en bibliothèques.

[en ligne]. 1 janvier 1999. [Consulté le 29 octobre 2024]. Disponible à l'adresse :

<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1999-05-0102-009>

SAPIRO, Gisèle, 2016. The metamorphosis of modes of consecration in the literary field: Academies, literary prizes, festivals. *Poetics*. 1 décembre 2016.

Vol. 59, pp. 5-19. DOI [10.1016/j.poetic.2016.01.003](https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.01.003).

SOULÉ, Véronique, 2002. Les bibliothèques jeunesse et la création littéraire.

[en ligne]. 1 janvier 2002. [Consulté le 29 octobre 2024]. Disponible à l'adresse :

<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2002-06-0035-005>

SPINOY, Erik, 2009. Les prix littéraires : construire la littérature, soulager le public. *Culture, le Magazine Culturel de l'Université de Liège* [en ligne]. 2009.

[Consulté le 18 octobre 2024]. Disponible à l'adresse :

<https://orbi.uliege.be/handle/2268/11415>

VAILLANT, Alain, 2010. *L'histoire littéraire*. Armand Colin. ISBN 978-2-200-25809-2.

ANNEXES

Table des annexes

ANNEXE 1 : EXTRAIT DE LA CHARTE DOCUMENTAIRE DE LA BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE OUISTREHAM	90
ANNEXE 2 : EXTRAIT DE LA CHARTE DOCUMENTAIRE DE LA BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE GENESTON	91
ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE GOOGLE FORMS	92
ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN	97
ANNEXE 5 : PREMIERE PAGE DE L'AGENDA DES ANIMATIONS DE JUIN A SEPTEMBRE 2025 DES BIBLIOTHEQUES DE NANTES	98
ANNEXE 6 : PAGE 11 DE L'AGENDA DES BIBLIOTHEQUES DE NANTES	99
ANNEXE 7 : PUBLICATIONS INSTAGRAM - PRIX DES LECTRICES ET DES LECTEURS DES BIBLIOTHEQUES DE LA VILLE DE PARIS.....	100
ANNEXE 8 : REGLEMENT DU PRIX DES LECTEURS DU VAL DE SULLY DE 2024.....	102

ANNEXE 1 : EXTRAIT DE LA CHARTE DOCUMENTAIRE DE LA BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE OUISTREHAM

Principes des acquisitions

1. *Responsabilité*

La responsable de la bibliothèque assume la sélection des documents à acquérir en conformité avec le budget autorisé en tenant compte des suggestions de l'équipe. Le choix se fait de la manière la plus objective qui soit, en tenant compte des critères de sélection

décrits ci-dessous.

La sélection des documents se fait de différentes manières :

- en se tenant au courant de l'actualité littéraire via des revues spécialisées, des sites web, les résultats des prix littéraires, des émissions de radio ou télévision ;
- en se rendant régulièrement à la librairie de proximité de la ville ;
- en tenant compte des suggestions des usagers ;
- en échangeant avec les autres bibliothécaires du réseau et en consultant la base de données MOCCAM qui permet de suivre les acquisitions des autres bibliothèques.

ANNEXE 2 : EXTRAIT DE LA CHARTE DOCUMENTAIRE DE LA BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE GENESTON

Nombre d'exemplaires

Celui-ci peut varier en fonction du domaine, du support et du budget, mais le principe retenu est l'exemplaire unique pour les collections, de façon à proposer le choix de titres le plus large possible. Pour les animations, la participation à des prix littéraires ou l'accueil de professionnels du livre, plusieurs exemplaires peuvent être acquis.

ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE GOOGLE FORMS

20/08/2025 21:50

Prix littéraires en bibliothèque : médiation, prescription

Prix littéraires en bibliothèque : médiation, prescription

Bonjour !

Je m'appelle Morgane GIBILY, et je suis actuellement étudiante à l'ENSSIB (École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques) de Villeurbanne en Master 2 Politique des Bibliothèques et de la Documentation (PBD).

Dans ce cadre, je réalise un mémoire sur les prix littéraires en bibliothèque. Ce travail porte sur plusieurs sujets clés, tel que le pouvoir de prescription des prix littéraires, ainsi que leur qualité en terme d'outils de médiation.

* Indique une question obligatoire

1. Dans quelle bibliothèque travaillez vous ? *

2. Le fait qu'un ouvrage soit lauréat d'un prix littéraire est-il un élément pris en compte lors de l'acquisition de livres ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui *Passer à la question 3*
- ☐ Non *Passer à la question 4*

Passer à la question 5

Si le fait que les ouvrages sont lauréats de prix littéraires est pris en compte...

https://docs.google.com/forms/d/1VT6yLHdZXdGtmb5QeUM_CYneh1xCE4hidfplj_puVQ/edit

1/6

20/08/2025 21:50

Prix littéraires en bibliothèque : médiation, prescription

3. Pourquoi ? *

Passer à la question 5

Si le fait que les ouvrages sont lauréats de prix littéraires n'est pas pris en compte...

4. Pourquoi ? *

Passer à la question 5

Emprunt

5. Selon votre expérience, les livres lauréats de prix littéraires ont-ils tendance à être plus empruntés ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Cela dépend du prix en question

La médiation

https://docs.google.com/forms/d/1VT6yLHdZXdGtmb5QeUM_CYneh1xCE4hidfplj_puVQ/edit

2/6

20/08/2025 21:50

Prix littéraires en bibliothèque : médiation, prescription

6. Utilisez vous les prix littéraires afin de faire de la médiation ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui *Passer à la question 7*
- ☐ Non *Passer à la question 9*

Passer à la question 10

Vous utilisez les prix littéraires pour faire de la médiation...

7. Quel type de médiation ? *

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ Table thématique
- ☐ Club lecture
- ☐ Rencontre avec des auteur·ices
- ☐ Autre : _____

8. Cela fonctionne-t-il auprès du public ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
- ☐ Non

Passer à la question 10

Vous n'utilisez pas les prix littéraires à des fins de médiation

9. Pensez vous qu'il s'agit d'un outil de médiation qui peut être intéressant ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas
- ☐ Autre : _____

Passer à la question 10https://docs.google.com/forms/d/1VT6yLHdZXdGtmb5QeUM_CYneh1xCE4hidfplj_puVQ/edit

3/6

20/08/2025 21:50

Prix littéraires en bibliothèque : médiation, prescription

Création de prix littéraires

10. Pensez vous que la création de prix littéraires par des bibliothèques est pertinente ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui *Passer à la question 11*
- ☐ Non *Passer à la question 12*

Passer à la question 13

Oui la création de prix littéraires par une bibliothèque est pertinente...

11. Car : *

Passer à la question 13

Non, la création de prix littéraires par une bibliothèque n'est pas pertinente...

12. Car : *

Passer à la question 13

Pour aller plus loin

https://docs.google.com/forms/d/1VT6yLHdZXdGtmb5QeUM_CYneh1xCE4hidfplj_puVQ/edit

4/6

20/08/2025 21:50

Prix littéraires en bibliothèque : médiation, prescription

13. Accepteriez-vous d'être recontacté·e pour un rapide entretien afin d'approfondir le sujet ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui *Passer à la question 14*
- ☐ Non

Mail

14. L'adresse mail à laquelle vous souhaitez être recontacté·e : *

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

Google Forms

https://docs.google.com/forms/d/1VT6yLHdZXdGtmb5QeUM_CYneh1lxCE4hidfplj_puVQ/edit

5/6

ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN

- Quel est votre poste au sein de la bibliothèque, et quel est votre rôle en ce qui concerne le prix littéraire ?
- Est-ce votre première participation/est-ce la première année de création de ce prix ?
- Avez-vous ou allez-vous organiser des événements de médiation autour du prix ? Lesquels ?
 - o Si vous avez déjà organisé une animation, est-ce que cela a fonctionné (présence de personnes, qualité de l'animation, intérêt...) ?
 - o Si vous n'avez pas encore organisé d'animation mais que vous en avez prévu, quels sont vos attentes ?
- Comment mettez-vous en avant les ouvrages de la sélection ? Sont-ils plus empruntés que les autres ?
- Qu'est que vous pensiez que le prix vous apporterait et qu'est-ce qu'il vous a apporté en réalité ?
- Pouvez-vous me parler de la logistique, de l'investissement que cela représente (coût, subventions...) ?
- Pensez-vous que les prix littéraires sont de bons outils pour choisir les livres à acquérir ?
- Vous servez vous d'autres prix littéraires dans vos pratiques (médiation ou achat) ?
- [Si le prix n'a pas été créé par la structure] Avez-vous déjà envisagé d'organiser vous-même un prix littéraire ? Pour quelle raison ?

ANNEXE 5 : PREMIERE PAGE DE L'AGENDA DES ANIMATIONS DE JUIN A SEPTEMBRE 2025 DES BIBLIOTHEQUES DE NANTES

n°93
l'agenda
de juillet à septembre 2025

Sommaire

Les événements	p.4 à 13
Rencontrer	15
Découvrir	p.16 et 17
Écouter	p.18 et 19
Échanger	p.20 et 21
Jouer	p.22 et 23
Calendrier animations	p.24 à 26
Partenaires /	
Actions éducatives	p.27

Le **Contrat Territoire-Lecture** lie l'État et les Villes de Nantes, Orvault, Rezé et Saint-Herblain, pour le développement de la lecture dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville.

Les actions co-financées par l'État sont signalées par le logo «CTL» dans cet agenda.



Conception : DCS Ville de Nantes / Réalisation : VUPH / Photographies et illustrations : Clémentine / Adoblock / p.3 : S. A. S. / Adoblock / p.6 : Meme Ekl et Compagnie / p.7 : Marion Baraud / p.8 : Adoblock / p.9 : Ville de Nantes - Bibliothèque municipale - Franck Pétion / p.13 : DR / p.15 : Ville de Nantes - Bibliothèque municipale - Franck Pétion, DR / p.17 : Adoblock / p.18 : Alize Gau / p.19 : Claire Delfino, Julien Luit, Cécile / p.20 : Greta Cook / Adoblock / p.21 : Cht / Julie Cotonnet / p.22 : Adoblock / p.23 : Patrick Rabreau-Rouin / p.24 : DR / p.25 : Adoblock / p.26 : SA Origami / p.27 : Adoblock.



se livre
Bibliothèque

L'été à la Bibliothèque

➤ **C'est + de prêts**
Jusqu'au 14 août, vous pouvez emprunter 20 documents et 10 livres numériques pour 6 semaines

➤ **Horaires d'été**
Du 1^{er} juillet au 31 août

Bibliothèques de quartier
Mardi, mercredi et vendredi de 14h à 18h

Médiathèque Jacques Demy
Mardi, jeudi et vendredi de 13h à 18h
Mercredi et samedi de 11h à 18h
Espace Patrimoine : ouverture à 14h

Médiathèques Lisa Bresner, Luce Courville et Floresca Guépin
Du mardi au vendredi de 14h à 18h
Samedi de 11h à 18h

Réunions d'information aux enseignants

➤ Bibliothèque de la Manufacture
Mardi 16 septembre à 17h

➤ Médiathèque Luce Courville
Jeudi 18 septembre à 16h45

➤ Médiathèque Lisa Bresner
Jeudi 18 septembre à 17h15

➤ Médiathèque Jacques Demy
Jeudi 18 septembre à 17h30

➤ Bibliothèque Erdre-Batignolles
Jeudi 18 septembre à 18h30

➤ Médiathèque Floresca Guépin
Mardi 23 septembre à 17h



Clubs de lecture : premiers rendez-vous

À la rentrée, c'est le moment de rejoindre les clubs de lecture de la Bibliothèque municipale. Pour la **jeunesse entre 9 et 12 ans** ou les **adolescents à partir de 13 ans**, les médiathèques proposent toute l'année des rendez-vous réguliers pour partager ses découvertes littéraires avec des passionnés de lecture. Ces échanges sont l'occasion de connaître de nouveaux auteurs, d'explorer d'autres genres et de stimuler son esprit critique, en toute convivialité.

Les participants aux clubs de lecture Jeunesse participent aussi au **Prix Bermond-Boqué**, le Prix littéraire jeunesse de la Bibliothèque municipale, en votant pour leur roman favori.

Retrouvez toutes les dates des premiers rendez-vous des clubs de lecture page 20.

Renseignements et inscriptions dans les bibliothèques et médiathèques

ANNEXE 6 : PAGE 11 DE L'AGENDA DES BIBLIOTHEQUES DE NANTES





Écrivain public

Des écrivains publics bénévoles proposent une aide gratuite pour la rédaction de courriers, à caractère privé, administratif ou professionnel.

Sur rendez-vous - Hors vacances scolaires

- > **Médiathèque Luce Courville**
Les mercredis et samedis à 10h et 11h
- > **Médiathèque Jacques Demy**
Les mercredis à 10h et 11h, à partir du 1^{er} octobre
- > **Bibliothèque Erdre-Batignolles**
Les mercredis et samedis à 10h et 11h

Conversation en français

Un atelier en petit groupe pour échanger, partager, pratiquer et améliorer votre français en toute convivialité.

Tout public - Hors vacances scolaires

- > **Médiathèque Lisa Bresner**
Les mardis à 14h30
- > **Médiathèque Luce Courville**
Les jeudis à 14h30
- > **Médiathèque Jacques Demy**
Les mardis à 17h30 et vendredis à 14h30 à partir du 16 septembre
- > **Médiathèque Floresca Guépin**
Les vendredis à 15h, à partir du 12 septembre

Clubs de lecture : premiers rendez-vous

Jeunesse

De 9 à 12 ans

- > **Médiathèque Floresca Guépin**
Mercredi 17 septembre à 17h30
- > **Médiathèque Lisa Bresner**
Vendredi 19 septembre à 17h15
- > **Médiathèque Jacques Demy**
Jeudi 25 septembre à 17h45
- > **Médiathèque Luce Courville**
Jeudi 25 septembre à 17h30

Ados

À partir de 13 ans

- > **Médiathèque Floresca Guépin**
Mercredi 24 septembre à 17h30
- > **Médiathèque Jacques Demy**
Mercredi 24 septembre à 17h30

Prix du Roman Cezam

Rencontres entre lecteurs
En attendant le vote l'automne prochain, les participants au Prix échanger à propos des dix romans de la sélection. Vous y êtes également conviés pour partager vos avis. (voir page 15)

Café blabla

Ce roman ou cette BD qui vous a touché, l'essai qui a changé votre regard sur un sujet... Venez partager vos dernières lectures autour d'un café et apportez vos découvertes.

Public adulte
Samedis 13 septembre et 18 octobre (voir page 13) à 10h30
Médiathèque Jacques Demy

Point Information Nantes Solidaire

Venez échanger avec un professionnel du Centre communal d'action sociale de la Ville de Nantes pour vous informer des aides et dispositifs existants.

Tout public

- > **Médiathèque Jacques Demy**
Vendredi 22 août et 19 septembre, de 15h30 à 17h30
- > **Médiathèque Luce Courville**
Mercredi 2 juillet, 27 août et 3 septembre de 16h à 17h30




P20 - Page 11 de l'agenda

P21 - Page 12 de l'agenda

ANNEXE 7 : PUBLICATIONS INSTAGRAM - PRIX DES LECTRICES ET DES LECTEURS DES BIBLIOTHEQUES DE LA VILLE DE PARIS





bibliotheques.paris et bibrobertsabatier

Et la semaine prochaine, nous vous invitons à une rencontre exceptionnelle avec les cinq auteurs et autrices en lice cette année :

- @benedicteduprelatour, autrice de "Terres promises" (@les_editions_du_panseur)
- Stéphane Giusti, auteur de « Le Juif rouge » (@editionsseghers)
- @alix_lerasle, autrice de « Du verre entre les doigts » (@lecastorastrol)
- @eliotruffel, auteur de « Après ça » (@editionsdelolivier)
- @guillaume.viry, auteur de « L'appelé » (@editionsducanoe)

Vendredi 7 février à 19h
@bibrobertsabatier (18e)

Toutes les informations et modalités de réservation sont à retrouver sur bibliotheques.paris.fr

Et n'oubliez pas : vous avez jusqu'au 6 mars pour voter pour votre roman préféré en bibliothèques ou en ligne !

44 J'aime
31 janvier

Ajouter un commentaire... [Publier](#)



bibliotheques.paris • Suivre

bibliotheques.paris Nous avons interviewé les cinq auteurs et autrices sélectionnés pour le Prix des lecteurs et des lectrices des bibliothèques !

Ils nous parlent de leur rapport aux bibliothèques, de leurs débuts dans l'écriture ou encore de leurs premiers romans préférés... Découvrez leurs réponses sans attendre sur bibliotheques.paris.fr !

Pour rappel, vous avez jusqu'au 6 mars pour voter pour votre premier roman préféré, en bibliothèques ou en ligne.

26 sem

guillaume.viry Répondre

74 J'aime
12 février

Ajouter un commentaire... [Publier](#)

ANNEXE 8 : REGLEMENT DU PRIX DES LECTEURS DU VAL DE SULLY DE 2024



REGLEMENT

Art. 1 : Le réseau des bibliothèques de la communauté de communes du Val de Sully organise à partir du 15 Janvier 2024 son second

“ PRIX des LECTEURS du VAL DE SULLY “

Art. 2 : Les objectifs sont de :

- Donner ou redonner goût à la lecture
- Mettre en avant les coups de cœur des bibliothèques du réseau
- Créer un projet porté par l'ensemble de l'équipe
- Travailler en collaboration avec des partenaires locaux (MDL, Libraires, Enseignants...)

Art. 3 : Le choix s'est porté sur des ouvrages coup de cœur pour adultes édités entre 2022 et 2023, au contenu pertinent et aux ouvrages peu volumineux.

Deux catégories ont été choisies : Roman adulte et Bande dessinée.

Art. 4 : la sélection de ROMAN adulte comprend les six titres suivants : La belle famille de Laure de Rivières, Hors des murs de Laurie Cohen, Entre toutes les mères d'Ashley Audrain, Une terrible délicatesse de Jo Browning Wroe, Avant que le monde ne se ferme d'Alain Mascaró, Un long, si long après-midi d'Inga Vesper.

Art. 5 : la sélection de BANDE DESSINEE comprend les six titres suivants : Le petit frère de Jean-Louis Tripp, Jours de sable d'Aimée de Jongh, Le chœur des femmes d'Aude Mermilliod, Celle qui fit le bonheur des insectes de Zidrou, Le plongeon de Séverine Vidal, Celle qui parle d'Alicia Jaraba.

Art. 6 : Les lecteurs sont invités à voter pour leurs lectures préférées afin de déterminer le vainqueur de chaque catégorie. Chaque participant pourra exprimer un seul vote pour chaque catégorie. Les votes sont ouverts dans toutes les bibliothèques du réseau entre le 15 janvier et le 8 juin 2024.

Art. 7 : Différentes animations et actions de médiation telles que des lectures à voix haute, expositions, jeux (mots cachés, mots mêlés), vidéos de présentation, interviews d'auteurs sont proposées aux lecteurs au cours des mois afin de valoriser ce prix littéraire.

Art. 8 : La participation à ce prix et aux actions de médiation est gratuite et ouverte à tous à partir de 15 ans. L'emprunt des titres nécessite une inscription dans les bibliothèques du réseau.

Art. 9 : Les réponses aux jeux sont limitées à une seule par personne et par catégorie. En cas de réponses multiples, tous les bulletins de jeu d'un même lecteur seront annulés.

Art.10 : Les jeux offrent la possibilité d'être tiré au sort et de gagner un lot. Les lots seront attribués et répartis en fonction de leur valeurs (liste indicative, les lots pourront être remplacés par des lots de valeur similaire) :

Pour les jeux du prix des lecteurs – romans

Rang	Contenu des lots	Valeur indicative
1er	2 entrées au Belvédère, 1 guide du patrimoine religieux en Val de Sully, 2 visites guidées de l'Oratoire Carolingien de Germiny des Prés, 1 entrée bien-être au centre Aquaforme Val d'Oréane, 1 bon cadeau librairie "Au temps des livres" de Sully-sur-Loire, 3 bd, 1 roman	142,50 euros
2eme	1 entrée au Belvédère, 1 livret "Pavement", 2 bd, 2 visites de l'Oratoire Carolingien de Germiny des Prés, 1 bon cadeau de La librairie "Au temps des livres" de Sully-sur-	94 euros

	Loire, 1 entrée bien-être au centre Aquaforme Val d'Oréane	
3eme	1 livret "La part du lion", 1 visite de l'Oratoire Carolingien de Germigny des Prés, 2 bd	47.75 euros

Pour les jeux du prix des lecteurs - BD

Rang	Contenu des lots	Valeur indicative
1er	2 entrées au Belvédère, 1 guide du patrimoine religieux en Val de Sully, 2 visites guidées de l'Oratoire Carolingien de Germigny des Prés, 1 entrée bien-être au centre Aquaforme Val d'Oréane, 1 bon cadeau librairie "Au temps des livres" de Sully-sur-Loire, 4 romans	138,30 euros
2eme	1 entrée au Belvédère, 1 livret "Pavement", 2 visites de l'Oratoire Carolingien de Germigny des Prés, 1 bon cadeau de La librairie "Morin" de Sully-sur-Loire, 2 romans, 1 entrée bien-être au centre Aquaforme Val d'Oréane	94.40 euros
3eme	1 livret "La part du lion", 1 visite de l'Oratoire Carolingien de Germigny des Prés, 2 romans	48.80 euros

Art. 12 : L'organisation de la cérémonie d'annonce du Prix des lecteurs Val de Sully est prévue le **samedi 15 juin 2024 à St-Benoit-sur-Loire à 15h**. Lors de cette cérémonie, les gagnants des deux sélections seront annoncés ainsi que les lecteurs gagnants des jeux qui recevront, à cette occasion, leurs lots cadeaux.

Art. 13 : Aucune réclamation concernant le libellé de l'animation, son organisation ou ses participants ne pourra être faite.

Art. 14 : Le présent règlement est déposé à la Communauté de Communes VAL de SULLY, 28 route des Bordes, 45460 BONNÉE.

Art. 15 : Le simple fait de participer à cette animation implique l'acceptation de ce règlement. Les organisateurs se réservent le droit de le modifier ou de l'annuler si les circonstances l'exigent.

TABLE DES MATIERES

SIGLES ET ABREVIATIONS	11
ECRITURE INCLUSIVE	12
INTRODUCTION.....	13
Un phénomène culturel majeur... et pourtant peu étudié.....	13
Genèse historique et évolution des prix littéraires.....	14
<i>Le bouleversement de l'Académie Goncourt</i>	<i>14</i>
<i>Une multiplication des prix littéraires</i>	<i>14</i>
Enjeux professionnels et questionnements contemporains	15
<i>Ami ou ennemi ?</i>	<i>15</i>
<i>Les prix littéraires des bibliothèques.....</i>	<i>16</i>
<i>Problématique et enjeux de recherche</i>	<i>16</i>
Cadre d'analyse et sources mobilisées.....	18
<i>Sources bibliographiques principales.....</i>	<i>18</i>
<i>Méthodes d'enquête</i>	<i>18</i>
CADRE THEORIQUE ET CONTEXTUEL	19
Histoire et typologie des prix littéraires en France.....	19
<i>Genèse et évolution : motivations premières et transformations.....</i>	<i>19</i>
<i>Typologie et modalités d'organisation.....</i>	<i>23</i>
Prix littéraires et prescription culturelle : enjeux théoriques.....	26
<i>Définition et mécanismes de la prescription littéraire.....</i>	<i>26</i>
<i>Les prix comme instances de légitimation culturelle</i>	<i>28</i>
Médiation en bibliothèque.....	31
<i>Définition et mécanismes de la médiation.....</i>	<i>31</i>
<i>Les prix littéraires comme outil d'animation</i>	<i>34</i>

LES PRIX LITTERAIRES EN BIBLIOTHEQUES : ETAT DES LIEUX ET PRATIQUES.....	38
Méthodologie de recherche.....	38
<i>Questionnaire et entretiens : élaboration et objectifs.....</i>	<i>38</i>
<i>Critères de sélection des bibliothèques et terrain d'étude</i>	<i>40</i>
<i>Méthode d'analyse des données.....</i>	<i>43</i>
<i>Limites méthodologiques et précautions d'interprétation.....</i>	<i>43</i>
Panorama des prix organisés par les bibliothèques en 2025.....	44
<i>Typologie et modalités d'organisation.....</i>	<i>44</i>
<i>Stratégies de communication.....</i>	<i>51</i>
ENJEUX STRATEGIQUES DU PRIX LITTERAIRE EN BIBLIOTHEQUE	59
Les prix comme outils de sélection : analyse critique des mécanismes prescriptifs	59
<i>Une efficacité prescriptive ?.....</i>	<i>59</i>
<i>Appui sur les habitudes et traditions de lecture</i>	<i>60</i>
Potentiel des prix comme outils de médiation	62
<i>Dispositifs de médiation inspirés par les prix</i>	<i>62</i>
<i>La création de prix par les bibliothèques comme outils de médiation, mais pas que... ..</i>	<i>63</i>
<i>Publics atteints et résultats</i>	<i>65</i>
Étude de cas approfondi : le prix « Lire pour Agir »	68
<i>Un prix littéraire local et associatif.....</i>	<i>68</i>
<i>Organisation du prix.....</i>	<i>69</i>
<i>Médiation et communication</i>	<i>70</i>
<i>Résultats et analyse</i>	<i>71</i>
Préconisations.....	72
CONCLUSION	75
SOURCES.....	79

BIBLIOGRAPHIE.....	85
ANNEXES.....	89
TABLE DES MATIERES.....	105