

Les libraires Jeunesse, des commerçants pas tout à fait comme les autres

PAR VINCENT CHABAULT

Sociologue, Vincent Chabault a longuement interrogé une étrange catégorie d'individus : les libraires Jeunesse. Héros de la culture ? Absolument, mais aussi petits commerçants aux comptabilités acrobatiques, inlassables rangeurs de livres mille fois dérangés, désespérés par des parents qui ne veulent pas d'histoires de pirates pour leurs filles, des entrepreneurs prompts à clamer leur indépendance mais terriblement dépendants des subsides publiques. Plongée en double teinte dans un monde indispensable à l'écosystème de la littérature jeunesse.



Vincent Chabault est maître de conférences en sociologie à l'Université Paris Descartes. Ses recherches s'intéressent à la consommation et au commerce du livre. Cet article repose sur des entretiens menés avec 25 libraires (membres ou non de l'ALSJ) et sur le dépouillement de 66 numéros de *Citrouille*, la revue de l'Association des librairies spécialisées jeunesse (1992-2013).

Comparé à celui des bibliothécaires, le rôle des libraires spécialisés est rarement évoqué dans les nombreux travaux menés sur la littérature de jeunesse et les pratiques de lecture. Ce maillon est pourtant essentiel à la diffusion et à l'appropriation d'une offre éditoriale qui a connu un renouveau littéraire et graphique depuis quatre décennies. En termes de chiffre d'affaires, les libraires indépendants détiennent aujourd'hui 34% du marché derrière les grandes surfaces culturelles et la vente en ligne (38,5%) mais devant les hypermarchés (27,5%)¹. Par ailleurs, le réseau indépendant spécialisé de vente au détail, construit depuis les années 1970 – depuis Les Trois Hiboux en passant par Chantelivre et les adhérents de l'Association des librairies spécialisées jeunesse (ALSJ) –, mais aussi l'expertise culturelle de ces professionnels, bénéficient d'une forme de reconnaissance par les acteurs de l'interprofession et les pouvoirs publics.

En se basant sur les résultats d'une enquête menée sur l'identité professionnelle des libraires spécialisés jeunesse², nous souhaiterions revenir sur la conception du métier par celles et ceux qui l'exercent. Comment définissent-ils leur travail situé à l'interface d'une offre éditoriale et de ses lecteurs ? Quel rôle s'attribuent-ils dans la circulation du livre et de quelle façon envisagent-ils leur métier en termes de savoir et d'identification sociale ?



Le conseil au client, considéré comme fondamental par ces professionnels au moment même où ils sont concurrencés par l'algorithme d'Amazon, constitue un élément clé de leur identité professionnelle. Pourtant, si l'on prête attention à l'ensemble des propos recueillis, d'autres aspects de leur travail les éloignent d'une représentation élevée et parfois fantasmée du métier.

UN RÔLE CULTUREL FORT

La construction d'un réseau de librairies spécialisées s'inscrit dans le contexte du renouvellement de la littérature de jeunesse et dans sa légitimation portée notamment par des professionnels de la petite enfance³. Les librairies indépendantes poursuivent leur développement depuis les années 1980-1990 et obtiennent une certaine reconnaissance symbolique, notamment face à leurs concurrents que sont les magasins FNAC⁴, les hypermarchés et la vente par correspondance.

La librairie fait ainsi l'objet de nombreuses attentions, consacrant ainsi la singularité et la qualité du service rendu aux lecteurs. Au-delà de la loi Lang sur le prix unique du livre, différents dispositifs d'aide publique sont proposés par plusieurs acteurs tels que le Centre national du Livre ou les structures régionales du livre. Quarante-deux librairies de jeunesse sont par exemple détentrices du label LIR (librairie de référence) en 2015⁵. Ces dispositifs de soutien et l'action collective de l'ALSJ, qui regroupe aujourd'hui plus de cinquante membres en France et près de quinze en Belgique, participent à la construction d'une représentation du libraire en « acteur culturel ».

Le crédit symbolique dont est porteur la librairie indépendante s'illustre également dans les formes de narrativité donnant accès à la conception du métier.

L'ACCÈS AU BON LIVRE

Sans grande surprise, les libraires définissent leur activité par l'accès au livre et à la lecture auquel ils contribuent par la sélection d'un assortiment, le conseil et les animations. La promotion de la littérature de jeunesse, l'accompagnement dans l'apprentissage de la lecture, la réconciliation de l'enfant avec le livre sont des thèmes très présents parmi les propos recueillis. Ce discours révèle une conception du métier proche de la relation éducative : l'enjeu étant de diffuser une offre, des normes et des pratiques à de jeunes individus et à des adultes partenaires (enseignants, bibliothécaires).

Dans ce travail de promotion du livre et de la lecture, certains professionnels considèrent que leur rôle consiste à sélectionner les références qui méritent d'être diffusées. Accompagner les évolutions de l'édition jeunesse est donc une mission. Plusieurs libraires affirment par exemple qu'ils sont aujourd'hui les seuls à diffuser l'édition de création comparés aux grandes surfaces qui privilégient les déclinaisons éditoriales de personnages récurrents, internationalement diffusés (Mickey, Peppa Pig, etc.). Ce type d'offre, comme les « anachroniques bibliothèques rose et verte », constituant les figures repoussoirs de la littérature enfantine aux yeux des spécialistes.





↑
Photo du bandeau de la page Facebook
des librairies Sorcières

↓
Librairie Jeunesse Chat Perché au Puy-en-Velay
Librairie labellisée Librairie Indépendante de
Référence (L.I.R.)





LE LIEU DU LIEN

La dimension relationnelle du travail est également mise en avant : « *La passion du livre jeunesse est réconfortante parce qu'elle nous permet de vivre au quotidien une multitude de contacts simples, positifs, fragiles et très vrais* ». Pour certains, cet attachement les conduit à aller au-devant des clients « *pour ne pas laisser l'impression que les clients sont dans un supermarché* » (homme, Tarn-et-Garonne).

La valorisation des liens sociaux s'exprime également lorsqu'il est question d'entretenir des relations avec des partenaires locaux pour lesquels la librairie est pourvoyeuse de livres et d'idées mais aussi initiatrice de partenariats que ce soit avec les acteurs de l'éducation ou ceux des politiques culturelles locales.

LA CONSTRUCTION DE L'IDENTITÉ DE L'ENFANT

Au-delà de la diffusion du livre, le rôle d'une grande partie des libraires interrogés consiste à veiller au plaisir des clients, parents et enfants. L'épanouissement peut être rattaché à la fréquentation d'un lieu calme et apaisant. Il est surtout lié à la lecture et à la satisfaction éprouvée par l'enfant lorsque le libraire lui a conseillé un ouvrage apprécié.

Les libraires définissent également leur rôle par rapport à l'identité de l'enfant qu'ils contribuent à façonner. Il s'agit d'une identité culturelle à travers les prescriptions de livres et les actions mises en place pour favoriser l'accès aux livres, ou, plus exactement, renforcer des dispositions culturelles déjà construites. Il s'agit aussi de participer à la construction d'une identité personnelle fondée sur l'autonomie et l'expression de soi.

Ces différents aspects de la conception du travail des libraires de jeunesse, tournés vers l'éducation, la sélection des ouvrages, la communication du plaisir de la lecture dessinent les contours d'un métier construit autour d'une expertise et par une communauté chargée d'entretenir cette représentation. D'autres propos livrent une réalité différente.

DES CONTRAINTES ÉCONOMIQUES ET PROFESSIONNELLES

Deux types de contraintes caractérisent le métier de libraire jeunesse : d'une part la fragilité économique à laquelle il est nécessaire de s'adapter et, d'autre part, un contact permanent – et souvent décevant d'un point de vue intellectuel – avec des clients, à l'issue duquel il faut perpétuellement ranger les volumes déplacés.

Sans être totalement absente, la dimension économique du métier est peu présente parmi les propos recueillis. Elle peut être aussi évoquée pour mieux s'en éloigner comme pour mieux signifier la distance séparant la représentation du métier du monde des affaires et du profit. Au côté de ces procédés distinctifs, les stratégies pour surmonter les contraintes économiques, habituelles dans ce secteur⁶, révèlent une adaptation de l'activité vers la vente de produits moins nobles : « *Les figurines, les jeux... oui, ça paye un salaire, c'est aussi simple que ça.* » (gérante, Paris).

UNE INDÉPENDANCE TOUTE RELATIVE

Souvent affichée comme gage de qualité par les industries culturelles, la notion d'indépendance recouvre plusieurs dimensions (financière, intellectuelle, commerciale). L'indépendance économique des librairies Jeunesse est toute relative. Nombreuses sont celles dont le chiffre d'affaires dépend des pouvoirs publics, que ce soit au niveau des aides perçues (subventions, prêts à taux zéro, exonération de la contribution économique territoriale) que de la commande publique (achats par des bibliothèques et par des écoles). Une deuxième difficulté rencontrée par les libraires est liée aux échanges réguliers avec les diffuseurs. Ces relations, qui définissent l'offre et les conditions de vente, les placent indiscutablement du côté de l'univers commercial et non plus dans celui de la prescription culturelle.

« J'ai affaire à des représentants et ce n'est pas toujours agréable. Ils essaient de placer leurs bouquins même si c'est nul, on n'a pas forcément notre mot à dire. Nous ce n'est pas pareil, on est dans une relation de conseil et d'échange avec les clients. On écoute les envies de la personne : livre pour enfant de dix ans, pour adolescents... et, à partir de ça, on essaye de trouver le livre qui va plaire à l'enfant mais aussi à l'adulte. On établit une relation de confiance qui nous permet à la fin plus de facilité car les clients comprennent que l'on n'est pas là pour leur placer un livre » (gérante, Nièvre).

La tension vient du décalage entre le rôle marchand que doit occuper le libraire et les raisons de son engagement dans ce métier. D'un côté, il doit tenter de s'affirmer, de négocier et de résister aux impositions commerciales des diffuseurs en matière de titres vendus mais aussi pour déterminer le niveau de la remise qui lui sera accordée sur le prix de vente de l'ouvrage. De l'autre, son « idéal de métier » valorise, non pas ses compétences commerciales, mais sa capacité à instaurer une relation de confiance avec les lecteurs auprès de qui il ne viendrait jamais à l'idée de « forcer une vente ».

Le rapport aux lecteurs comporte également quelques aspects qui entrent en contradiction avec la conception culturelle du métier.

DÉPLORER L'IGNORANCE DES PARENTS

En librairie jeunesse, l'acheteur du livre n'est que rarement son lecteur. Cette particularité rend l'information et le conseil centraux dans la relation de service. Le conseil est d'autant plus important que les professionnels considèrent que les parents méconnaissent ce secteur éditorial. Il est alors nécessaire de les orienter mais aussi de répondre à la demande précise de ceux qui sont à la recherche d'un livre qui contribuerait à surmonter une difficulté rencontrée par leur enfant. Cette critique de la méconnaissance du secteur éditorial se complète par la dénonciation des stéréotypes de genre omniprésents dans les choix des clients.

« Les parents, ce ne sont pas des as de la littérature jeunesse ! Soit leurs enfants les guident, soit ils me demandent conseil. L'autre jour, j'ai eu une dame qui voulait un livre pour une petite fille de 6 mois et je lui ai conseillé un livre que j'adore, un livre de bain sur





↑
Citrouille, n° 76, avril 2017
La revue de l'ALSJ

les pirates, avec un petit chapeau de pirate trop mignon, c'était trop chou. Elle m'a dit : "Ah non, mais c'est une petite fille, les filles ne comprennent pas ce que c'est que les pirates". C'est triste. Et quand on me demande un livre pour un garçon, je dis : "Comment est ce garçon ?" et l'on va me dire : "Eh bien, c'est un petit garçon, il aime le foot, la bagarre". Oui, oui, bien sûr. Il aime se rouler dans la boue aussi, et frapper les autres pendant qu'on y est !" (femme, Paris).

Située au cœur du métier, la relation de service peut être synonyme de déception. D'un côté, le rôle du libraire s'est construit sur la promotion et la diffusion d'un assortiment de qualité (le « bon » livre). De l'autre, la demande s'oppose au conseil du libraire et perpétue des conservatismes éducatifs.

RANGER, RE-RANGER ET REMETTRE EN ORDRE TOUS LES QUARTS D'HEURE

Un dernier ensemble de tâches a trait à l'accueil et à l'encadrement des enfants pris en charge par un agencement matériel adapté (bacs, coin lecture) et par l'intervention des professionnelles. Ces dispositifs, qui encouragent un comportement autonome (« tout est pensé pour l'enfant »), sont complétés par le rappel fréquent des règles élémentaires de conduite. Les libraires évoquent à la fois les rappels à l'ordre et les tâches de rangement qu'ils sont amenés à réaliser.

« Les enfants ici peuvent toucher les livres. Mais on reste vigilantes à la façon dont le livre est consulté, ce n'est pas toujours facile. On va vers les enfants, on leur dit qu'il ne faut pas le mettre par terre, qu'il ne faut pas tourner les pages comme ça... » (femme, Paris).

« C'est vrai que de gérer des enfants, c'est plus difficile. Ils courent dans la librairie, font du chahut, du bruit, ils crient... Il faut toujours re-ranger, on passe toujours derrière pour remettre en ordre tous les quarts d'heure » (femme, Paris, 15^e arrondissement).

« Gérer » des enfants et supporter le chahut constituent autant d'aspects peu valorisants d'un métier dont la dimension culturelle est souvent et exclusivement mise en avant.



→
Margret & H.A. Rey :
Des livres, encore des livres !,
Nathan
(Georges le petit curieux)

LA LIBRAIRIE JEUNESSE : UN TERRITOIRE DE CONFIANCE

Le métier de librairie jeunesse est indiscutablement porteur d'enjeux culturels très forts liés à des tâches qui vont de la constitution d'un assortiment de qualité à la transmission du goût des livres et du plaisir de la lecture auxquelles s'ajoutent une activité de manutention et de rangement. Ces missions, qui font exister ces « commerçants pas comme les autres », sont également définies par les institutions ayant œuvré pour l'unification de la profession et sa reconnaissance symbolique.

Ce rôle culturel et éducatif est aujourd'hui amené à se renouveler et à se renforcer dans le cadre des innovations portées par certains professionnels qui vont par exemple orienter les lecteurs vers des livres numériques enrichis, organiser des activités d'écriture de fictions ou accompagner l'essor des nouvelles formes de critique littéraire sur les réseaux sociaux.

Au moment où ce métier peut paraître menacé, que ce soit par la concurrence des plateformes de ventes en ligne, la diminution des achats des bibliothèques ou l'importance de la « culture des écrans », c'est sans doute de cette façon que la librairie spécialisée demeurera un « territoire de confiance⁷ » pour les lecteurs et lectrices mais aussi pour les professionnels du livre que sont les auteurs, les illustrateurs, les éditeurs et les bibliothécaires. ●

Ce rôle culturel et éducatif est aujourd'hui amené à se renouveler et à se renforcer dans le cadre des innovations portées par certains professionnels.

1. En volume, la librairie est le troisième réseau (29%) derrière les grandes surfaces alimentaires (36%) et les grands surfaces culturelles + vente en ligne (35%). Source : GFK, 2016. L'auteur remercie Sébastien Rouault pour la communication de ces données.

2. Cette enquête a été publiée sous la forme d'un article dans *La Nouvelle Revue du Travail*. « L'idéal de métier des libraires spécialisé.e.s en littérature de jeunesse », *La Nouvelle Revue du Travail*, n°10, mai 2017 (DOI: 10.4000/nrt.3118).

Sans disposer de données statistiques pour les libraires jeunesse, nos observations conduisent à dresser le constat d'une très forte féminisation de la profession. Pour l'ensemble des librairies, le Syndicat de la librairie française avance un taux de féminisation du salariat – et du salariat seulement – de 60%.

3. René Diatkine, Marie Bonnafé, Jacqueline Roy, « Les jeunes enfants et les livres », *Psychiatrie de l'enfant*, vol. 29, n°2, 1986, pp. 319-361 ; Marie Bonnafé, *Les livres, c'est bon pour les bébés*, Paris, Calmann-Lévy, 1994.

4. Les librairies de la FNAC sont inaugurées en 1974, les enseignes FNAC Junior, devenues Éveil & Jeux, en 1997. La filiale est vendue en 2011. Voir : Vincent Chabault, *La FNAC, entre commerce et culture*, Paris, PUF, 2010.

5. Source : Centre national du livre

6. La rentabilité des librairies est parmi la plus faible des commerces indépendants (entre 0.4 et 1.8% du chiffre d'affaires. Voir : Vincent Chabault, *Vers la fin des librairies?*, Paris, La Documentation française, 2014.

7. Dominique Desjeux, « Présentation », in Dominique Desjeux et Philippe Moati, *Consommations émergentes. La fin d'une société de consommation?*, Lormont, Le Bord de l'eau, 2016, p. 12.