



Reconnaissance sociale et professionnelle du travail de libraire

Frédérique Leblanc, Élise Henry

► To cite this version:

Frédérique Leblanc, Élise Henry. Reconnaissance sociale et professionnelle du travail de libraire. Leblanc Frédérique et Sorel Patricia. Histoire de la librairie française, Electre Éditions du Cercle de la librairie, pp.489-494, 2008. halshs-01326434

HAL Id: halshs-01326434

<https://shs.hal.science/halshs-01326434>

Submitted on 6 Jun 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Reconnaissance sociale et professionnelle du travail de libraire

Frédérique LEBLANC
Maîtresse de conférences en sociologie
Université Paris 10 Nanterre – CSU-Cresppe

Élise HENRY
étudiante en M2 Métiers du livre à Paris 10 Nanterre

Aujourd'hui, le libraire n'est plus « le » dernier maillon de la chaîne du livre, mais l'un des divers derniers maillons, au même titre que les grandes surfaces (spécialisées ou non), les clubs de livres, la vente par internet, etc. L'observation de ses pratiques de travail permet d'appréhender la place et la fonction que la société lui assigne et la façon dont il les assume, mais aussi ce en quoi consiste son rôle particulier dans la chaîne du livre.

Une position sociale peu valorisée

Librairie et édition, deux maillons de la chaîne du livre séparés par une large distance sociale

« Mal cernée au plan statistique, la librairie ne fait (...) pas l'objet d'un suivi régulier par l'appareil statistique national : à la différence de l'édition, elle ne bénéficie ni d'un code d'activité propre, au sein de la nomenclature d'activités françaises ni d'une enquête annuelle de branche s'inscrivant dans le cadre des statistiques obligatoires »¹. Bel et bien recensée, elle est regroupée avec d'autres commerces : le code 52.4R, rassemble le « commerce de détail de livres, journaux et papeterie »² (dont sont exclus la vente de livres ancien et d'occasion et les grossistes³). Ainsi, outre le fait qu'il n'est pas possible de dessiner une silhouette claire des libraires et de leurs entreprises, ce classement signale deux points symboliquement essentiels : la

¹ *Situation économique de la librairie indépendante*, Ministère de la Culture, mars 2007, p. 5.

² Jusqu'en 1993, le code NAP (nomenclature d'activités et de produits) 6443 désignait la vente de « livres, papeterie, journaux, fournitures de bureaux et timbres de collection » pour au moins 50 % du chiffre d'affaires, et la catégorie 6443-1 la vente des livres ou les entreprises qui y consacrent plus de 50 % de leur chiffre d'affaires total, in J. Thibaud, *Petites entreprises de l'artisanat, du commerce et des services*. Paris, INSEE, col. les Collections de l'INSEE E, n° 110, janvier 1988, p. 99. Avant 1959 deux codes regroupaient la librairie : 7640 « commerce des livres et journaux, commerce de détail de papier carton, bureau » et 7641 « commerce des livres et journaux marchand de journaux ». De 1959 à 1973 la catégorie 6443 comprend le « commerce de journaux, livres, papeterie, bureaux, timbre de collection ».

³ La vente de livres ancien et d'occasion est repérable sous le code 52.5 « Commerce de détail de biens d'occasion », et les grossistes, 51.4S, font partie de la classe 51 du « Commerce de gros et intermédiaires du commerce ».

société s'intéresse effectivement au secteur du livre ... mais exclusivement à sa production via l'édition, imposant par là même, une hiérarchie entre ces deux métiers du livre : la commercialisation n'est qu'un artefact de la production dans le livre comme ailleurs. Cette hiérarchie n'est qu'un dérivé, certes accentué dans le secteur de la culture en général⁴ et du livre en particulier, d'une façon de concevoir les rôles et les places de chacun dans une société qui valorise avant tout la production et donc les producteurs, les commerçants n'étant qu'à leur service.

Cette infériorité sociale se repère aussi lorsqu'on observe les travaux sur la librairie tant en histoire, qu'en économie, sciences politiques ou sociologie, etc. : l'activité du commerce du livre depuis l'après guerre a été très peu étudiée pour des raisons qui tiennent au moins autant aux logiques propres de chacune de ces disciplines scientifiques⁵ qu'au métier lui-même. De manière générale, les données sur les commerçants de détail restent rares sauf dans des périodes troublées : après les mouvements poujadistes du début des années 50, puis la période faste du Cid-Unati (Confédération intersyndicale de défense et d'union nationale d'action des travailleurs indépendants) au milieu des années 70, lorsque des chercheurs de diverses sciences humaines s'intéressent aux opinions politiques de cette catégorie particulière. À la même époque, des questions surgissent sur l'éventuelle disparition du petit commerce face au développement croissant des grandes surfaces. Mais les travaux portent le plus souvent sur le secteur particulier de l'alimentation et, lorsqu'ils traitent du commerce de détail non alimentaire, ils restent en général très éloignés de la librairie, activité trop spécifique du fait de son rapport à la culture et, depuis 1981, de son cadre juridique qui ne laisse pas au commerçant la liberté d'établir ses prix. Quant aux travaux sur les activités liées à la culture, ils ne traitent pas de ce métier trop en rapport avec la vente, souvent pensée comme la seule prérogative de la librairie, culture et commerce étant deux notions s'excluant l'une l'autre, dans l'imaginaire collectif des pays de tradition catholique.

Comme tous les systèmes de classification administrative, celui de l'ensemble des activités professionnelles contribue à façonner un certain ordre social ou du moins à en donner une

⁴ « C'est au niveau de l'œuvre faite que se situe l'action du négociant, c'est au niveau de l'œuvre à faire que se situe celle de l'entrepreneur », in R. Moulin : « De l'artisan au professionnel : l'artiste », *Sociologie du Travail*, n° 4, 1983, p. 392.

⁵ Née « de » ou « en même temps que » la volonté de comprendre et d'expliquer la révolution industrielle et ses répercussions, la sociologie française ne s'intéresse d'abord qu'au « travail » directement ou indirectement *productif* et donc de façon préférentielle les secteurs primaires et secondaires, de l'artisanat à la grande entreprise, comprenant les postes administratifs liés à l'entreprise — hormis des travaux qui touchent à l'État, c'est-à-dire au social, l'éducation, la justice, la santé, les services sociaux ... « Georges Friedmann a beau inclure dans ses réflexions sur le travail le modèle artisanal (...), les chercheurs versés dans l'étude de ce nouveau domaine s'attachent exclusivement à la sociologie de l'industrie et des relations industrielles, négligeant de considérer que le commerce et l'artisanat pourraient en être partie prenante », in F. Gresle, *Indépendants et petits patrons, pérennité et transformation d'une classe sociale*, Thèse de Doctorat de sociologie, Paris V, 1978.

représentation⁶. Évoluant au fil de l'histoire, ils déterminent fortement à la fois la façon dont les personnes en activité s'efforcent de se positionner socialement⁷ en adhérant ou en cherchant à se démarquer de cette image préconstruite, et les opportunités de faire valoir des spécificités aussi bien que d'éventuelles évolutions des pratiques qui modifient, voire bouleversent leur valeur sociale. Or, de 1936 à 1950 la hiérarchisation des emplois salariés d'après les qualifications requises pour occuper un emploi se renforce. Pourtant, si le rapport à la culture a une influence importante sur les positions sociales de l'ensemble des actifs, la familiarité, plus ou moins active, avec la culture n'équivaut pas à un diplôme. Dès lors, puisque leur métier n'exige légalement aucune qualification, voire qu'une part importante de la profession a longtemps été réfractaire à toute idée de ce genre⁸, les libraires se trouvent classés dans la partie moyenne de l'échelle des catégories professionnelles et donc des catégories sociales. En revanche, la hiérarchisation des rôles sociaux dans la société française conduit à ce que l'activité d'éditeur, qui ne requiert pas, *a priori*, davantage de diplôme que celle de libraire, se trouve dans la catégorie sociale et professionnelle supérieure de « cadres supérieurs et professions intellectuelles »⁹, socialement plus valorisée.

La librairie, un commerce de détail parmi d'autres ?

À la suite du XIX^e siècle, le monde du travail du XX^e siècle a été marqué par l'attrait de l'accès au statut d'indépendant¹⁰. L'après-guerre est ainsi une période très favorable au développement du petit commerce en général si l'on en croit le nombre de nouvelles immatriculations figurant sur les registres du commerce, surpassant non seulement la disparition de petits commerçants pendant la période de guerre mais aussi le manque de création. « L'installation à son compte redevient un moyen d'insertion économique et un instrument de

⁶ G. Leclerc, *L'observation de l'homme, une histoire des enquêtes sociales*, Paris, Seuil, 1979, et A. Desrosières, L. Thévenot, *Les catégories socio-professionnelles*, Paris, Éditions La Découverte, collection Repères, 1988. La position des libraires dans les classements institutionnels avant 1945 est à lire dans la première partie de cet ouvrage.

⁷ « En France, des organismes tels que l'INSEE fabriquent et modifient des catégories générales (C.S.P. : catégories socioprofessionnelles de 1954 à 1982, P.C.S. : professions et catégories sociales depuis 1982 ...) qui permettent de classer l'ensemble des individus recensés selon des critères combinant principalement l'appartenance et la position « professionnelle » avec le niveau et le type d'études « scolaires » suivies. Cette priorité accordée aux champs professionnel et scolaire est historiquement contingente mais elle n'en confère pas moins une légitimité particulière à ces catégories et donc aux champs sociaux à partir desquels elles sont construites et reconstruites », A. Desrosières, A. Goy, L. Thévenot, « L'identité sociale dans le travail statistique ; la nouvelle nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles », *Économie et Statistique*, n° 152, février, pp. 55-81, 1983.

⁸ Cf. sur ce point O. L'Hostis, « La formation des libraires : lieu d'expression du clivage de la profession », dans cet ouvrage.

⁹ Certes, les libraires ne sont pas les seuls actifs à se trouver noyés dans des catégories floues et non structurantes qui ne permettent pas plus de les identifier qu'elles ne leur offrent la possibilité de s'affirmer comme représentant d'un rôle social bien défini. Cependant, l'impossibilité de repérer les libraires (au même titre que les médecins ou les ouvriers du bâtiment par exemple) est socialement chargée de sens, non sur la place du livre dans notre société puisque l'édition est très bien repérée, mais sur celle du commerce en général dont les spécificités des différentes branches, que crée la marchandise travaillée, sont souvent aplanies voire ignorées (la librairie n'est qu'une de ces branches particulières).

¹⁰ R. Castel, *Les métamorphoses de la question sociale, une chronique du salariat*, Paris, Fayard, 1995.

mobilité sociale assez sûrs, procurant des revenus, une « situation » convenable eu égard au sort que connaissent les travailleurs salariés »¹¹. Les petits commerçants « voulaient avant tout “ être à leur compte ” pour échapper aux contraintes du salariat, gagner plus d’argent, et “ monter ” dans l’échelle sociale. (...) Aujourd’hui comme hier, le petit commerce apparaît donc comme une voie de “ promotion sociale ” ouverte à ceux, comme le disent nos interviewés eux-mêmes, qui n’avaient au départ “ ni fortune, ni diplôme, ni relations ” »¹². Ce phénomène n’échappe pas aux libraires de la Chambre syndicale qui, dans leur publication, le *Bulletin des libraires*, déplorent à plusieurs reprises le nombre croissant de points de vente proposant des livres et qui, selon eux, n’ont pas les compétences requises pour ce faire¹³. La coexistence de deux niveaux de professionnalisme, l’un issu d’une tradition familiale et l’autre émanant de nouveaux venus dans le métier, est d’ailleurs souvent très mal vécue : « ne demandez pas à ces nouveaux messieurs ce que c’est que le Livre (...) Ils s’en moquent car ils vendent, ils font recette et cela leur suffit »¹⁴. Aujourd’hui, le mauvais accueil fait à ces nouveaux venus subsiste en des termes toujours aussi peu amènes : « il y a beaucoup de femmes de 40 ans maintenant dont les maris arrivés ont une bonne situation ou des indemnités de licenciement : on s’installe ... ça a été des fleuristes, des magasins de vêtement, la parfumerie, ça aussi a été la librairie ... » (libraire en Picardie)¹⁵.

Les commerçants font partie de la classe moyenne à double titre : socialement du fait de leur indépendance et économiquement si l’on considère non pas leurs revenus mais leur position dans une hiérarchie fondée à la fois sur la propriété des moyens de travail et sur l’échelle de la production. Ce statut est donc satisfaisant pour un certain nombre d’accédants à l’indépendance. En revanche, dans le groupe des propriétaires des moyens de travail — au sens le plus large du terme — les « petits » commerçants occupent un statut dominé du fait de la faiblesse de leur capital économique, voire de leur capital social indispensable à l’accession à une position dominante quelque soit le groupe social que l’on considère. Toutefois, le capital culturel et social que procure la librairie n’est pas sans importance. « Ce sont les grands-parents de mon mari qui ont acheté la librairie en 1932 : à cette époque les gens qui avaient un peu de bien ... ils cherchaient une profession pour leur fils aîné. Ils étaient dans le commerce de grain. Comme c’était des gens religieux, ils ont choisi la librairie de l’archevêché. Pour les grands-parents ça

¹¹ F. Gresle, « Petit commerce et politique de 1945 à nos jours », p. 134, in C. Marengo, N. Mayer (dir.), *Commerce et consommation : les acteurs et les stratégies*, UER Sciences des Organisations, Paris Dauphine, cahier n° 130, 1984.

¹² Enquête menée à partir d’entretiens semi-directifs dans deux rues parisiennes entre 1972 et 1977 : N. Mayer, « Commerçants traditionnels et nouveaux commerçants, la résistance du petit commerce traditionnel », pp. 170-176, p. 134, in C. Marengo, N. Mayer (dir.), *op. cit.*, n° 130.

¹³ Voir, dans ce même ouvrage, L. Pinhas « Libraires et éditeurs : des relations ambivalentes ».

¹⁴ R. Picquot, *Bulletin des libraires*, n° 620, mars 1946, p. 33.

¹⁵ Propos recueillis au cours d’une recherche menée de 1991 à 1993. F. Leblanc, *Du statut social à la pratique professionnelle, construction d’une identité professionnelle : libraire*, Thèse de doctorat de sociologie, Paris VIII, décembre 1995.

leur paraissait quelque chose de très bien pour leur fils, c'était gratifiant » (libraire dans une ville du Nord)¹⁶. Enfin, le fait que les libraires soient bien plus diplômés que la grande majorité des commerçants, montre que leur métier offre l'opportunité de mettre en valeur ce capital culturel à relativement peu de frais, en particulier pour d'anciens employés de librairie : « mes parents étaient dans la viticulture. (...) Je venais d'avoir mon Bac littéraire obtenu avec beaucoup de difficultés parce que je n'étais pas un élève très brillant, et on m'avait trouvé un petit emploi qui n'était pas rémunéré pendant le premier mois. Je devais faire assez bien l'affaire puisque Mme. G. m'a proposé de rester en septembre, et de me salarier. Septembre 1971 a été mon premier vrai mois comme libraire. Mon premier salaire, je me souviens, avait été un stylo Mont-Blanc » (repreneur de la librairie de Mme G. en 1974, Pays de Loire). La librairie est enfin une situation envisageable pour des personnes qui ne peuvent reproduire une situation familiale élevée, du fait du capital social que procure un métier en lien avec la sphère culturelle¹⁷.

Dans tout commerce la reconnaissance professionnelle, par les pairs comme par les clients, se fait sur la connaissance du produit et la capacité de le choisir parmi ceux que proposent plusieurs fournisseurs, comme sur la mise en avant. La situation de la librairie est toutefois particulière dans le champ du commerce : chaque produit n'est disponible que chez un seul fournisseur puisque chaque ouvrage est unique, et il y a aujourd'hui pas moins de 600 000 titres disponibles. En outre, si le livre n'est pas périssable, des saisonnalités existent néanmoins (livres scolaires, beaux livres, etc.), et certains d'entre eux, conçus comme des produits plus commerciaux que culturels, ont des durées de vie très courtes. Si le libraire peut jouer sur la composition de son assortiment, cette possibilité est très encadrée. Elle l'est non seulement par des contraintes économiques, mais aussi parce qu'il ne peut agir sur la qualité du produit qu'il vend ni, depuis l'instauration de la loi Lang, attribuer lui-même une valeur à ce qu'il vend en fixant le prix. Ces deux caractéristiques suffisent à dévaluer sa valeur professionnelle et sociale dans le champ du commerce. Ainsi un libraire qui se distingue par sa seule capacité à donner une singularité à son entreprise par le travail sur son assortiment peut certes gagner l'estime des professionnels de la chaîne du livre, mais n'acquérir aucune reconnaissance particulière auprès d'autres commerçants. En outre, penser que la librairie jouirait auprès de ces derniers d'une réputation en rapport avec la qualité culturelle du livre serait une erreur : la culture n'a de propriété classante que dans les catégories sociales dans lesquelles elle peut être réinvestie socialement¹⁸. C'est pourquoi, si les libraires tiennent à être reconnus dans leur spécificité, ils ne

¹⁶ Bien qu'antérieur à l'époque dont il est ici question, ce témoignage est emblématique d'un type d'accession à la librairie depuis la fin du XIX^e siècle. Dans cette librairie, la « vente au comptoir » a été pratiquée jusqu'à la fin des années 80. F. Leblanc, *op. cit.*

¹⁷ F. Leblanc, « 1791-1914, la métamorphose de la librairie », in *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle*, J.-Y. Mollier (dir.), Paris, IMEC Édition, 1997. pp. 217-223.

peuvent le faire qu'à l'extérieur du secteur du commerce, dans le secteur culturel, et en développant des particularités non directement liées à la vente.

Un rôle culturel et social qui s'affirme au fil du temps

D'un « commerce culturel » à une « industrie culturelle »

En 1945, le commissaire provisoire de l'Office Professionnel du Livre¹⁹ insiste sur le rôle essentiel qu'est pour lui celui du libraire dans la société : « comme l'éducateur, le médecin, le juge, [il] assume une fonction sociale : il a des devoirs sociaux à remplir, les plus larges devoirs »²⁰, allant jusqu'à parler de la « place d'élite que le libraire a le droit de revendiquer »²¹. Ainsi, depuis la fin de la guerre, les libraires n'auront de cesse de déplorer la non reconnaissance de leur « importance sociale », de façon d'autant plus vive qu'elle leur est déniée, sinon par leur clientèle, du moins par la société en général, voire une grande part des éditeurs. Dans les années 60, en ce milieu des Trente glorieuses, la nécessité de mettre en avant l'alliance des deux facettes du métier se fait plus pressante et plus avouable car la réussite économique devient une marque de réussite sociale plus affirmée. « La question se réduit à ceci : comment concilier ce qui dans un métier est moins noble mais indispensable, avec ce qui en lui est plus élevé et tout autant indispensable, et comment faire cette synthèse dans l'ordre exact de préséance et de valeur ? »²². Toutefois, la question de la valeur culturelle apportée par la pratique professionnelle de certains libraires reste au centre des préoccupations et elle transparaît dans la dénomination de « vraies » librairies qui a eu cours dans les années 70-80 pour désigner les magasins dans lesquels l'accent est mis sur le travail sur l'assortiment et le conseil bibliographique au client²³.

Avec l'instauration de la loi sur le prix unique du livre en 1981, c'est une nouvelle ère qui s'ouvre à double titre. D'une part, les libraires ne se chargent plus de fixer le prix de vente du livre : un élément fondamental de l'activité de commerçant disparaît, et même si cette loi accentue la dépendance de la librairie à l'égard de l'édition qui, donc, agit sur sa rentabilité, elle accroît mécaniquement la part culturelle du métier de libraire. D'autre part, en passant de la tutelle du ministère de l'Industrie et du Commerce à celui de la Culture et de la Communication, la librairie devient une « industrie culturelle » au même titre que d'autres professionnels de la

¹⁸ P. Bourdieu, « Les trois états du capital culturel », *Actes de la Recherche en Sciences sociales*, n° 30, 1979, pp. 3-6.

¹⁹ Il remplace le Comité d'organisation du livre, créé par Vichy, à partir de 1994 et jusqu'au 30 septembre 1945.

²⁰ G. Rageot, *Bulletin des libraires*, n°616, 1945, p. 1.

²¹ *Ibid.*

²² Dr. H.-C. Röpke, *L'Officiel de la librairie*, n°4, septembre 1960.

²³ En 1964, *Le Bulletin des Libraires* donne la parole Robert Escarpit qui s'étonne qu'il n'existe pas de liste précise recensant les « vraies » librairies en France, et regrette que, de manière plus générale, la librairie ne soit pas « perçue comme un phénomène global dans sa totalité, dans sa spécificité. Sa position dans la vie collective en souffre quantitativement et qualitativement ». R. Escarpit, « Le libraire, le pouvoir et le public », *L'Officiel de la librairie*, n° 54-55, octobre 1964, p. 8.

culture « producteurs » ou « non producteurs ». Ce fait, trop souvent passé sous silence, est pourtant essentiel : la dimension culturelle et sociale de la profession de libraire est désormais reconnue au plus haut niveau, son inscription parmi les professions culturelles nécessaire à sa reconnaissance, est actée, et elle a dès lors sa place dans toutes les politiques liées aux livres. Qu'il soit oublié indique à quel point le fait que la librairie est en rapport avec la culture est une évidence pour l'ensemble des acteurs de ce secteur.

Exister parmi les professionnels du livre

L'auteur crée le texte et l'éditeur assure le passage du texte au livre. Dans cette organisation très schématisée, le rôle du libraire²⁴ est d'organiser l'accessibilité aux livres par une action de sélection et de mise en scène de la création littéraire. Pour chacun des trois acteurs que sont l'auteur, l'éditeur et le libraire, la réussite financière revient à la validation de la qualité du travail, mais le libraire est le seul qui en a une perception concrète au quotidien.

Confronté à une production littéraire pléthorique et une surface de vente qui n'évolue pas ou par à coups liés à des opportunités extérieures à la production du livre, le libraire adopte une attitude réactive en la canalisant, la sélectionnant et la cartographiant. La « lecture » que le libraire exerce en tant que professionnel du livre pour travailler son assortiment, s'appuie sur quatre paramètres : l'offre éditoriale, la demande des clients, la surface disponible et enfin, autant que possible, les propres goûts, voire les coups de cœur du libraire. L'acte de lire se situe en effet au cœur du métier²⁵ et revêt une dimension sélective et professionnelle comparable à celle de l'éditeur qui élit les manuscrits qui seront édités, ou du bibliothécaire qui choisit les livres ayant leur place dans un espace public de la culture²⁶. « Le discernement est à l'œuvre dès l'ouverture des cartons. Faire preuve de sagacité face au laxisme ambiant et sa trop facile détaxe. Trier le pire du meilleur : opération fondatrice, passage en douane, moment unique où secouer les cendres, repérer les modes et prévoir ce qui fera mouche. (...) Garder son jugement au frais, douter des critiques les plus fondées »²⁷. Choisir un livre — et en conséquence le mettre en avant physiquement, dans l'espace de la librairie — s'apparente à une seconde maïeutique de la création, à une deuxième découverte de l'œuvre (la troisième étant celle, essentielle, du lecteur).

²⁴ Est entendu sous ce terme toute personne dont la pratique professionnelle consiste partiellement ou totalement à effectuer un travail sur le fonds ou de conseil au client, qu'il soit patron ou vendeur (cf. l'article de C. Horellou-Lafage « Les vendeurs en librairie » dans cet ouvrage).

²⁵ On retrouve l'importance de l'acte de lecture pour les libraires et sa dimension professionnelle dans le livre de Patrick Clou qui fut lui-même libraire : « '-Qu'est-ce que tu feras plus tard ? - Lecteur ! -C'est pas un métier ça ! -Eh bien moi je crois que si'. Inutile d'épiloguer. On y passe sa vie, et il me semble que je commence seulement à savoir lire, maintenant, sur le tard, loin du petit bluff des intentions et approximations (...) », P. Clou, *Mon libraire, sa vie, son œuvre*, Paris, Pocket, 2007, p. 111.

²⁶ « Il est attendu que le bibliothécaire soit un lecteur (pas seulement qu'il lise des livres) à l'image d'un directeur de collection, qu'il sache lire un texte comme si c'était un manuscrit, une première lecture où seraient lues la lange, la syntaxe, la profondeur, ce qui constitue dans l'apprentissage culturel la maturation littéraire », Y. Aubin, « Surproduction romanesque, bibliothèque et prescription », Paris, *BBF*, T.49, n°3.

²⁷ *Ibid*, p. 63.

L'éditeur est « celui qui a le pouvoir tout à fait extraordinaire d'assurer la publication, c'est-à-dire de faire accéder un texte et un auteur à l'existence publique »²⁸. Le libraire est celui qui « a le pouvoir tout à fait extraordinaire » de faire se rencontrer le texte d'un auteur et ses lecteurs, et donc de faire vivre au livre sa véritable existence. La librairie est un espace de théâtralité du livre dans lequel les libraires développent divers moyens de mettre en scène physiquement les livres qui ont reçu leur approbation. C'est dans ce contexte que nombre d'entre eux voient, sans trop de crainte²⁹, se profiler la commercialisation du livre numérique³⁰ qui ne supposerait que l'application de leurs compétences de sélection des textes et de connaissances bibliographiques³¹ à un autre support que le livre, comme c'est déjà le cas pour les disques et les DVD dans certains magasins.

L'influence que le libraire exerce sur la création littéraire est toutefois très peu reconnue, voire méconnue, et elle est le support de sa quête de légitimité³². En effet, il emprunte, assimile, parfois détourne les moyens d'expression d'autres professions du livre. Le prix littéraire adopté par de nombreuses librairies indépendantes, mais aussi par la *Fnac* ces dernières années en est une des manifestations : « déjà, dans les années 50, le Prix des libraires décerné par la Fédération française des syndicats de libraires [FFSL] était censé ouvrir une alternative aux grands prix d'automne [...] Depuis, les prix littéraires ou thématiques se sont multipliés sous l'impulsion d'initiatives collectives ou individuelles [...] *Millepages* a lancé son premier prix en 1985, *La Griffée noire* en 1990, *Lucioles* en 1991, *Folies d'encre* en 1995, etc. »³³. La forme du prix, empruntée à des institutions prestigieuses, affirme la légitimité du libraire à s'exprimer sur le livre et la validité de son opinion, tout aussi recevable que celle d'un quelconque jury. « Le prix a une vertu formidable : toute l'équipe lit les mêmes livres, il a donc une fonction interne. Après, bien sûr, faire un prix c'est légitimer, c'est dire que nous avons suffisamment d'autorité pour

²⁸ P. Bourdieu, « Une révolution conservatrice dans l'édition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1999, vol. 26, n° 1, p. 3.

²⁹ La question de la disparition du livre est récurrente depuis l'apparition de nouveaux médias, dès le XIX^e siècle, toujours d'abord pensés comme concurrents du livre, alors même que le cours du temps, comme l'ensemble des études sur les pratiques culturelles depuis les années 1960, démontrent sa pérennité.

³⁰ Le livre numérique peut être lu sur ordinateur et ne suppose l'utilisation d'aucun outil de lecture spécifique (« e-book », etc.) au contraire du « livre électronique ».

³¹ Les moteurs de recherche les plus utilisés aujourd'hui (notamment Google) et les sites commerciaux (*fnac.fr* et *amazon.com* par exemple) n'offrent qu'un seul mode de hiérarchisation de l'information, d'ailleurs non formulé et qui s'applique uniformément à toutes les requêtes, au contraire de ce que sont en mesure de proposer des librairies indépendantes.

³² Les libraires se situent à l'intérieur du champ des métiers du livre – plus précisément en bout de chaîne – et leurs comportements professionnels sont déterminés en partie par cette situation : « les identités ne sont ni immanentes, ni immuables ; elles sont des constructions dont les fondations et les superstructures sont déterminées par les situations dans lesquelles elles sont érigées, par les rapports de pouvoir qui sont alors noués et les efforts entrepris pour les modifier », D.-C. Martin, « Le choix d'identité », *Revue française de science politique*, Paris, 1992, Vol. 42, n° 4, pp. 582-583.

³³ C. Normand, « Aider un livre et animer le magasin », *Livres Hebdo* n°692, 1^{er} juin 2007.

légitimer » (Jean-Marie Ozanne, *Folies d'Encre*, Montreuil, 93)³⁴. La reconnaissance de la clientèle est d'ailleurs au rendez-vous comme le montrent les courbes de vente de certains titres couronnés par le Prix des libraires³⁵. De même, l'adoption de plus en plus fréquente d'un bandeau aux couleurs de la librairie est significative de la démarche des libraires qui s'inscrivent ainsi dans une filiation intellectuelle d'acteurs de la création littéraire (au sens large), la forme du bandeau ayant été initiée par les prix littéraires puis reprise par le marketing éditorial. Le bandeau de librairie devient un élément du paratexte, une prolongation du travail de l'auteur et de l'éditeur, « ce par quoi un texte se fait livre et se propose comme tel à ses lecteurs »³⁶, qui « apporte des commentaires au texte et pèse sur sa valeur »³⁷.

Le principe du bandeau participe d'ailleurs d'une tendance plus générale des libraires à investir le domaine de l'écrit. Citons par exemple la rédaction de notes de lecture et/ou d'annonces originales, voire d'articles pour des revues littéraires et/ou spécialisées³⁸. Si le métier de libraire s'inscrit traditionnellement dans la discrétion de la mise en scène de l'assortiment, et dans l'oralité pour le rapport au client, le choix de l'expression par l'écrit n'est pas innocent. L'écriture est non seulement devenue au fil des évolutions qu'a connues la librairie (notamment la diversification des clientèles qui recherchent de plus en plus les conseils sans pour autant rechercher le libraire) un complément à la parole du libraire, mais elle est également une manière de rendre palpable non seulement sa connaissance de l'offre éditoriale, mais surtout sa capacité à l'évaluer et sa volonté d'agir sur la création littéraire. Est ainsi donnée à voir sa place d'acteur à part entière de la chaîne du livre. « L'écriture est le jeu dans le langage ; non point (...) parce qu'elle serait un enfantillage à côté de la gravité sérieuse et adulte de la parole, mais parce qu'elle libère des contraintes propres à l'énonciation orale, qui est toujours un acte circonstanciel, interpersonnel et non strictement reproductible. L'écriture est la possibilité du jeu de l'intellect sur la langue »³⁹. Le libraire se détache de la pensée immédiate pour la transformer en production réfléchie, spéculaire. Il rejoint ainsi un domaine ordinairement réservé, dans le champ des métiers du livre, à l'auteur ou au critique littéraire.

« Avec des moyens limités, le lecteur aura tendance à choisir une valeur sûre, un best-seller. Tout le travail du libraire est donc d'aller contre cette tendance, d'indiquer au lecteur des possibilités différentes, en le mettant en confiance par rapport à des livres qu'il connaît mal,

³⁴ Cet extrait d'entretien et les suivants sont tirés d'une étude menée au printemps 2007, in E. Henry, *Le libraire : un passeur ? La recherche d'identité professionnelle et sociale du libraire dans les rôles de prescripteur et médiateur*, Mémoire de Master 1 Métiers du livre, IUP de St Cloud, 2007.

³⁵ Cf. sur ce point précis, l'encadré de S. Ducas, « Le Prix des Libraires : pour des libraires passeurs de livres ».

³⁶ G. Genette, *Seuils*, Paris, Seuil, 2002, p. 182.

³⁷ *Ibid.*, p. 183.

³⁸ *Citrouille*, les dossiers du groupement des libraires Initiales, quelques articles dans *Page*, etc.

³⁹ J. Goody, *La raison graphique*, Paris, Minuit, 1979, p. 9.

voire qu'il ignore »⁴⁰. L'engagement des libraires pour une production « de création » fait partie intégrante de leur identité professionnelle. Dans un ouvrage collectif paru à l'occasion de la fête de la librairie, ils revendiquent « une librairie de création »⁴¹ qui « [s'évertue], en dehors des meilleures ventes, à aiguïser une curiosité envers la littérature sous toutes ses formes, et [prend] le risque de l'imposer dans la solitude de sa subjectivité »⁴². Cette compétence spécifique reconnue et saluée par certains éditeurs parfois depuis plus de 30 ans, prouve le rôle à part entière que le libraire joue dans la chaîne du livre : « Sur un total de 683 titres parus, 333 ont été recensés au moins une fois dans la presse ou présentés à la radio, à la télévision ou sur le Web. (...) Autant dire que ce serait trois cents livres passés à la trappe, si les libraires n'étaient pas là pour leur donner leur chance. Sur les dix romans de notre Palmarès des libraires, quatre seulement figurent parmi les plus médiatisés »⁴³. De même, les libraires sont périodiquement à l'origine de succès éditoriaux retentissants d'ouvrage qui avaient fait des débuts discrets⁴⁴.

Les libraires se démarquent d'autres points du livre en s'engageant dans une défense du fonds qui est aussi une manière de présenter et faire découvrir aux clients/lecteurs un patrimoine culturel, trop souvent noyé au milieu des nouveautés. Nombre d'entre eux considèrent cette partie de leur travail comme une véritable « mission culturelle », qui, dans le même temps, leur permet d'affirmer leur indépendance vis-à-vis du marché et des éditeurs. « À mon avis, ce qui est le fondement du métier, c'est le discernement et la capacité à constituer un fonds, à s'engager pour le défendre, ce qui engage aussi dans la relation au lecteur ou à la lectrice » (Raül Mora, *Envie de lire*, Ivry sur Seine, 94).

Construire une spécificité

Le libraire met essentiellement en avant la position qu'il occupe en bout de chaîne du livre en valorisant la relation humaine au sein de sa pratique. Il est le professionnel du livre ayant le plus proche rapport aux lecteurs non seulement dans la chaîne du livre, mais aussi parmi les autres mode de vente (clubs, vente par internet, etc.). « Au fond, [sa] spécialité (...), c'est sa parole sur le livre, et son rôle, la réelle circulation des échanges »⁴⁵. Cette représentation n'est d'ailleurs pas nouvelle. Dès les années 60, la lauréate du Prix des libraires, Andrée Martinerie, met en évidence le lien unique existant entre les lecteurs et les libraires : « nul prix, je pense, n'aurait pu m'être plus agréable que celui, car nul ne me paraît aussi chaleureux, aussi vivant [...] Il m'apparaît aussi comme un prix des lecteurs et il m'atteste le pouvoir de communication

⁴⁰ F. Rouet, *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, 2000, p. 160.

⁴¹ *Lettre ouverte aux lecteurs qui aspirent encore à la liberté*, Paris, Thierry Magnier, 2005, p. 33.

⁴² *Ibid*, p. 32.

⁴³ Manuel Carcassonne, directeur littéraire chez Grasset, D. Garcia « Exception de culture », *Livres Hebdo*, n° 666, 17 novembre 2006.

⁴⁴ On peut citer a minima *Je voudrais que quelqu'un m'attende quelque part...* d'Anna Gavalda (Le Dilettante, 2003), ou encore *La salle de bain* de Jean-Philippe Toussaint (Minuit, 1985).

⁴⁵ Entretien avec J.-M. Ozanne, A. Lorant-Jolly, *Le Français aujourd'hui*, n° 102, juin 1993.

de ce que j'ai écrit »⁴⁶. Cette proximité permet aux libraires de se distinguer d'autres professionnels du livre et d'autres commerces dans des pratiques pourtant comparables⁴⁷.

Si l'on reprend l'exemple du prix littéraire, attribué en premier lieu par des institutions reconnues avant d'être « popularisé » un peu partout, ou des notules de lecture, chroniques faisant pendant aux critiques, les libraires s'inscrivent dans une démarche de sincérité exigée par les clients. « Le public pense que l'instance de légitimation est achetée, elle est donc séparée de lui puisque le public, lui, n'est pas acheté. Le libraire est dans la proximité, il est collé à son public, il le voit, il le touche, il le sent, il le renifle. Il fait partie des instances de légitimation mais il n'est pas vécu comme quelqu'un d'acheté, c'est ce qui va permettre que la relation soit effective » (J.-M. Ozanne). Le « savoir-être »⁴⁸ occupe ainsi une place primordiale dans leur travail, place qu'il revendique pour justifier sa spécificité parmi tous les commerçants du livre. « La vérité de notre commerce est dans les échanges. Sur le lit des règles générales et dans le mystère de liens irrationnels avec le public des lecteurs. Dans un environnement de massification déroutant et volontiers agressif, ils peuvent trouver une confiance dans un lieu responsable, loin des errements de la grande distribution »⁴⁹. La relation n'est pas unidirectionnelle, comme celle d'un éditeur dont les livres sont lus sans qu'il ait de retour, mais procède d'un rapport social entre deux acteurs : « le libraire est là aussi pour susciter le débat. Il présente, il conseille, il aide. La réussite est mesurée à la joie du lecteur qui lors d'une rencontre suivante dit : “ donnez-moi autre chose ”. La rencontre avec le client/lecteur devient un lieu de discussion. C'est ainsi que les lecteurs nous font partager leurs bonheurs de lecture » (Pascal Thuot, *Millepages*, Vincennes)⁵⁰. La librairie est un lieu de sociabilité autour du livre où le libraire fait le lien entre le monde du livre auquel il appartient et le monde des lecteurs. Il est « une des voies de l'opinion littéraire vers la production et un des visages de la production littéraire vers l'opinion »⁵¹.

La place de médiateur qui lui est conférée suppose également que le libraire endosse et se voit attribuer des responsabilités d'ordre social rapidement évoquées ici, mais essentielles dans l'identité professionnelle de ceux qui s'engagent dans la familiarisation du plus grand nombre avec le livre, jouant pour cela de leur proximité avec le public. « On aperçoit implicitement la fonction essentielle de la proximité, du contact avec le livre. Cela enseigne, puisqu'il en est

⁴⁶ A. Martinerie, « La joie des “Autres jours” », *Officiel de la librairie*, n° 19, avril 1961, p. 23.

⁴⁷ L'élaboration d'une identité professionnelle passe par une phase de généralisation, visant à prouver son appartenance à un groupe, et une phase de différenciation pour signifier son exception, in C. Dubar, *La crise des identités : l'interprétation d'une mutation*, Paris, Puf, 2000. « Le discours identitaire est tout autant un discours sur l'Autre, ou sur les Autres, qu'une proclamation de Soi ; comme le rêve d'un Soi magnifié par le contraste de l'Autre », D.-C. Martin, *op. cit.*, pp. 582-583.

⁴⁸ Le travail est considéré comme mise en œuvre des compétences et « les trois mamelles de la compétence [sont :] savoir, savoir-faire et savoir-être », C. Dubar, *op. cit.*, p. 111.

⁴⁹ C. Thorel, « Librairies indépendantes et mutations sociales », *Les Cahiers du SLF*, Paris, novembre 2004, p. 43.

⁵⁰ In M. Ollendorf, *Le métier de libraire II. La production de l'assortiment*, Paris, Le Cercle de la librairie, 2007, p. 204.

⁵¹ R. Escarpit, *op. cit.*

toujours besoin, que la pluralité et la variété des occasions et des lieux qui mettent l'individu en présence de livres jouent un rôle crucial. Pluralité, parce que tous les lieux n'offrent pas le même fonds, et ne l'offrent pas de la même manière ; variété géographique puisque le libraire, par sa proximité, permet un contact immédiat, d'impulsion ou de réflexion, avec le livre». Les moyens utilisés par les libraires pour provoquer cette rencontre sont variés mais procèdent tous d'une même prise de conscience. « Nous avons une responsabilité, et c'est une responsabilité "politique", au sens "vie de la cité". Nous sommes un des lieux de mise en relation avec l'écrit dans une société où l'écrit, sous ses formes⁵² les plus élaborées, est en train de connaître un revers de fortune » (Raül Mora). La sociabilité autour du livre prend des formes différentes selon les librairies : il peut s'agir simplement d'actes de prescription respectueux et adaptés aux demandeurs, d'animations mettant en scène l'écrit, ou d'actions sur le plan local pour diffuser la lecture. Pour ces professionnels, la librairie n'est pas un but en soi, mais un moyen au service d'un objectif qui va au-delà de la circulation des livres. Ainsi, par leur pratique professionnelle, ils se créent une identité professionnelle très spécifique qui les distingue et ils accèdent à une place à part dans la chaîne du livre et même dans la librairie.

Paradoxalement, la multiplication et la montée en puissance de nouveaux acteurs de la vente du livre durant les 30 dernières années sont ce qui permet aujourd'hui aux libraires de rendre perceptible et de faire valoir leur travail spécifique sur le livre, et parfois plus largement sur le texte. La reconnaissance du caractère culturel et social de l'action de ces professionnels par les pouvoirs publics (ministère de la Culture, Centre régionaux du livre, etc.), et par certains auteurs et éditeurs s'inscrit en même temps qu'elle transparait dans la diversité des actions menées (lois de 1981 et 2003, études et recherches, création de l'Association pour le développement de la librairies de création — ADELIC — etc.) et des manifestations organisées (salons du livre, Lire en fête, Forum et journées de réflexion, etc.) pour garantir leur pérennité.

⁵² F. Benhamou, « La demande et l'offre de livres dans les points de vente », *Les Cahiers du SLF*, Paris, novembre 2004, pp. 29-30.