



**HAL**  
open science

**Les tensions entre l'engagement politique personnel du  
libraire et son rôle professionnel dans le cadre de  
l'élaboration et de la mise en vente d'un assortiment : le  
cas des albums jeunesse LGBT en librairie indépendante  
de l'Est parisien**

Fenella Robertson

► **To cite this version:**

Fenella Robertson. Les tensions entre l'engagement politique personnel du libraire et son rôle professionnel dans le cadre de l'élaboration et de la mise en vente d'un assortiment : le cas des albums jeunesse LGBT en librairie indépendante de l'Est parisien. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-03808447

**HAL Id: dumas-03808447**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03808447v1>**

Submitted on 10 Oct 2022

**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.



Master 2 Sciences Humaines et Sociales  
Mention Métiers du livre et de l'édition  
Parcours Librairie et commercialisation du livre

Les tensions entre l'engagement politique  
personnel du libraire et son rôle professionnel  
dans le cadre de l'élaboration et de la mise en  
vente d'un assortiment

Le cas des albums jeunesse LGBT en librairie  
indépendante de l'Est parisien

Fenella Robertson

Année 2021-2022

Sous la direction de Madame Cécile Rabot et de Madame Nina Stavisky  
Université Paris Nanterre – UFR SITEC Saint-Cloud



Les tensions entre l'engagement politique  
personnel du libraire et son rôle professionnel  
dans le cadre de l'élaboration et de la mise en  
vente d'un assortiment

Le cas des albums jeunesse LGBT en librairie  
indépendante de l'Est parisien

L'université n'entend donner ni approbation, ni improbation aux opinions écrites dans ce mémoire. Celles-ci doivent être considérées comme propres à l'auteur.

## Table des Matières

Remerciements.....	7
Introduction.....	8
La valorisation du métier de libraire :.....	9
L'importance du rôle de la littérature : .....	11
Allier projet militant et projet commerçant : .....	12
Problématique : .....	13
Hypothèses .....	14
Hypothèse 1 : L'élaboration de l'assortiment.....	14
Hypothèse 2 : La médiation .....	14
Hypothèse 3 : L'équilibre commercial .....	14
Hypothèse 4 : La diversité dans le rayon jeunesse .....	15
Méthodologie.....	16
Annonce de plan.....	19

### **I. L'ENGAGEMENT POLITIQUE DONNE SENS AU METIER DE LIBRAIRE.....20**

<b>A. La librairie est conçue comme un lieu politique en soit.....</b>	<b>20</b>
1. Une conception idéale de ce qu'est la librairie et le rôle du libraire.....	20
a. <i>Conception politique du rôle du libraire</i> .....	20
b. <i>La librairie est un lieu excluant</i> .....	23
c. <i>Un idéal politique du rôle de la littérature</i> .....	24
2. Un engagement dans l'espace .....	30
a. <i>Une réflexion politique qui s'étend jusqu'au rangement des livres</i> .....	30
b. <i>La question des vitrines thématique au moment du mois des Fiertés</i> .....	32
<b>B. La constitution d'un assortiment.....</b>	<b>36</b>
1. Un regard critique porté sur les autres maillons de la chaîne du livre .....	36
a. <i>Travailler ou non avec certains éditeurs ou distributeurs : un enjeu politique</i> .....	36
b. <i>La valorisation de la diversité éditoriale</i> .....	40
2. L'assortiment est visiblement marqué par l'engagement politique des libraires.....	44
a. <i>Un assortiment dominé par l'engagement politique</i> .....	44
b. <i>Un fonds intersectionnel</i> .....	46
c. <i>La librairie comme lieu d'entre-soi culturel : le rôle de l'assortiment</i> .....	48

## **II. L'ENGAGEMENT POLITIQUE DU LIBRAIRE EST INTIMEMENT LIE A SON IDENTITE PERSONNELLE.....53**

### **A. L'engagement au sein de la librairie est une extension de l'engagement politique qui se joue dans la vie personnelle du libraire .....53**

1. Le libraire est engagé au sein de structures ou d'associations militantes .....53
  - a. *L'identité militante du libraire.....53*
  - b. *Le militantisme du libraire au sein de sa vie personnelle prend des formes multiples 55*
2. L'engagement personnel influence l'assortiment du libraire.....58
  - a. *L'assortiment est centré autour de l'identité du libraire.....58*
  - b. *L'identité du libraire entrave sa volonté de proposer un assortiment inclusif.....61*

### **B. L'engagement personnel des libraires prend le dessus sur leur rôle commercial.....64**

1. L'engagement politique monopolise l'assortiment.....64
  - a. *Les libraires refusent de commander des livres avec lesquels ils sont en désaccord politique .....64*
  - b. *L'engagement politique des libraires influence l'assortiment.....66*
2. L'engagement politique domine le conseil .....70
  - a. *Le conseil pensé comme un outil militant .....70*
  - b. *Un conseil inadapté au client .....71*

## **III. LA LIBRAIRIE EST UN COMMERCE DE COMPROMIS ET DE STRATEGIES. ....75**

### **A. L'engagement politique du libraire est limité par le cadre commercial de la librairie .....75**

1. Les libraires travaillant dans de petites structures font face à des contraintes logistiques .....75
  - a. *L'enjeu des restrictions budgétaires et spatiales.....75*
  - b. *Le manque de temps.....77*
  - c. *La question des microéditeurs et de l'autoédition.....78*
2. Certains libraires mettent de côté leurs engagements politiques pour mieux répondre aux besoins de leur clientèle .....81
  - a. *Les libraires font des compromis lors de la création de leur assortiment.....81*
  - b. *Les compromis du libraire ouvrent une réflexion sur la manière de conseiller.....84*
  - c. *Le poids des goûts du parent-client dans la création d'un assortiment jeunesse....88*

### **B. L'engagement politique du libraire est lié à son identité professionnelle 93**

1.	L'engagement du libraire se manifeste différemment selon le statut du libraire au sein de l'entreprise.....	93
a.	<i>Le subjectif domine la pratique des libraires employés.....</i>	93
b.	<i>L'enjeu de l'état économique et de la pérennité de la librairie.....</i>	95
c.	<i>Une mise à distance de sa subjectivité en tant qu'employeur .....</i>	99
<b>C.</b>	<b>Les libraires mettent en place des stratégies commerciales .....</b>	<b>103</b>
1.	Les libraires se servent de certaines ventes pour financer leur assortiment engagé	103
a.	<i>La mise en avant passive.....</i>	103
b.	<i>La mise en avant active.....</i>	104
2.	L'assortiment engagé est aussi une stratégie commerciale.....	108
a.	<i>L'assortiment permet de se démarquer de la concurrence et notamment des grandes surfaces culturelles .....</i>	108
b.	<i>Le fonds LGBT répond à une demande.....</i>	110
c.	<i>L'assortiment LGBT comme moyen de construire une image de marque .....</i>	111
	<b>CONCLUSION .....</b>	<b>115</b>
	Réponse aux hypothèses : .....	115
	Expositions des limites de notre étude : .....	118
	Proposition de suite d'étude : .....	119
	<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>120</b>
	<b>CORPUS PRIMAIRE .....</b>	<b>120</b>
	Albums jeunesse LGBT : .....	120
	<b>CORPUS SECONDAIRE .....</b>	<b>125</b>
	<b>ARSENAL JUDICIAIRE : .....</b>	<b>125</b>
	<b>LA CENSURE : .....</b>	<b>125</b>
	Censure en bibliothèque : .....	125
	Censure et autocensure en général : .....	126
	La censure dans la presse : .....	126
	<b>LA LIBRAIRIE : .....</b>	<b>127</b>
	Identité professionnelle du libraire indépendant : .....	127
	La sélection des ouvrages : .....	127
	État des lieux de la librairie indépendante à Paris : .....	128
	<b>SOCIOLOGIES : .....</b>	<b>128</b>
	Sociologie des professions : .....	128
	Sociologie de l'engagement politique et militant : .....	128
	Construction de l'identité personnelle : .....	129

**L'IMPORTANCE DE LA REPRÉSENTATION DE MINORITÉS DANS  
LA LITTÉRATURE :.....130**  
Lutter contre les discriminations et les stéréotypes : ..... 130  
Sexualités, homosexualités et transidentités :..... 130  
Les dangers de la lecture :..... 131



# Remerciements

Je remercie vivement mes directrices Cécile Rabot et Nina Stavisky pour leur suivi et leurs conseils qui m'ont permis de mieux orienter mon travail. Vous m'avez poussé à mieux cerner mon sujet et à donner le meilleur de moi-même.

Je remercie également les libraires qui ont accepté de s'entretenir avec moi et de partager leur vision du métier. Ces entretiens ont su me donner une meilleure vision du métier et m'ont aidé à faire évoluer ma propre pratique professionnelle. Ce mémoire n'aurait pu aboutir sans ces échanges.

Je souhaite également adresser un profond merci à Kamel Gasmi, Jimmy Robert-Teyssier, Eva Sinanian et Nicolas Wanstok de m'avoir formé au métier de libraire avec autant de bienveillance et d'amitié. Travailler dans une telle équipe est une réelle chance.

Enfin, Anas Hachmi. Merci pour tout.

# Introduction

En 2014, une bibliothécaire travaillant à la Médiathèque de La Madeleine est suspendue pour avoir refusé de retirer l'album jeunesse traitant de l'homoparentalité *Tango a deux papas et pourquoi pas ?*<sup>1</sup> des têtes de gondoles de son rayon jeunesse. Le directeur général des services de la médiathèque avait effectivement exigé que le titre soit placé en rayon de telle sorte qu'il soit moins visible, ce livre étant jugé comme « susceptible de choquer le public<sup>2</sup> ». Depuis, les polémiques autour de la présence de livres jeunesse sur l'homoparentalité, l'homosexualité ou la transidentité se sont multipliées notamment en bibliothèques. En 2020, le *National Coalition Against Censorship* publie une lettre ouverte exposant l'ampleur des actions mises en place par des groupes de pression surtout constitués de parents d'élève à travers les États-Unis cherchant à interdire les livres jeunesse LGBT dans les bibliothèques et les écoles<sup>3</sup>. Cette lettre ouverte cherche à mettre en lumière l'importance des représentations inclusives et positives des groupes marginalisés dans la littérature jeunesse<sup>4</sup> et se dresse contre la censure.

En partant du constat que la présence de littérature LGBT dans un rayon jeunesse reste source de polémique et de débats en bibliothèque, nous avons choisi d'étudier le traitement de ces livres en librairie indépendante. Nous pensons qu'il est pertinent d'étudier ce phénomène, car étant un commerce et non un métier de la fonction publique, la librairie est moins soumise au risque d'être la cible de groupes de pression que la bibliothèque. Effectivement, les cas de censure en bibliothèques ayant fait polémiques ont pour point commun l'action d'une influence extérieure faisant pression sur la liberté du bibliothécaire de gérer son rayon tel qu'il le désire. En librairie, au contraire, la question de la censure doit être soumise à une plus grande nuance, car le libraire est libre de faire jouer sa subjectivité lors de la création de son assortiment<sup>5</sup>. Les goûts du libraire influencent la création et la mise en vente de son assortiment d'autant plus

---

<sup>1</sup> BOUTIGNON Béatrice. *Tango a deux papas, et pourquoi pas ?*. Le Baron Perché. Issy-Les-Moulineaux. 2014

<sup>2</sup> LACOUR Cécilia. « Une bibliothécaire suspendue pour avoir défendu un livre sur l'homoparentalité ». *Livre Hebdo*. 2017.

<sup>3</sup> « National groups condemn increasing attacks on LGBTQ books ». *National coalition against censorship*. NCAC.org. New York. 2020. Lettre ouverte.

<sup>4</sup> *Ibid.* : « When LGBTQ stories are silenced in this way, LGBTQ youth and children from LGBTQ families get the message that their own stories—their very lives—do not have value, that they are shameful. However, reading stories that acknowledge their experiences, in which they can recognize themselves and their families, reinforces their sense of self-worth and helps them overcome the experience of and feelings associated with social marginalization »

<sup>5</sup> « Les (nouveaux) visages de la censure ». *Tire ligne, La revue d'Occitanie Livre et Lecture*. Toulouse. 2019.

que son rôle de prescripteur culturel consiste à faire un tri dans la production et l'oblige donc à faire des choix et écarter certains livres de sa sélection. S'ajoute à cela le besoin de se démarquer de la concurrence qui passe aussi par la création d'un assortiment sélectif et unique. Il est alors difficile de clairement définir ce qui relève de la sélection et ce qui relève de la censure en librairie. Néanmoins, l'assortiment du libraire se réfléchit aussi en fonction de sa clientèle et de sa zone de chalandise et est soumis à des impératifs de vente. Le libraire met donc en place un équilibre entre sa subjectivité et ses impératifs commerciaux.

Étant donné que la librairie se situe à mi-chemin entre le commerce et l'acteur culturel, il y a peu d'études scientifiques autour des enjeux de la création et de la mise en vente d'un assortiment en librairie indépendante. Ainsi, il y a peu de recherche faite sur la manière dont l'identité personnelle et les convictions politiques du libraire, nourries par ses expériences de vies et son *habitus*, peuvent exercer une influence sur la création de son assortiment. Nous allons nous pencher sur la question en utilisant l'exemple d'un assortiment qui divise l'opinion publique et qui est alors considéré comme intrinsèquement politisé. Nous avons choisi les albums jeunesse LGBT, c'est-à-dire des albums jeunesse représentant des personnages gays, lesbiens, bisexuels, transidentitaires, ou ayant une expression de genre allant contre les normes de la binarité du genre, ainsi que traitant de thèmes comme l'homoparentalité, la PMA et la GPA.

### **La valorisation du métier de libraire :**

Dans son article « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie<sup>6</sup> » Sophie Noël démontre que le statut de la librairie indépendante est fragilisé économiquement par le fait qu'ils sont en concurrence avec les grandes enseignes culturelles telles que la Fnac ou Cultura. Les libraires travaillant en librairie indépendante se mobilisent pour valoriser leur métier au prît de leur clientèle, mais aussi auprès des institutions publiques pour garantir la pérennité de leur métier. Pour ce faire, les libraires indépendants investissent leur image d'acteur culturel en se construisant comme figure d'autorité culturelle. Ils présentent la librairie comme un commerce culturel qui se démarque de sa concurrence par l'exigence culturelle et le travail de sélection mis en place par le libraire.

---

<sup>6</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

Ne pouvant pas avoir un assortiment aussi exhaustif que les grandes enseignes, le libraire indépendant mise sur l'importance de la sélection pour nourrir son image de prescripteur culturel. La légitimité de la librairie indépendante viendrait dès lors de son image de lieu d'excellence culturelle.

Vincent Chabaud<sup>7</sup> nous montre en quoi le rôle du prescripteur passe essentiellement par le conseil. Le métier de libraire est valorisé par la capacité de celui-ci de répondre à la demande de sa clientèle et d'anticiper ses besoins en lui conseillant des livres qui lui correspondent. C'est en transformant la librairie en lieu d'échange intellectuel et de socialisation que le libraire peut se démarquer de la vente en ligne. Effectivement, l'achat en ligne se caractérise par son aspect solitaire et mécanique. La librairie indépendante serait au contraire un lieu de connexion et de ressource pour les lecteurs.

Cette valorisation de la librairie indépendante a contribué à la mise en place de lois telle que la loi relative au prix unique du livre<sup>8</sup> en 1981, qui a permis la survie de nombreuses librairies indépendantes, ainsi que de multiples autres initiatives instaurées par le ministère de la Culture et les collectivités, comme le statut de commerce de première nécessité qui a été accordé à la librairie indépendante pendant la crise de la Covid. Grâce à ces initiatives, de nouvelles questions de concurrence se posent pour la librairie indépendante. Effectivement, Sophie Noël et Vincent Chabaud montrent bien comment les libraires ont réussi à transformer la librairie indépendante en lieu empreint d'un fort capital symbolique au contraire des grandes enseignes qui sont perçues comme ayant peu de valeur symbolique. La question de la concurrence entre librairies indépendantes se pose alors. Ainsi, nous allons voir en quoi certains libraires indépendants instrumentalisent leurs convictions politiques personnelles pour continuer de renforcer leur image d'acteur culturel et en se positionnant non seulement comme médiateur culturel, mais aussi comme acteur de la transmission du progrès. Cette démarche permet à ces libraires de se démarquer non seulement de la concurrence des grandes enseignes ou des acteurs de la vente en ligne, mais aussi des autres librairies indépendantes.

---

<sup>7</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>8</sup> « Loi relative au prix du livre ». Légifrance, le service public de la diffusion du droit. Loi n° 81-766. Paris. 10 août 1981.

## L'importance du rôle de la littérature :

Les nombreuses polémiques autour de la présence de la littérature jeunesse LGBT en bibliothèque nous montrent la grande inquiétude que suscite encore la littérature. Gisèle Sapiro<sup>9</sup> explique dans son article « Responsabilité légale et responsabilité morale de l'écrivain : une perspective socio-historique » que cette peur, qui est documentée depuis le Moyen Âge, a pris de l'ampleur à la fin du 18<sup>e</sup> siècle à la suite du rôle qu'ont joué les penseurs des Lumières au moment de la Révolution française. Elle montre comment cette peur s'inscrit dans les notions de moralité chrétienne et comment certains groupes de lecteurs sont considérés plus à risque de subir une « contagion morale<sup>10</sup> » que d'autres. Ces groupes étant les femmes, les classes populaires et les enfants. Cette panique autour de la lecture à, par la suite, donner naissance à la loi sur les publications destinées à la jeunesse<sup>11</sup> de 1949 qui a pour but d'encadrer et de surveiller la production jeunesse pour protéger les enfants.

La psychologue clinicienne Annie Rolland<sup>12</sup> expose comment ces peurs sur les dangers que la lecture puisse avoir sur les enfants se sont inscrites dans nos sociétés et se manifestent par une surveillance et une volonté de censure de la consommation culturelle des enfants et adolescents. Ces peurs s'encraient dans la notion que les enfants sont des êtres de « pureté<sup>13</sup> » et d'« innocence<sup>14</sup> » qui sont hautement influençables et sont susceptibles de succomber à « la perversion<sup>15</sup> » s'ils consomment les mauvais contenus culturels. Même si cette peur qui se manifeste par le contrôle des enfants peut apparaître comme de la bienveillance de la part des adultes, elle est en réalité une manière pour eux de garantir la transmission de normes « bourgeoise, calquée[s] sur la morale chrétienne<sup>16</sup> ».

Plus récemment nous voyons l'apparition d'un nouveau discours, celui de l'inclusivité, qui se construit lui aussi autour de la notion que la littérature peut influencer en bien ou en mal un enfant, mais qui est utilisé pour s'opposer aux restrictions et à la censure mises en œuvre par certains adultes. Cette théorie utilise la notion d'intersectionnalité inventée par la

---

<sup>9</sup> SAPIRO Gisèle. « Responsabilité légale et responsabilité morale de l'écrivain : une perspective socio-historique ». *Revue Droit & Littérature*. Lextenso. 2017. N° 1. p.9 à 23.

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> « Loi sur les publications destinées à la jeunesse ». *Légifrance, le service public de la diffusion du droit*. Loi n° 49-956. Paris. 16 juillet 1949.

<sup>12</sup> ROLLAND Annie. *Qui a peur de la littérature ado ?*. Thierry Magnier. Paris. 2008.

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> *Ibid.*

<sup>16</sup> *Ibid.*

chercheuse Kimberle Crenshaw<sup>17</sup> et cherche à montrer comment la lecture peut être utilisée comme un vecteur de tolérance et de progrès<sup>18</sup>.

C'est en partant du constat du débat existant avec, d'un côté, la volonté de restreindre l'accès à certaines productions culturelles, et de l'autre, la volonté de diffuser des livres montrant une grande diversité, qu'il nous a semblé intéressant de nous pencher sur la manière dont les libraires perçoivent ces questions et comment celles-ci influencent la création et la mise en vente de leur assortiment.

### **Allier projet militant et projet commerçant :**

Grâce au travail de Daniel Gaxie<sup>19</sup> il est possible d'établir des normes militantes. Notamment le fait que les personnes militantes ont en commun un fort capital culturel et économique qui se cumule à de longues études. Il démontre que la possession d'un diplôme d'études supérieures est un des facteurs clés de l'engagement politique. De plus, Olivier Fillieule<sup>20</sup> démontre que l'action militante permet la construction d'un entre-soi qui se manifeste par la reproduction des dominations sociales, sexistes et raciales au sein même de la sphère dominante permettant à certains d'avancer leurs causes au détriment des plus socialement démunis. Nous nous servons de ces deux théories ainsi que des travaux de Frédérique Mattonti<sup>21</sup> pour montrer en quoi les libraires engagés de notre étude s'inscrivent dans des normes militantes et se servent des expériences militantes de leur vie personnelle pour renforcer leurs actions politiques en librairie.

Dans leur article « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres <sup>22</sup>», Didier Demazière, Françoise Horn et Marc Zune mettent en lumière les nombreuses difficultés qui naissent lorsqu'on allie un projet militant à un projet économique. Ils démontrent comment le militantisme peut permettre au projet de se démarquer de sa

---

<sup>17</sup> CRENSHAW Kimberle. "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color". *Stanford Law Review*. Vol. 43, No. 6. 1991. p. 1241-1299

<sup>18</sup> COLLECTIF. « Inclusi(.f.v.e.s), Le monde du livre et de l'écrit : quelles diversités ? ». *La Revue Bibliodiversité, les Mutations du livre et de l'Écrit*. Double Ponctuation. Paris. 2022

<sup>19</sup> GAXIE Daniel. « Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective ». *Revue suisse de science politique*. Vol. 11. No.1. 2005. p. 157-188.

<sup>20</sup> FILLIEULE Olivier. « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum ». *Revue française de science politique*. Vol. 51. 2001. p. 199-215.

<sup>21</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>22</sup> DEMAZIERE Didier, HORN Françoise, ZUNE Marc. « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres ». *Réseaux*. N° 181. 2013. P. 25-50.

concurrence et se construire une identité commerciale. Pour autant, si les créateurs du projet ne font pas de compromis entre leurs convictions militantes et leur besoin économique, le projet échouera. En se penchant sur la question de l'édition spécialisée, Sophie Noël<sup>23</sup> démontre comment ces théories s'appliquent aussi au monde de l'édition et expose les nombreuses stratégies mises en place par ces éditeurs spécialisés, leur permettant de garantir leur pérennité sans renier leurs convictions politiques. En nous appuyant sur ces travaux nous allons observer comment se joue la mise en place d'une action politique en librairie indépendante et constater quelles sont les stratégies militantes et commerciales mises en place par les libraires pour maintenir leur projet militant tout en protégeant la stabilité économique de leur commerce. Ceci nous permettra de montrer en quoi l'identité personnelle et l'identité professionnelle du libraire peuvent rentrer en conflit et comment la position qu'occupe un libraire au sein de sa librairie peut déterminer sa manière de militer sur son lieu de travail.

Enfin, dans son mémoire de Master, Flore Desvignes<sup>24</sup> ouvre une réflexion sur la manière dont certaines marques se réapproprient le discours militant féministe pour des questions de marketing. Elle montre que le discours militant et le discours marchand se répondent et s'influencent. En partant de ce constat, nous allons réfléchir à la manière dont certains libraires se servent d'un discours militant pour valoriser leur assortiment politisé. Il sera alors question de voir si le militantisme est aussi réapproprié en librairie comme outil de vente.

## **Problématique :**

Nous pouvons alors nous demander comment les engagements politiques et le rôle commercial du libraire s'influencent lors de l'élaboration et de la mise en vente d'un assortiment d'albums jeunesse LGBT.

---

<sup>23</sup> NOËL Sophie. « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs "engagés" ». *Communication & langages*. Vol. 170. No. 4. 2011. p. 73-85.

<sup>24</sup> DESVIGNES Flore. *Nouvelles représentations de la féminité dans le secteur de la lingerie, entre discours marchands et discours militants*. Mémoire de Master. SU CELSA. Sorbonne Université — Faculté des Lettres, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication. 2019.

# Hypothèses

Notre réflexion se structurera autour de ces quatre hypothèses :

## **Hypothèse 1 : L'élaboration de l'assortiment**

Il est possible qu'un libraire responsable de rayon n'ait pas une entière autonomie dans le choix de son assortiment et donc celui-ci n'aurait pas le dernier mot sur les commandes faites pour son rayon. Notamment si les bons de commande sont vérifiés par le directeur de la librairie avant le passage des commandes, mais aussi, dû à des limitations économiques et spatiales.

## **Hypothèse 2 : La médiation**

La bonne vente des livres jeunesse LGBT+ dépend de la manière dont le libraire choisit ou non de les mettre en avant. Ainsi, le libraire serait capable, à travers le conseil et la relation client, de contrer les conservatismes de certains de ses clients. Le libraire jouerait un rôle décisif, de par son statut de prescripteur, dans la diffusion de certains titres. C'est en faisant un travail de médiation, qui s'articule par la mise en avant du livre par le conseil, l'élaboration de table et de vitrine et la création de coups de cœur, que le libraire peut bien vendre les livres jeunesse LGBT.

## **Hypothèse 3 : L'équilibre commercial**

La forte concurrence des librairies indépendantes à Paris, ajouté aux prix élevés des loyers parisiens, rend essentielle la création d'une identité de lieu qui permet aux librairies de se démarquer les unes des autres. La librairie doit néanmoins trouver un équilibre entre identité culturelle et impératifs commerciaux, ce qui peut pousser les libraires à défendre des livres à succès commerciaux avec lesquels ils sont en désaccord ou qu'ils n'aiment pas, mais qui leur



rapportent de l'argent. De même, le besoin de se démarquer peut encourager certains libraires à proposer des livres jeunesse LGBT+ dans un but commercial plutôt que dans un but militant.

#### **Hypothèse 4 : La diversité dans le rayon jeunesse**

Les librairies qui proposent des albums jeunesse LGBT+ proposent aussi des livres jeunesse qui mettent à mal les stéréotypes de genre, des livres jeunesse féministes et des livres jeunesse avec des personnages de couleur. Ainsi, proposer des albums jeunesse LGBT+ s'inscrirait dans une démarche autour du genre et de la diversité. Le militantisme de ces libraires serait aussi un militantisme intersectionnel qui recroise plusieurs combats et ne se réduit pas qu'au militantisme LGBT+.

# Méthodologie

Afin de confirmer ou d'infirmier les hypothèses énoncées, nous avons choisi de baser notre recherche autour d'entretiens.

Notre terrain est constitué de sept librairies indépendantes et généralistes de tailles variées avec des chiffres d'affaires allant de deux cent mille euros à deux millions. Nous avons choisi de travailler sur des librairies généralistes et non des librairies spécialisées en littérature jeunesse, car nous voulions observer les tensions entre convictions personnelles et impératifs commerciaux qui sont exacerbées en librairie généraliste dues, entre autres, aux impératifs spatiaux qui sont beaucoup plus restrictifs qu'en librairie spécialisée et à la question de la répartition du budget entre le rayon jeunesse et les autres rayons de la librairie.

Au-delà de leurs différences de chiffre d'affaires, les librairies choisies sont assez similaires. Notamment, car elles sont toutes implantées dans l'Est parisien, dans des quartiers qui sont marqués par leurs identités de gauche, confirmées lors des élections municipales. Effectivement, ce sont des quartiers qui votent majoritairement pour le parti communiste et le parti socialiste. Nous avons choisi de travailler sur l'Est parisien, car, c'est la deuxième zone de Paris possédant la plus dense population de librairies indépendantes derrière les 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> arrondissements<sup>25</sup>. Ce fait nous permet d'observer comment les librairies indépendantes développent des stratégies pour se démarquer les unes des autres et de voir quelle est la conséquence d'une forte concurrence sur un assortiment politisé. D'autant plus que, dû aux valeurs marquées par la gauche de ces quartiers, ce sont aussi des librairies avec un assortiment de livres jeunesse LGBT assez conséquent.

En outre, les librairies de notre étude se présentent ou sont perçues comme des librairies avec un engagement politique marqué par des valeurs progressistes. Ainsi, les libraires travaillant dans ces librairies sont traversés par des engagements politiques qui mènent à une activité militante sur leur temps personnel. Ceci nous a permis d'établir quelle place les convictions politiques personnelles du libraire peuvent prendre au sein de leur travail en librairie et comment celles-ci peuvent rentrer en conflit avec leur métier.

De plus, pour mieux percevoir l'influence du rôle professionnel du libraire sur son engagement personnel et observer les différences dans la manière dont les libraires employés

---

<sup>25</sup> COLLECTIF. *Les Librairies Parisiennes : Résistance et mutations, évolution 2003-2014*. APUR, Atelier parisien d'urbanisme. 2016. Rapport.

et les libraires gérants perçoivent les enjeux du métier de libraire. Nous avons choisi de faire quatre entretiens avec des libraires employés travaillant en rayon jeunesse et trois entretiens avec des libraires gérants qui influencent encore la création de l'assortiment. Il était important de choisir des libraires gérants qui travaillent encore sur la création et la mise en vente de l'assortiment jeunesse de leur librairie pour pouvoir percevoir clairement quels sont les différences et les similarités entre leurs pratiques du métier de libraire et celle des libraires employés.

S'ajoute aux entretiens l'observation de la manière dont les livres jeunesse LGBT sont mis en avant dans l'espace. Ainsi, grâce à ces observations des rayons, de la vitrine et des notules rédigées sur les livres, nous avons porté un regard critique sur les affirmations des libraires.

Lors de l'élaboration de notre corpus, nous avons choisi de travailler uniquement sur les albums jeunesse représentant des personnages LGBT ou abordant des thèmes qui sont proches de la communauté tels que la PMA, la GPA et l'expression de genres non normative. Nous avons choisi d'exclure de notre corpus les livres écrits par des personnes LGBT, mais n'ayant aucun contenu LGBT, car la question n'est pas l'identité de l'auteur, mais plutôt la réception que les libraires et les clients font des livres clairement marquer par des thèmes LGBT. De même, nous avons choisi d'exclure certains livres qui sous-entendent l'homosexualité en s'appuyant sur des traits physiques ou des caractères caricaturaux.

Nous avons choisi de travailler uniquement sur les albums jeunesse, car ce sont des livres destinés aux enfants de zéro à dix ans, des âges où les enfants font rarement le choix de leurs livres ou alors les choisissent accompagnés d'un adulte. Les livres doivent être approuvés par le parent-client avant d'être mis dans les mains des enfants. Contrairement au secteur Jeune Adulte, dans lequel les adolescents, plus libres dans leur capacité de choisir leurs livres, peuvent acheter des livres avec des personnages LGBT sans passer par l'approbation de leurs parents.

De plus, comme nous l'avons évoqué ci-dessus, il y a un grand débat autour des dangers de certains livres sur la santé et le bien être psychologique des petits enfants. Ceci rend l'enjeu des albums jeunesse LGBT d'autant plus grand, car c'est une littérature très contestée. S'ajoute à cela, le fait que l'album jeunesse est un des premiers accès à la culture dans la vie d'un enfant et que la question de l'inclusivité et de la nécessité d'une représentation inclusive au sein de la littérature jeunesse est très prisée par les progressistes. Ainsi, les libraires engagés progressistes s'emparent de cette question et construisent leur identité professionnelle en tant que guide

introduisant le plus tôt possible des livres inclusifs dans la vie de jeunes enfants pour permettre à ceux-ci d'avoir une vision plus tolérante du monde en grandissant.

Enfin, il y a très peu de productions d'albums jeunesse LGBT contrairement à la littérature Jeune Adulte dans laquelle ces questions sont plus présentes. Le fait de choisir les albums nous permet alors d'avoir un corpus restreint qu'il est plus facile à identifier et étudier. De plus, le fait que la production est réduite permet aux libraires de mettre en place des comportements militants qu'ils ne pourraient pas soutenir si la production était plus élevée. Il était donc plus efficace pour notre étude de choisir cette production plutôt qu'une autre.

# Annonce de plan

Notre réflexion se déroulera en trois temps. D'abord, nous analyserons comment l'engagement politique donne sens au métier de libraire en montrant que les libraires engagés perçoivent la librairie comme un lieu politique en soi et construisent leur assortiment en partant de ce postulat. Ensuite, nous verrons en quoi l'engagement politique du libraire est indissociable de son identité personnelle. Pour ce faire, nous établirons comment les libraires engagés s'inscrivent dans des normes militantes dans laquelle leur identité est centrale puis nous montrerons comment leur identité personnelle peuvent prendre le dessus sur leur rôle commercial. Enfin, nous établirons que la librairie est un commerce dans lequel il est nécessaire de mettre en place des stratégies et de faire des compromis. Nous verrons alors que le libraire se fait des compromis, car l'engagement politique de celui-ci est limité par le cadre commercial de la librairie et que cet engagement est intimement lié à la position professionnelle qu'il occupe au sein de la librairie. Nous montrerons aussi comment ces libraires transforment leurs engagements politiques en stratégies commerciales.

# I. L'engagement politique donne sens au métier de libraire

## A. La librairie est conçue comme un lieu politique en soit.

### 1. Une conception idéale de ce qu'est la librairie et le rôle du libraire.

#### a. Conception politique du rôle du libraire

Depuis la mise en place de la loi sur le prix unique du livre de 1981, dite loi Lang, nous pouvons constater que la librairie indépendante est de plus en plus investie d'un capital culturel symbolique qui lui permet de se démarquer de sa concurrence et de se défaire de son statut de commerce. « Du côté des pouvoirs publics, la librairie fait l'objet de nombreuses attentions consacrant ainsi la singularité et la qualité du service rendu aux lecteurs<sup>26</sup> », effectivement plusieurs dispositifs d'aide publique ont été mis en place par un certain nombre d'institutions culturelles tels que le CNL (Centre national du livre) ou les structures régionales du livre. Nous pouvons citer par exemple la création du Label LIR (librairie de référence) par le ministère de la Culture en 2007 qui est attribué à des librairies valorisant la diversité éditoriale et qui leur permet d'être exonérées de la contribution économique territoriale. Vincent Chabault avance que « le crédit symbolique dont est porteur la librairie indépendante s'illustre également dans les formes de narrativité donnant accès à la conception du métier<sup>27</sup> ». Ainsi nous voyons que les libraires avec qui nous avons pu échanger défendent « un idéal politique<sup>28</sup> » dans lequel le libraire n'est plus seulement un médiateur culturel, mais est aussi un acteur politique « ouvertement militan[t] pendant [ses] heures de travail<sup>29</sup> ». L'enjeu est alors une « relation

---

<sup>26</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>27</sup> *Ibid.*

<sup>28</sup> Annexe I : page 143

<sup>29</sup> Annexe III : page 177

éducative verticale<sup>30</sup> » entre le libraire et son client : au-delà de la diffusion d'une offre éditoriale, le libraire se chargerait de diffuser « des normes et des pratiques<sup>31</sup> » sociales. Il serait essentiel pour ses libraires de « sélectionner les références<sup>32</sup> » qu'ils considèrent comme « mérit[ant] d'être diffusées<sup>33</sup> » pour transmettre à leurs clients, à travers la lecture, une nouvelle manière de penser le monde. Pour la plupart d'entre eux, la mise en action de cette conception politisée du métier de libraire passe par le fait de ne « pas [faire] une vraie séparation<sup>34</sup> » entre leurs subjectivités et leur travail. Ils « affich[ent leurs] idées<sup>35</sup> » à travers la constitution d'un assortiment « tourné vers l'écologie, l'inclusivité, être respectueux et antiraciste<sup>36</sup> ». Ils défendent une volonté « [d'] inclure tout le monde<sup>37</sup> ». Cet « engagement quotidien<sup>38</sup> » est la raison pour laquelle ils « se [lèvent] le matin<sup>39</sup> », car sans celui-ci « on ne fait pas ce métier<sup>40</sup> ». Ceci nous montre que dans la perception que ces libraires ont de leurs métiers et de leurs identités professionnelles, l'engagement politique est indissociable des autres aspects de ceux-ci. Leur militantisme s'ancre essentiellement dans l'espoir qu'en transformant la librairie en un lieu inclusif, loin des discriminations LGBTphobes, des dominations de classes, de race et de genre, au moins dans l'assortiment, le libraire peut transmettre ses valeurs progressistes et faire évoluer la société. Pour certains, cette volonté les pousse à transformer leurs librairies en un lieu social et communautaire, c'est une démarche que l'on retrouve dans la librairie d'Amélia qui est moins engagée politiquement en termes d'assortiment que les autres librairies sur lesquelles nous avons travaillé, mais fait un grand travail pour « [privatiser] le magasin pour recevoir des enfants qui ne parlent pas français, [être présent] dans les collèges, [faire] des rencontres à perte pour faire des collectes pour les migrants, essay[er] de valoriser des idées qui sont progressistes pour la société<sup>41</sup> ». Même si elle propose aussi un assortiment progressiste, contrairement aux autres libraires qui font passer leur militantisme avant tout par leur rôle de libraire, ici c'est par la prise d'action concrète au sein de son quartier qu'Amélia définit l'engagement de sa librairie.

---

<sup>30</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> Annexe V : page 214

<sup>35</sup> Annexe III : page 177

<sup>36</sup> Annexe II : page 155

<sup>37</sup> *Ibid.* : page 155

<sup>38</sup> Annexe VII : page 247

<sup>39</sup> *Ibid.* : page 247

<sup>40</sup> *Ibid.* : page 247

<sup>41</sup> Annexe VI : page 235

Cette perception de leur métier les emmène à refuser de voir la librairie comme étant juste un commerce parmi d'autres. L'engagement politique fait partie intégrante, pour les libraires interrogées, de la construction d'un idéal du rôle de libraire investi de sorte à valoriser le métier et à se donner de la légitimité. Ainsi, ils sont dans une incompréhension qui, pour certains, frôle le mépris envers tout libraire ou toute librairie choisissant de défendre avant tout son rôle commerçant. Pour Marie, il « y a beaucoup de gens qui veulent juste vendre et puis avoir leur petite vie tranquille, sans plus. Ça se comprend. Ça ne se défend pas, mais ça se comprend<sup>42</sup> », elle continue en disant que l'une des difficultés qu'elle trouve sur son lieu de travail est que son collègue est très attaché à l'aspect commerçant de la librairie et est très pris dans des questions de rotations des livres et de quantités de titres vendus, cette attitude « [l']horripile<sup>43</sup> ». Certains libraires ont « horreur de ça<sup>44</sup> » notamment parce qu'ils pensent que c'est « une blague de se dire neutre<sup>45</sup> » et donc les libraires qui ne défendent pas d'idée politique sur leur lieu de travail seraient en quelque sorte malhonnêtes. Ils feraient passer l'argent avant leurs revendications, ce qui d'après les libraires avec qui nous avons parlé, est inconcevable. Certains rejettent tellement ce modèle qu'ils disent ne pas « pouvoir être libraire dans une librairie généraliste [non militante]. [Ils] ne [savent] pas si travailler dans une librairie normale [les] intéresserait<sup>46</sup> ». Ainsi, Mélanie défend le fait que « si [elle] continue de travailler en librairie, ça sera dans d'autres librairies [engagées]<sup>47</sup> ». Les convictions politiques de ces libraires ne peuvent pas, à elles seules, expliquer un tel rejet des librairies non politisées. Celle-ci est aussi motivée par le fait que, comme nous l'avons évoqué ci-dessus, ces libraires valorisent leur métier à travers leurs engagements, sans ceux-ci, leurs idéaux autour du métier s'effondrent et leur rôle est dévalorisé. Comme nous l'avons vu, la librairie en tant qu'acteur culturel est valorisée par les institutions et donc leur identité professionnelle est reconnue et considérée. Au contraire, le statut de commerçant est déprécié et n'est pas tenu comme un métier ayant une grande valeur sociale. Ainsi, avec ce rejet des librairies et libraires ayant une démarche de commerçant, ils renforcent leur propre valeur symbolique. Ils se différencient de la concurrence des grandes enseignes par leurs conseils et la qualité de leur assortiment, puis se présentent comme étant mieux que certaines librairies indépendantes de par leurs qualités morales et leur travail militant.

---

<sup>42</sup> Annexe I : page 143

<sup>43</sup> *Ibid.* : page 144

<sup>44</sup> *Ibid.* : page 144

<sup>45</sup> Annexe III : page 173

<sup>46</sup> *Ibid.* : page 182

<sup>47</sup> *Ibid.* : page 182



b. *La librairie est un lieu excluant*

Malgré leur discours sur l'importance que prend l'engagement dans leur métier, certains des libraires avouent avoir conscience que cet engagement transforme la librairie en un lieu difficile d'accès pour une partie de leur zone de chalandise. Mélanie, par exemple, dit être inconfortable avec le fait que sa librairie est un lieu « assez élitiste<sup>48</sup> » dans lequel un certain nombre de personnes du quartier ne se sentent pas accueillies. Pour elle l'engagement de sa librairie fait qu'il y a « pleins [de personnes] qui ne [s'y] sentent pas à leur place<sup>49</sup> » notamment dû au fait qu'ils refusent d'avoir des bestsellers comme Marc Levy ou Amélie Nothomb dans leurs stocks. La clientèle de sa librairie est « CSP+<sup>50</sup> » alors que la librairie se situe dans un quartier populaire dans le 20<sup>e</sup> arrondissement. Cette exclusion plus ou moins volontaire d'une partie de la zone de chalandise constitue un vrai problème pour les libraires qui revendiquent un engagement inclusif, car tout leur discours tourne autour de l'importance de représenter les minorités pour valoriser leurs expériences et leurs vécus, pourtant leur librairie n'est pas un lieu accueillant pour un certain nombre de ces minorités. Pour pallier ce problème, Lucie a fait un grand travail pour rendre son assortiment accessible à tous. Elle revendique l'importance d'avoir des livres pointus et des livres de débutant même dans les rayons sciences humaines et féminisme. D'ailleurs pour rendre le rayon féminisme plus accessible et moins intimidant, elle l'a inclus dans son rayon Vie Pratique. Ceci est fait « pour décomplexer [les clients] et [pour qu'ils] se [disent] qu'on a tous le droit de commencer par une porte d'entrée sans [élitisme]<sup>51</sup> ». Elle conçoit une « éthique<sup>52</sup> » du généraliste dans laquelle il est impossible de se « dire généraliste si finalement tout ton fonds est blanc, si tout ton fonds est normatif. Ce qui fait la généralité c'est quand on casse toutes ces barrières-là. Ce sont des réflexions qui sont constantes et qui doivent être en perpétuelle évolution<sup>53</sup> ». Cette démarche fait que malgré son assortiment qui s'ancre très clairement dans un engagement politique, elle refuse qu'on parle de sa librairie comme une librairie militante ou engagée. Les librairies de Mélanie et de Lucie représentent deux cas de figure, qu'on peut retrouver chez certains autres des libraires avec qui nous avons parlé. Le premier cas de figure est celui où la revendication de l'engagement de gauche est omniprésente, mais dans les faits elle est profondément excluante d'une grande part

---

<sup>48</sup> *Ibid.* : page 183

<sup>49</sup> *Ibid.* : page 182

<sup>50</sup> *Ibid.* : page 182

<sup>51</sup> Annexe II : page 155

<sup>52</sup> *Ibid.* : page 155

<sup>53</sup> *Ibid.* : page 155

de la clientèle de la zone de chalandise. Souvent dans ces cas, la librairie se revendique comme militante et le libraire ancre son identité professionnelle dans ses convictions politiques, notamment dans la revendication de la création d'un fonds intersectionnel. Pourtant dans les faits, au-delà du contenu de l'assortiment, cette librairie n'est pas un lieu accueillant pour tous les publics et donc ne peut pas être un lieu intersectionnel, car elle exclut en grande partie des clients issus de milieux populaires ainsi que les clients de couleur. Le deuxième cas de figure, qui est celui entre autres d'Amélia et de Lucie, est de refuser la revendication d'une librairie militante et de parler plutôt d'engagements personnels qui se reflètent dans les valeurs du lieu. Cette différence de vocabulaire fait que dans la conception de ces libraires-là, leur librairie n'est pas avant tout un lieu politique qui sert des idées, mais plutôt un commerce culturel qui sert sa clientèle tout en défendant des idéaux politiques. Effectivement, ils proposent aussi un assortiment engagé et politisé, mais ont un certain nombre de bestsellers, de livres moins pointus pour les débutants d'un sujet, ainsi que des livres qui ne sont pas politisés du tout. Leur engagement transparait dans leur choix d'assortiment, mais celui-ci est réfléchi pour ne pas être excluant, ou du moins pour aspirer en continu à l'être le moins possible.

En plus d'un idéal politique autour du rôle du libraire, nous voyons que les engagements des libraires se focalisent aussi en grande partie autour du rôle de la littérature.

### *c. Un idéal politique du rôle de la littérature*

Nous pouvons constater un discours alarmiste autour des dangers de la lecture qui se concrétise vraiment au cours du 18<sup>e</sup> siècle en France. Ce phénomène est exposé dans l'article « Responsabilité légale et responsabilité morale de l'écrivain : une perspective socio-historique<sup>54</sup> » dans lequel Gisèle Sapiro démontre que cette peur est cristallisée en France au moment de « la Révolution française [qui] vient donner corps à la croyance collective dans le pouvoir subversif des mots<sup>55</sup> » avec les écrits des Philosophes des Lumières. Au fil des siècles, cette peur a pris plusieurs formes dans l'imaginaire collectif, « dans la tradition catholique, les effets nocifs sont symbolisés par la métaphore du poison ou du venin qui entraîne le dérèglement des sens<sup>56</sup> », puis on commence à parler de « “contagion” morale<sup>57</sup> » et « [d']

---

<sup>54</sup> SAPIRO Gisèle. « Responsabilité légale et responsabilité morale de l'écrivain : une perspective socio-historique ». *Revue Droit & Littérature*. Lextenso. 2017. N° 1. p.9 à 23.

<sup>55</sup> *Ibid.*

<sup>56</sup> *Ibid.*

<sup>57</sup> *Ibid.*

épidémies “morales”<sup>58</sup> ». En ce qui concerne notre sujet, nous pouvons constater que dans les vingt dernières années cette peur se manifeste notamment par la conviction que l’homosexualité peut être transmise par la littérature. Cette croyance est la plus présente aux États-Unis et est souvent revendiquée par des groupes religieux représentés par des parents qui vont essayer de faire interdire un certain nombre de livres dans les écoles et dans les bibliothèques<sup>59</sup>, mais ce phénomène existe aussi en France avec, par exemple, le cas de la bibliothécaire de la médiathèque de La Madeleine (Hauts-de-France, 59368) qui a été suspendue en 2014 après avoir refusé la demande du « directeur général des services de la médiathèque, Vincent Eeckeman [qui avait] exigé que [l’album *Tango a deux papas* qui traite de l’homoparentalité] soit placé en rayon et non en tête de gondole, comme cela est la règle pour les nouveautés<sup>60</sup> », le maire avait lui aussi « jugé un positionnement en tête de gondole comme étant trop voyant<sup>61</sup> ». Nous voyons avec cette concentration sur l’influence que peut avoir la littérature sur un enfant que l’on considère que les dangers de la lecture « ne [menacent] pas de façon égale toute la population<sup>62</sup> ». Ainsi « certains groupes sociaux sont considérés comme plus vulnérables que les autres : les femmes, les classes populaires, les jeunes. Ces groupes forment les “nouveaux lecteurs” qui accèdent aux livres grâce à la [nouvelle vague d’] alphabétisation<sup>63</sup> » qui a lieu au 19<sup>e</sup> siècle. Au fil du temps, grâce au mouvement émancipateur des droits des femmes et à une diminution du système de classe, ces deux catégories se sont peu à peu défaites de cette notion. Les enfants quant à eux étant mineurs et donc sous la responsabilité de leurs parents, sont toujours considérés comme étant des âmes facilement influençables et donc mis en danger par la littérature si celle-ci n’est pas contrôlée et surveillée. Il découle alors de cette peur la loi de 1948 qui encadre les publications pour la jeunesse et qui, dans sa version de 2011, annonce que :

« Les publications visées à l’article 1er ne doivent comporter aucune illustration, aucun récit, aucune chronique, aucune rubrique, aucune insertion présentant sous un jour favorable le banditisme, le mensonge, le vol, la paresse, la lâcheté, la haine, la débauche ou tous actes qualifiés de crimes ou délits ou de nature à démoraliser l’enfance ou la jeunesse, ou à inspirer ou entretenir des préjugés ethniques.

---

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> *Missing from the shelf : book challenges and lack of diversity in children’s literature*. Pen America : The Freedom to Write. New York. 2016. Rapport.

<sup>60</sup> LACOUR Cécilia. « Une bibliothécaire suspendue pour avoir défendu un livre sur l’homoparentalité ». *Livre Hebdo*. 2017

<sup>61</sup> *Ibid.*

<sup>62</sup> SAPIRO Gisèle. « Responsabilité légale et responsabilité morale de l’écrivain : une perspective socio-historique ». *Revue Droit & Littérature*. Lextenso. 2017. N° 1. p.9 à 23.

<sup>63</sup> *Ibid.*

Elles ne doivent comporter aucune publicité ou annonce pour des publications de nature à démoraliser l'enfance ou la jeunesse.<sup>64</sup> »

Nous voyons bien ici avec l'utilisation du mot « démoraliser » qu'il est encore question d'empêcher la possible perversion des enfants. D'après la psychologue clinicienne Annie Rolland « la censure [est] dictée par la peur ainsi que par l'idée qu'un [enfant] puisse être déformé plus qu'informé et subir de néfastes influences par la lecture de certains textes<sup>65</sup> ». Pour elle, les censeurs sont toujours des « [individus] ou groupe d'individus aux prises avec des problématiques affective, historique et sociale, un héritage culturel spécifique et des valeurs morales singulières<sup>66</sup> ». Il est donc autant question de protéger l'enfant que de faire en sorte que l'éducation de celui-ci lui permette de s'inscrire dans les normes culturelles et sociales, de son environnement ainsi que de garantir le fait qu'il va, une fois adulte, continuer de maintenir et reproduire les valeurs morales de la société dans laquelle il évolue.

Étonnamment nous pouvons constater que le discours de nos libraires s'inscrit lui aussi dans cette notion, pourtant très conservatrice, que la littérature peut jouer un rôle fondateur dans le développement du caractère et des moraux de l'enfant. Pourtant nous voyons dans la manière dont ils investissent cette idée que la peur s'est inversée, elle ne relève plus de la volonté de maintenir « les principes de la morale bourgeoise, calquée sur la morale chrétienne<sup>67</sup> », mais plutôt d'utiliser la littérature pour combattre celle-ci. La littérature inclusive serait un moyen pour le libraire de transmettre aux jeunes lecteurs une nouvelle morale progressiste, qui se déferait des normes de genres, du racisme et de l'homophobie. Marie expose le fait que selon elle « le milieu de la jeunesse est phagocyté<sup>68</sup> » par des normes de genre, surtout imposées aux petites filles, il devient « essentiel de pouvoir donner autre chose au monde<sup>69</sup> ». Il est question ici d'ouvrir les horizons de ces enfants pour leur permettre d'envisager une autre manière de se percevoir. La littérature est vue comme une manière pour les enfants de construire leur identité, en bien ou en mal. Souvent, comme nous venons de l'exposer, les parents ont tendance à seulement se focaliser sur les dangers de la lecture, mais depuis quelques années la littérature inclusive commence à être défendue comme une manière d'influencer positivement la construction sociale des enfants. La littérature est devenue un

---

<sup>64</sup> « Loi sur les publications destinées à la jeunesse ». *Légifrance, le service public de la diffusion du droit* L. n° 49-956. 16 juillet 1949. Paris.

<sup>65</sup> ROLLAND Annie. *Qui a peur de la littérature ado ?*. Thierry Magnier. Paris. 2008.

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> *Ibid.*

<sup>68</sup> Annexe I : page 142

<sup>69</sup> *Ibid.* : page 142

moyen pour renforcer notre perception de nous-mêmes, et « ceux à qui l'on tend un livre comme un miroir peuvent s'y reconnaître et sentir leur existence confirmée et valorisée <sup>70</sup> ». La lecture est perçue comme pouvant « donner un sentiment d'appartenance et constituer une étape importante [du développement] personnel<sup>71</sup> » de l'enfant. Nous sentons que pour les libraires qui s'identifient eux-mêmes comme appartenant à la communauté LGBT, il est essentiel de protéger les jeunes LGBT de livres qui pourraient renforcer en eux des sentiments de LGBTphobie intériorisés. Léna, qui a expliqué lors de notre échange qu'il a été difficile pour elle d'accepter qu'elle est lesbienne, dit qu'elle « [lit tout] avant de le mettre en rayon<sup>72</sup> », car il lui est arrivé de trouver des contenus pour lesquelles elle s'est dit que si « [elle était] tombée dessus, [elle se serait] dit "mais surtout je veux pas être lesbienne"<sup>73</sup> », elle continue en disant que ces livres lui ont déclenché un sentiment « horrible<sup>74</sup> ». Effectivement, un rapport de l'American Psychiatric Association<sup>75</sup> publié en 2017 montre qu'il y avait des disparités de santé mentale entre personnes hétérosexuelles et personnes LGBT causées par le stigmatisme et les discriminations que ces derniers subissent au quotidien<sup>76</sup>. À cause de ces discriminations quotidiennes, les personnes LGBT sont deux et demi fois plus à risque de souffrir de dépression, d'anxiété et d'addiction que les personnes hétérosexuelles du même âge. De même, les tentatives de suicide sont quatre fois plus élevées chez les jeunes LGBT que chez les jeunes hétérosexuelles. Ces chiffres s'aggravent si ces derniers appartiennent aussi à une minorité ethnique<sup>77</sup>. Nous voyons donc que là où la peur des dangers de la littérature s'inscrit dans la volonté de transmettre et de maintenir des normes sociales souvent conservatrices, la défense d'une mise à disposition d'une littérature inclusive et particulièrement LGBT de la part des libraires avec qui nous nous sommes entretenus naît, quant à elle, dans la conviction qu'en proposant aux enfants des modèles d'identification positive nous leur permettons de se construire une identité personnelle plus saine. Ainsi que de faire en sorte que les premières

---

<sup>70</sup> COLLECTIF. « Inclusi(.f.v.e.s), Le monde du livre et de l'écrit : quelles diversités ? ». *La revue Bibliodiversité, les mutations du livre et de l'écrit*. Double Ponctuation. Paris. 2022

<sup>71</sup> *Ibid.*

<sup>72</sup> Annexe V : page 207

<sup>73</sup> *Ibid.* : page 207

<sup>74</sup> *Ibid.* : page 207

<sup>75</sup> *Division of Diversity and Health Equity. Mental Health Disparities: LGBTQ*. American Psychiatric Association. 2017

<sup>76</sup> *Ibid.* : « Health disparities among LGBTQ people are linked to stigma and discrimination »

<sup>77</sup> *Ibid.* : « LGBTQ individuals are more than twice as likely as heterosexual men and women to have a mental health disorder in their lifetime. LGBTQ individuals are 2.5 times more likely to experience depression, anxiety, and substance misuse compared with heterosexual individuals. The rate of suicide attempts is four times greater for lesbian, gay, and bisexual youth and two times greater for questioning youth than that of heterosexual youth. »

interactions qu'ils ont avec la littérature ne soient pas des expériences qui vont instaurer ou renforcer une honte de leurs identités qu'elle soit ethnique, sexuelle ou de genre.

Cette démarche soulève cependant la question du rôle que joue le libraire en tant que médiateur culturel. Anne Maillet dans son mémoire *Le métier de libraire et la sélection des ouvrages en librairie spécialisée jeunesse : étude du rôle de la librairie de jeunesse dans la promotion de la lecture à travers la sélection des ouvrages*<sup>78</sup> se questionne sur si dans son rôle « d'intermédiaire entre le livre et le lecteur, le libraire [joue un rôle de] filtre ou [de] simple médiateur<sup>79</sup> » entre le livre et le client. Elle avance qu'il est souvent difficile pour les libraires de ne pas « tomber dans le piège de la subjectivité ou de la censure<sup>80</sup> » lorsqu'ils créent un assortiment. Nous voyons que certains des libraires avec qui nous nous sommes entretenues conçoivent leur rôle de prescripteur culturel comme étant synonyme avec celui du « filtre<sup>81</sup> » dont parle Anne Maillet. Les libraires en question n'utilisent que rarement le mot censure, mais vont expliquer qu'elles « refus[ent]<sup>82</sup> » de vendre certains titres expliquant que « c'est une chose de tomber dessus et d'apprécier quand on est enfant, c'est une autre chose de [le] proposer à la vente<sup>83</sup> ». Nous voyons que les libraires ont conscience qu'en tant que « "médiateur" entre les ouvrages [qu'ils proposent] et les lecteurs, [ils ont] le pouvoir de faire connaître ou reconnaître des titres qui, sans cela, resteraient écartés à cause de leur contenu plus "difficile"<sup>84</sup> » et se servent alors de cela pour valoriser la littérature inclusive auprès de leurs clients. Notamment par une technique de conseil qui consisterait à écouter la demande du client et « [d'] aller chercher [celui-ci] au-delà de la réponse aux conseils<sup>85</sup> ». Ici, toute la difficulté pour le libraire réside dans le fait qu'il doit « cerner rapidement le conseil [dont le client a besoin] pour ne pas non plus le surcharger<sup>86</sup> » tout en ne proposant que des choses qui vont dans le sens de ses convictions personnelles. Lors du conseil le libraire doit mettre en place des techniques pour ne pas passer la frontière entre proposer une sélection d'ouvrages

---

<sup>78</sup> MAILLET Anne. *Le métier de libraire et la sélection des ouvrages en librairie spécialisée jeunesse : étude du rôle de la librairie de jeunesse dans la promotion de la lecture à travers la sélection des ouvrages*. Mémoire de Master. Lille-3 UFR IDIST. Université Lille 3 — UFR Information, documentation, information scientifique et technique. 1998.

<sup>79</sup> *Ibid.*

<sup>80</sup> *Ibid.*

<sup>81</sup> *Ibid.*

<sup>82</sup> Annexe III : page 174

<sup>83</sup> *Ibid.* : page 174

<sup>84</sup> MAILLET Anne. *Le métier de libraire et la sélection des ouvrages en librairie spécialisée jeunesse : étude du rôle de la librairie de jeunesse dans la promotion de la lecture à travers la sélection des ouvrages*. Mémoire de Master. Lille-3 UFR IDIST. Université Lille 3 — UFR Information, documentation, information scientifique et technique. 1998.

<sup>85</sup> Annexe I : page 142

<sup>86</sup> *Ibid.* : page 142

correspondant à ses propres goûts et imposer sa subjectivité au client. Pour accomplir cela, il va « essayer d'aiguiller [le client] et de lui donner plein de choses différentes qui soient intéressantes et qui fassent bouger les lignes<sup>87</sup> » de la normativité. Il s'agit donc d'être à la fois un médiateur qui sert de passerelle entre le client et le livre dont il a besoin, tout en étant un filtre qui empêche le client de choisir ce que le libraire considère être un mauvais livre, au sens politique et moral. Ainsi, ils ne trouvent pas « l'équilibre<sup>88</sup> » entre subjectivité et « universalisme<sup>89</sup> » dans l'assortiment et le conseil que nous décrit Anne Maillet, mais préfèrent s'inscrire dans une démarche entièrement subjective qui se rapproche parfois de la censure, mais qui permet cependant de répondre aux attentes de leurs clients.

\*

En somme, ces libraires perçoivent la librairie comme un lieu politique leur permettant de s'établir en filtre pour transmettre leurs valeurs progressistes à leur clientèle en excluant ce qu'ils considèrent être les mauvais livres de leur assortiment. La notion de mauvais livre s'ancre dans la notion de la peur des dangers que la lecture peut avoir sur les enfants. Ces libraires reprennent et modifient ce concept en montrant l'importance de proposer des livres inclusifs qui valorisent les expériences et vécus des enfants issus de minorités pour leur permettre de se construire une identité saine et dépourvue de honte intériorisée. Cette conception de la librairie comme espace politique permet aux libraires de valoriser leur rôle professionnel en renforçant sa valeur symbolique. Ils se construisent en opposition aux librairies indépendantes non politisées, ce qui leur permet de s'en démarquer. Cette volonté de se démarquer s'étend alors à la manière dont les livres sont mis en avant dans l'espace.

\*

---

<sup>87</sup> *Ibid.* : page 142

<sup>88</sup> MAILLET Anne. *Le métier de libraire et la sélection des ouvrages en librairie spécialisée jeunesse : étude du rôle de la librairie de jeunesse dans la promotion de la lecture à travers la sélection des ouvrages*. Mémoire de Master. Lille-3 UFR IDIST. Université Lille 3 — UFR Information, documentation, information scientifique et technique. 1998.

<sup>89</sup> *Ibid.*

## 2. Un engagement dans l'espace

### a. Une réflexion politique qui s'étend jusqu'au rangement des livres

Comme nous l'avons vu précédemment, les libraires investissent politiquement leur rôle de médiateur culturel en élaborant une réflexion autour de leur manière de conseiller. Cela étant, il n'est pas surprenant que les libraires avec qui nous avons pu discuter portent un regard critique et une réflexion politique autour du moyen de ranger les livres LGBT. Effectivement, la médiation en librairie ne passe pas seulement par le conseil, il existe une forme de médiation indirecte dans laquelle le libraire ne communique pas avec le client pour effectuer sa vente. Le libraire n'a pas le temps d'interagir avec tous ses clients et doit donc réfléchir à d'autres manières de valoriser les livres qu'il veut défendre pour que les clients soient poussés à acheter ses livres sans conseils. Les albums LGBT sont « [mis] plus en avant<sup>90</sup> » que les autres, mais comme les rayons jeunesse sont souvent petits en librairie généraliste il n'est pas possible pour ces libraires de faire des tables thématiques ou de monopoliser des présentoirs uniquement pour ces livres. Pour répondre à ce problème ils les mettent en rayon, mais en facing<sup>91</sup> « parce que si les gens le voient et [que] le titre est assez équivoque<sup>92</sup> » ou que la couverture attire l'œil il y a plus de chances que le client le prenne, le feuillette et finisse par l'acheter. Une autre manière de les valoriser est de les mettre en pile sur tablette ou « sur table<sup>93</sup> » avec « de petits mots<sup>94</sup> » ou notule. « Les libraires indépendants célèbrent ainsi le caractère indépassable du “conseil”. La force de cet argument fait que le “conseil du libraire” prodigué par leurs soins, tandis qu'ils sont régulièrement présentés dans les médias comme des prescripteurs fiables dont les avis subjectifs sont valorisés (les “coups de gueule” et “coups de cœur” du libraire)<sup>95</sup> ». La notule ou le coup de cœur est une manière sûre de faire vendre un titre sans interagir par la parole avec le client. Cette technique permet au libraire de guider le client à travers la production éditoriale et de jouer de son rôle de prescripteur culturel en indiquant au client ce qui est méritant d'être lu ou non. Effectivement, d'après Sophie Noël « réduire l'incertitude est

---

<sup>90</sup> Annexe III : page 171

<sup>91</sup> Le facing est un terme désignant une manière de mettre un livre en rayon pour qu'il soit tourné vers le client. Le livre est positionné debout sur sa tranche inférieure avec la couverture présentée frontalement aux clients.

<sup>92</sup> Annexe V : page 206

<sup>93</sup> *Ibid.* : page 208

<sup>94</sup> Annexe III : page 171

<sup>95</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.



l'une des fonctions centrales des intermédiaires culturels sur un marché des singularités particulièrement vaste et incertain [...]. En ce sens, les librairies font office de dispositifs de jugement et de confiance chargés de dissiper l'opacité en orientant le choix des consommateurs<sup>96</sup> ». Certains des libraires avec qui nous avons discuté jouent de cette prescription indirecte pour mettre les albums jeunesse LGBT beaucoup plus en avant que le reste de leur assortiment. Ils ont conscience que ce ne sont pas des livres grand public et qu'ils ne vont pas se vendre de la même manière s'ils sont en rayon sans l'appui du conseil du libraire. Ils savent que le rôle de prescripteur « agit comme un gage de légitimité<sup>97</sup> ». En mettant en avant ces albums jeunesse dans l'espace et avec des notules, ils cherchent à leur donner une légitimité qu'ils ne posséderaient pas d'eux-mêmes. Ce favoritisme pour ces livres vient répondre au fait que ce sont des livres qui ne vont recevoir aucune consécration officielle, ils ne gagnent que rarement des prix et l'on ne parle pas d'eux dans la presse. Le libraire se doit donc de survaloriser ces livres au sein de sa librairie pour leur permettre d'avoir une chance face aux autres albums qui ont reçu une reconnaissance institutionnelle.

Cette légitimation passe notamment par le rayon dans lequel le livre sera rangé. Nous voyons qu'au sein des libraires que nous avons interviewés il y a un assez fort désaccord sur la manière de procéder au rayonnage de ces titres. Mélanie revendique le fait de faire un rayon LGBT « séparé<sup>98</sup> » du reste de la jeunesse, « [elle a] isolé certains albums jeunesse qui traitent de ces thèmes-là en sujet principal. Parce [qu'elle sait qu'elle a] des demandes de la part de certains parents et comme ça on les voit et les gens sont plus autonome<sup>99</sup> ». Elle le fait donc pour gagner du temps et permettre à ses clients de se retrouver plus facilement dans la librairie, mais elle a conscience qu'en séparant ces titres du reste du rayon jeunesse ses clients ne « peuvent pas tomber par hasard sur des histoires LGBT<sup>100</sup> ». Elle considère que ceci est un problème, car les expériences et vécus de personnes LGBT ne seront lus que par des personnes que cela intéresse déjà. Un certain nombre de clients, qui n'iront pas d'eux-mêmes dans le rayon LGBT, seront privés de l'opportunité de découvrir de nouvelles lectures qui pourraient les enrichir. Pour répondre à ce problème, elle a décidé que « si ça n'est pas le sujet principal [du livre, elle] le laisse avec les autres livres jeunesse<sup>101</sup> ». Ainsi, ses clients en recherche de livres sur les questions LGBT pourront les trouver facilement en rayon et les autres clients

---

<sup>96</sup> *Ibid.*

<sup>97</sup> *Ibid.*

<sup>98</sup> Annexe III : page 169

<sup>99</sup> *Ibid.* : page 169

<sup>100</sup> *Ibid.* : page 169

<sup>101</sup> *Ibid.* : page 169

continueront d’être exposés à des livres LGBT. Pour les autres libraires avec qui nous avons discuté, séparer les livres LGBT du reste du rayon représente un vrai problème. Contrairement à Mélanie, qui pense le faire pour valoriser ces livres, une grande partie des autres libraires considère que cette stratégie relève plus du Pink Washing que de la valorisation « surtout qu’il y a tellement d’éditeurs qui le font <sup>102</sup>» pour des raisons commerciales et non politiques. Lucie dit « [se voir] mal faire des séparations<sup>103</sup> », car elle défend une intersectionnalité qui a pour but de mettre tout le monde à égalité et non de les polariser. Pour elle, séparer son rayon reviendrait à appuyer sur ce qui fait nos différences et maintenir une impression que les expériences des minorités ne valent pas le même intérêt que celle des autres. Elle dit qu’elle « ne [fait] pas de distinctions dans l’assortiment parce que déjà ça ne [lui] parle pas, alors encore moins pour les autres<sup>104</sup> » et fini son propos en caricaturant : « si vous voulez un enfant noir il sera là ! et si vous voulez un enfant musulman, il sera là ! et l’enfant trans il sera là !<sup>105</sup> ». Refuser de séparer les albums LGBT du reste du rayon jeunesse relève d’une résistance au processus d’altérisation auquel sont soumises énormément de minorités. Continuer de mélanger ces livres avec les autres titres du rayon est une manière pour le libraire de revendiquer la légitimité de l’expérience LGBT comme pouvant être une expérience universelle, au sens où tout le monde devrait apprendre à s’identifier aux expériences et vécus des autres. Si ces livres sont séparés et isolés du reste du rayon sous un panneau qui indique clairement que ce sont des livres LGBT, un certain nombre de clients vont s’en détourner et les expériences de cette minorité continueront d’être perçues comme celle de l’autre.

*b. La question des vitrines thématique au moment du mois des Fiertés*

Nous retrouvons les mêmes questionnements au sujet des vitrines thématiques pendant le mois de juin, qui pour la communauté LGBT est le mois des fiertés. La vitrine est une partie essentielle de la construction de l’identité de la librairie. C’est à travers la vitrine que la librairie peut montrer au monde extérieur son identité et ses revendications, c’est aussi le moyen par lequel la librairie attire de nouveaux clients. Nous voyons que les libraires avec qui nous avons discuté sont tous d’accord pour dire qu’au cours de l’année ils peuvent « faire une mise en

---

<sup>102</sup> Annexe I : page 141

<sup>103</sup> Annexe II : page 156

<sup>104</sup> *Ibid.* : page 156

<sup>105</sup> *Ibid.* : page 156

avant en vitrine<sup>106</sup> » des albums jeunesse LGBT, mais le débat se corse sur la question de la vitrine thématique pendant le mois des fiertés. La plupart des libraires se dressent contre cette initiative, Lucie « ne [se voit] pas du tout faire une vitrine pour le mois des fiertés<sup>107</sup> », car pour elle faire une vitrine en juin n'a pas de sens quand on se revendique comme engagé ou quand on appartient à la communauté LGBT, car : « on est tous fières tout le temps, point barre<sup>108</sup> ». Dans sa conception politique, l'engagement n'est pas une chose qui se défend qu'à un moment de l'année, mais devrait être un travail continu. Mélanie est la seule libraire qui s'identifie comme étant LGBT à avoir fait « une vitrine pendant le mois des fiertés. [Elle a fait] une vitrine avec de la jeunesse, de la littérature, de la BD, des beaux-arts et des essais et c'est resté pendant un mois<sup>109</sup> ». Mélanie défend la volonté de faire cette vitrine comme étant une manière pour elle de valoriser la production LGBT, cette mise en avant était perçue comme une extension de son engagement politique, mais pour certains des autres libraires, qui refusent de faire de vitrines thématiques en juin, ce refus vient du fait qu'ils ne veulent pas faire ou être perçus comme étant en train de faire du Pink Washing. Justine explique d'ailleurs que malgré le fait que sa librairie se situe proche de la trajectoire de la Marche des Fiertés, ils ne font pas de vitrine thématique « dans l'idée de ne pas s'approprier un combat qui ne [leur] appartient pas personnellement<sup>110</sup> » étant donné le fait que personne dans l'équipe n'appartient à la communauté LGBT. Le terme de Pink Washing est d'abord utilisé par les féministes se battant pour donner de la visibilité au cancer du sein et était utilisé pour parler des entreprises qui se servaient de cette cause pour des raisons marketing. Le terme est maintenant utilisé par les activistes LGBT et fait référence à une technique marketing qui consiste à montrer un soutien ostentatoire à la communauté LGBT, notamment pendant le mois des Fiertés, pour valoriser l'image d'une entreprise et/ou pour vendre un produit, parfois on parle aussi de Rainbow Washing. Cette démarche marketing est reproduite dans de nombreux domaines, notamment celle du féminisme, comme nous le montre Flore Desvigne dans son mémoire de Master *Nouvelles représentations de la féminité dans le secteur de la lingerie, entre discours marchands et discours militants*<sup>111</sup>. Elle explique que « le discours marchand se heurte en réception à une critique militante, qui tente par la dénonciation, le dégenrage et la

---

<sup>106</sup> Annexe V : page 208

<sup>107</sup> Annexe II : page 158

<sup>108</sup> *Ibid.* : page 158

<sup>109</sup> Annexe III : page 173

<sup>110</sup> Annexe VII : page 246

<sup>111</sup> DESVIGNES Flore. *Nouvelles représentations de la féminité dans le secteur de la lingerie, entre discours marchands et discours militants*. Mémoire de Master. SU CELSA. Sorbonne Université — Faculté des Lettres, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication. 2019.

déconstruction de modifier le discours marchand. Le discours marchand s'approprie ensuite ce discours critique [...]. Ce nouveau discours marchand alimente ensuite le discours militant, et vice-versa<sup>112</sup> ». Nous constatons qu'en librairie généraliste il commence à se mettre en place un phénomène similaire avec deux cas de figure qui se construisent en opposition l'une de l'autre. Dans le premier cas, le libraire militant réfléchit à sa vitrine en termes d'engagement politique, sa décision de faire une vitrine thématique ou non représente une manière de renforcer et d'affirmer son identité militante. C'est le cas notamment de Mélanie et de Justine. Le deuxième cas de figure est le libraire sans engagement politique, qui ne fait pas partie de la communauté LGBT et pour qui la création d'une vitrine thématique au moment du mois des Fiertés est une stratégie commerciale qui vient renforcer l'identité de sa librairie. C'est le cas de Jade qui a un assortiment LGBT, mais ne le défend pas particulièrement ni avec des mises en avant spatiale ni avec des conseils, mais qui au moment du mois de juin fait une vitrine thématique ainsi qu'une mise en avant de ces livres sur son site internet<sup>113</sup>. Jade travaille dans une librairie qui se revendique comme étant militante de gauche, mais cet engagement se calque sur des modèles commerciaux. L'identité militante du lieu puise et reproduit les stratégies militantes de certains libraires engagés dans la valorisation de la production LGBT et se sert de celle-ci pour renforcer l'identité de leur librairie. Ce faisant, ils se démarquent de la concurrence non militante et essayent d'attirer une nouvelle clientèle dans leur librairie en projetant, à travers leur vitrine thématique, leur identité de lieu militant. C'est en réponse à cette réappropriation marketing de leur combat qu'un certain nombre des autres libraires choisissent de ne pas faire de vitrine thématique. Ils rejettent ce modèle et en se faisant, comme nous l'avons vu ci-dessus, mettent en place des stratégies de valorisation de leur assortiment LGBT dans l'espace et dans la parole tout au long de l'année dans l'espoir de permettre aux clients de reconnaître et différencier les librairies avec un engagement politique profond des libraires dont l'engagement est plus superficiel et sert avant tout la vente.

---

<sup>112</sup> *Ibid.*

<sup>113</sup> Annexe IV : « c'est déjà arrivé qu'on fasse des vitrines et à ce moment-là je le mets en avant. Sinon ça reste un ouvrage, voilà. » : page 191

\*

En résumé, la médiation est une partie essentielle du rôle du libraire et passe autant par le conseil verbal que par la mise en avant non verbale d'un livre. Le libraire se place en tant que guide permettant à ses clients de mieux se retrouver dans la production littéraire. Mais, étant donné qu'il y a beaucoup de travail, il n'est pas disponible pour lui de conseiller tous ses clients et il se sert alors de la mise en avant spatiale tel que le facing ou les piles et la rédaction de notices pour continuer de jouer son rôle de médiateur sans échanger directement avec son client. Les albums LGBT sont souvent plus mis en avant que le reste de l'assortiment de ces libraires, car les goûts de ceux-ci peuvent légitimer un livre. Ils se concentrent donc sur les livres LGBT, car ce sont des livres qui ne sont légitimés par aucun des médiateurs culturels hégémoniques.

Enfin, la médiation passe aussi par la création d'une vitrine représentative des engagements de la librairie. La question de la création d'une vitrine thématique LGBT pendant le mois des fiertés divise les libraires de notre étude. Beaucoup s'y opposent en expliquant leur refus de tomber dans les mêmes modèles marketing que certaines grandes marques effectuant du Pink Washing pendant le mois de juin et préfèrent défendre un engagement en continu sur toute l'année. Nous constatons alors que les pratiques militantes des libraires engagés pour la cause LGBT sont reprises par des libraires non engagés pour renforcer leur identité de marque et utiliser le militantisme pour se démarquer de leur concurrence. Les pratiques militantes et marketing se nourrissent les unes des autres jusque dans la création de l'assortiment.

\*

## B. La constitution d'un assortiment

### 1. Un regard critique porté sur les autres maillons de la chaîne du livre

#### a. *Travailler ou non avec certains éditeurs ou distributeurs : un enjeu politique*

Pour certains, la constitution d'un assortiment engagé passe d'abord par un regard critique des éditeurs et des distributeurs avec lesquels ils choisissent ou non de travailler. « 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. [...] L'enjeu est alors de promouvoir le catalogue des maisons innovantes<sup>114</sup> ». Ainsi, Lucie nous explique que « dans cet esprit d'être à la fois généraliste et inclusif [elle fait] très attention à ce que tout [ses] diffuseurs aient à peu près la même place dans la librairie. Ce n'est pas : les plus gros vont avoir plus de place et les plus petits moins de place<sup>115</sup> ». Nous pouvons constater qu'il y a une vraie réflexion autour de la domination de l'assortiment par les grandes maisons d'édition. Lucie s'engage alors à rendre son assortiment paritaire entre les petites maisons d'édition et les grandes, un livre ne devrait pas être présent en rayon seulement par rapport au poids de sa maison, mais pour sa qualité. La question n'est plus de prendre un livre en fonction de son potentiel de vente, mais plutôt de regarder qui l'a publié et pourquoi. Pour être intégré à l'assortiment, le contenu du livre, ainsi que la maison qui l'a édité, doit partager, ou du moins, ne pas aller contre les engagements politiques des libraires. Certains libraires portent alors un regard critique sur les motivations des maisons d'édition auxquelles ils ne font pas confiance. Ainsi, en suivant ce principe, un livre n'est plus légitimé parce qu'il appartient à une grande maison d'édition, au contraire ces libraires regardent avec suspicion la production engagée de celles-ci. Étant donné que la production de livre jeunesse LGBT n'est pas encore démocratisée, leurs critères vont plus porter sur des questions féministes, d'autant plus que l'on voit une nouvelle visibilité de la lutte féministe grâce aux réseaux sociaux, ce qui pousse les maisons d'édition à publier de plus en plus de livres qu'elles revendiquent comme étant féministes. Amélia avoue qu'elle ne prend que très peu de livres jeunesse estampillés

---

<sup>114</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>115</sup> Annexe II : page 152

féministes, car elle « n'aime pas le marketing<sup>116</sup> » fait autour de ces livres, pour elle « les enfants méritent mieux<sup>117</sup> ». Elle choisit de valoriser des livres qui sont féministes, mais qui ne se revendiquent pas forcément comme tel pour que les enfants puissent découvrir des lectures de qualité plutôt que des livres pensés seulement comme une stratégie marketing. Lucie partage la frustration d'Amélia et fait donc un énorme travail de repérage pour ne seulement proposer des livres qui sont faits par les bonnes personnes et pour les bonnes raisons. Elle dit qu'elle « ne [voit] pas l'intérêt de soutenir<sup>118</sup> » Hachette dans « leur élan féministe<sup>119</sup> » alors qu'elle « [fait] déjà une grosse sélection là-dessus, [elle] regarde qui sont [les] auteurs, pourquoi ils parlent de ça, et puis [elle sait] que les livres les plus intéressants sont distribués par tel type de diffuseur et publiés dans tel type de maison d'édition<sup>120</sup> ». Pour les auteurs et les maisons d'édition qu'elle ne connaît pas bien, c'est le choix du distributeur et du diffuseur qui va l'aider à prendre sa décision. L'engagement de surface ne suffit pas pour ces deux libraires, le contenu du livre n'est pas la seule chose qui compte si l'on veut créer un assortiment qui reflète réellement nos valeurs politiques. Lucie parle avec virulence de leur manque « [d']éthique<sup>121</sup> » et parle avec dégoût de leur tentative de se réapproprier des luttes politiques pour des raisons marketing en disant qu'elle « préfère mourir que de parler avec ces gens-là<sup>122</sup> ». Un rejet aussi virulent ne s'explique pas seulement par le fait que ces libraires veulent défendre leurs valeurs politiques, mais plutôt parce que le modèle économique de ces maisons d'édition va à l'encontre de leurs convictions profondes sur le rôle de la librairie et le rôle de la littérature. Nous avons déjà évoqué le fait que les libraires ont participé à construire une image valorisante de leur métier qui rejette tous les aspects commerciaux de celui-ci en insistant sur le rôle culturel du libraire. Cette aversion au rôle commercial de la maison d'édition s'inscrit donc dans le même processus. Si les métiers de l'édition se présentent comme étant seulement des acteurs économiques et commerciaux, le libraire ne pourra plus se définir uniquement par son rôle culturel, car si les éditeurs se présentent comme tels, cela impliquerait que la librairie ne serait qu'un point de vente servant les impératifs économiques de l'édition. Ainsi ces libraires vont se détourner des grands acteurs de l'édition et préférer travailler avec des diffuseurs et des éditeurs qui revendiquent les mêmes valeurs politiques qu'eux et valorisent le livre comme un

---

<sup>116</sup> Annexe VI : page 229

<sup>117</sup> *Ibid.* : page 229

<sup>118</sup> Annexe II : page 154

<sup>119</sup> *Ibid.* : page 154

<sup>120</sup> *Ibid.* : page 154

<sup>121</sup> *Ibid.* : page 157

<sup>122</sup> *Ibid.* : page 157

objet culturel tel que « Belles Lettres, Divergences, et Remue-Ménage <sup>123</sup> ». Le contenu du livre peut être très bon, mais en étant publié et distribué chez un éditeur et distributeur influant, ces libraires pensent que le livre ne peut être en adéquation avec leurs valeurs. Dans cette conception, un livre doit être un objet culturel qui se suffit à lui-même, qui s'inscrit le moins possible dans des démarches commerciales. Sophie Noël expose d'ailleurs le fait qu'un certain nombre de libraires ont pour but de « promouvoir contre la logique commerciale, au nom de principes autonomes de régulation <sup>124</sup> ». Ainsi, les grandes maisons d'édition représentent des acteurs de la chaîne du livre qui ne produiraient plus que des livres répondant à des stratégies commerciales et faites, non pas pour leur valeur culturelle, mais pour leur potentiel financier.

Le regard critique que ces libraires portent sur les motivations des maisons d'édition se culmine en un refus de travailler avec eux sur certains titres ou un boycott de la maison en entier. Sophie Noël évoque « [une] libraire du nord-est parisien [qui] affirme ainsi avec un plaisir non dissimulé réaliser “un petit boycott personnel”<sup>125</sup> » de certains titres qu'elle n'apprécie pas. Nous retrouvons une démarche similaire chez Lucie qui a choisi de ne pas travailler avec Hachette du tout. Elle explique que « le problème des distributeurs c'est qu'il y ait trois ou quatre gros distributeurs qui vont être Hachette, Interforum, Sodis et MDS qui partent du principe qu'ils sont 95 % du stock des libraires. Hachette typiquement part du principe que c'est toi qui as besoin d'eux et pas eux qui ont besoin de toi<sup>126</sup> ». Elle fait donc un pas de côté pour quand même avoir certains titres de la distribution Hachette en passant par la SFL, ce qui lui permet de les prendre en stock limité sans interagir avec Hachette. D'autres libraires de notre enquête évoquent aussi des conflits avec Hachette et la volonté d'arrêter de travailler avec eux, mais évoquent avec regret le fait qu'ils n'ont pas les capacités financières pour se permettre de se couper d'un aussi grand acteur de la chaîne du livre<sup>127</sup>. Ainsi, même si une partie des libraires avec qui nous avons parlé rejettent le modèle économique des grands diffuseurs, dans les faits, il est difficile, voire impossible pour eux, de se couper d'une aussi grande part de la production littéraire. Ils vont donc continuer de travailler avec ces diffuseurs en choisissant avec un plus grand soin les livres qu'ils leur achèteront. Il est possible pour eux de faire ce compromis, car leur désaccord né d'un rejet de leurs conceptions trop commerciales du rôle du livre et de la manière de le produire et non pas d'une différence de revendication

---

<sup>123</sup> *Ibid.* : page 157

<sup>124</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

<sup>125</sup> *Ibid.*

<sup>126</sup> *Ibid.*

<sup>127</sup> Annexe III : page 174



politique. Ne pouvant pas pratiquer un boycott massif de la production éditoriale, ils développent d'autres stratégies pour maintenir un contrôle sur leur assortiment, notamment en refusant catégoriquement de travailler avec des « éditeurs de droite et d'extrême droite<sup>128</sup> ». Il est donc impossible pour ces libraires de travailler avec des éditeurs qui revendiquent une idéologie contraire à la leur. Ils excluent alors tous les éditeurs qui ont une production qui ne rentre pas dans leurs revendications progressistes de gauche.

Pourtant, certains grands groupes de diffusions travaillent aussi avec des maisons d'édition qui proposent un catalogue en adéquation avec les valeurs défendues par ces libraires telles qu'Anamosa et La Découverte distribuée par Sodis, Payot distribuée par Hachette ou encore la collection Féministe de Point distribuée par MDS. En écartant les éditeurs diffusés par ces groupes en partant du principe que ce sont des éditeurs pour lesquels l'engagement politique n'est qu'un engagement de surface, ces libraires se coupent d'une énorme partie de la production littéraire. D'autant plus que, même si ces éditeurs ne sont seulement politisés pour des raisons commerciales, certains des titres de leurs catalogues sont de très bonne qualité et auraient leurs places dans un assortiment inclusif. Plusieurs libraires ont conscience de ceci et disent que peu importe que ce soit « par valeur ou par rapport au marché <sup>129</sup> » certaines « grandes maisons proposent des choses [plutôt] intéressantes<sup>130</sup> ». Il n'est plus question d'être sûr que les maisons d'édition effectuent un travail militant qui se détache de tout intérêt financier, mais plutôt que le contenu du livre soit bien fait et reflète les valeurs que le libraire veut défendre. Ces libraires savent qu'il y a des enjeux économiques et marketing derrière la nouvelle identité progressiste de certaines grandes maisons d'édition, mais ils mettent ces stratégies marketing au service de leurs engagements politiques. Peu importe les raisons de la création du livre, une fois qu'il est sur le marché, il peut servir pour faire changer les mentalités et participer à transmettre des valeurs plus progressistes aux prochaines générations. Ces libraires ne veulent pas s'amputer d'une énorme part de la production littéraire d'autant plus que les grandes maisons d'édition peuvent parfois accorder un meilleur budget à la création du livre, ce qui fait que certains de leurs livres inclusifs sont de très beaux objets. Ceci permet aux libraires de les vendre à un public qui n'est pas militant et qui cherche avant tout des livres esthétiques et de bonnes qualités pour leurs enfants. Continuer de travailler et de valoriser les livres issus de ces grandes maisons et distribués par de grands groupes est une stratégie qui permet aux libraires

---

<sup>128</sup> *Ibid.* : page 174

<sup>129</sup> Annexe IV : page 194

<sup>130</sup> *Ibid.* : page 194

d'agrandir leurs assortiments inclusifs et d'atteindre une nouvelle clientèle tout en maintenant leurs valeurs progressistes.

*b. La valorisation de la diversité éditoriale*

Nous constatons que ces libraires montrent une volonté de défendre et de valoriser la production éditoriale, celle-ci découle de plusieurs facteurs. D'abord, elle est un moyen de se détourner des grands acteurs de la distribution en travaillant avec des microéditeurs qui sont soit autodistribués soit représentés par de tout petits diffuseurs qui sont considérés comme s'alliant plus naturellement aux revendications politiques d'une librairie de gauche. Ainsi, le fait de mettre l'accent sur la microédition est une façon pour ces libraires de résister à l'hégémonie des grands diffuseurs. En travaillant avec des microéditeurs, le libraire rejette aussi la vision commerciale que les grands groupes ont vis-à-vis de l'objet livre et dont nous avons parlé plus haut. Effectivement, la perception que ces libraires ont de la microédition est construite en opposition aux grands groupes, ces microéditeurs travaillent souvent avec très peu de capital économique et ont donc moins les moyens de créer des objets à fort potentiel commercial. Ceci fait qu'il est assez rare qu'un livre publié chez un microéditeur devienne un bestseller, d'autant plus que la plupart du temps ces petites maisons d'édition publient des auteurs peu connus. Dans l'imaginaire de ces libraires, les microéditeurs se détachent des questionnements commerciaux auxquels sont soumises les grandes maisons, ce qui leur permet d'éditer des livres simplement pour leurs valeurs culturelles. Ils semblent se défaire de considérations économiques et s'alignent donc avec la vision idéale que se font ces libraires engagés au sujet du rôle que les acteurs de la chaîne du livre devraient jouer dans la production et la diffusion de la culture.

Cette volonté de travailler avec des microéditeurs relève aussi de l'engagement politique, car, beaucoup de livres avec des contenus LGBT ne sont pas distribués par les canaux traditionnels, il faut alors contourner ceux-ci si l'on veut proposer une sélection de livres qui soient réellement inclusive. Au-delà de la production d'albums jeunesse LGBT faite par des microéditeurs, nous voyons que Lucie vend le livre *Afro Trans*<sup>131</sup> de l'association militante Cases Rebelles qui est un des seuls livres sur le sujet, ainsi que la revue lesbienne *Well Well*

---

<sup>131</sup> COLLECTIF. *Afro Trans*. Cases Rebelles. Nantes. 2021

*Well*<sup>132</sup>, les deux étant de la microédition autodiffusée. Elle revendique l'importance de « [donner] une vraie visibilité à des microéditeurs et [d'avoir] un fonds très particulier<sup>133</sup> », elle continue en disant que « ça [lui] fait très plaisir de les soutenir [et] de les mettre en avant. C'est quelque chose auquel [elle tient]<sup>134</sup> ». Outre le fait qu'en apportant de la visibilité à ces titres, ces libraires nourrissent leurs engagements politiques tout en soutenant financièrement des éditeurs auxquelles ils croient, le fait de défendre la microédition leur permet de valoriser leurs librairies. En effet, une grande majorité des libraires avec qui nous nous sommes entretenus travaillent dans des librairies possédant le Label LIR, qui est un label décerné tous les trois ans par le ministère de la Culture. Elle permet aux librairies sélectionnées, entre autres, de négocier de meilleures remises et d'être exonérées de la contribution économique territoriale. Posséder le Label LIR représente donc un vrai enjeu économique pour ces librairies. Il se revendique comme ayant « pour vocation de reconnaître, valoriser et soutenir les engagements et le travail qualitatif des librairies indépendantes<sup>135</sup> » et mets l'accent sur l'importance de « détenir en stock et proposer à la vente une offre diversifiée de titres<sup>136</sup> ». Ce Label a pour but de valoriser l'identité culturelle de la librairie indépendante en mettant l'accent sur le travail de la création d'un assortiment qui se démarque par sa « diversité<sup>137</sup> ». Nous pouvons alors supposer que le fait de défendre la microédition et de valoriser des titres difficilement trouvables ailleurs ne relève pas uniquement d'un idéal du rôle du microéditeur allié à des revendications politiques, mais s'inscrit aussi dans le besoin qu'a la librairie de se démarquer de sa concurrence pour pouvoir acquérir de nouvelles aides financières et de légitimer, à travers une reconnaissance institutionnelle, sa valeur en tant que lieu culturel.

Le fait de « promouvoir la production de petits éditeurs en affinité avec leurs goûts<sup>138</sup> » leur permet non seulement d'apporter de la visibilité à une cause qu'ils défendent, mais aussi de contribuer financièrement à la réussite de leur projet. Les librairies se dressent alors comme des lieux culturels aux antipodes des « différentes stratégies de rationalisation de l'offre menées à la FNAC qui privilégient les déclinaisons éditoriales de personnages récurrents, internationalement diffusées. Ce type d'offre ou les “anachroniques bibliothèques rose et verte”

---

<sup>132</sup> COLLECTIF. *Well Well Well*. Paris. 2014-2022. Revue

<sup>133</sup> Annexe II : page 163

<sup>134</sup> *Ibid.* : page 163

<sup>135</sup> Présentation du Label LIR sur le site du CNL (Centre National du Livre) : <https://centrenationaldulivre.fr/aides-financement/label-lir>

<sup>136</sup> *Ibid.*

<sup>137</sup> *Ibid.*

<sup>138</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

constituent les figures repoussoirs de la littérature enfantine aux yeux des spécialistes<sup>139</sup> ». D'autant plus que « plusieurs libraires considèrent qu'ils sont les seuls à diffuser l'édition indépendante<sup>140</sup> ». Le fait de travailler avec ces microéditeurs leur permet de créer un assortiment qui se démarque de celle de la concurrence par le choix de livres peu connus et peu diffusés. Ils mettent leur militantisme au service de l'image de leur librairie de par la création d'un assortiment politique qui se veut unique et qui leur permet de se construire une identité de lieu en opposition à celle de leurs concurrents tout en attirant une clientèle partageant leurs valeurs et leurs engagements. Ce faisant, ils vont essayer de transformer tous leurs actes quotidiens qui relèvent d'échanges commerciaux, en actes politiques. Ainsi même le choix du distributeur et de l'éditeur avec qui ils vont travailler est un moyen de réaffirmer leur militantisme.

---

<sup>139</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>140</sup> *Ibid.*

\*

Par conséquent, les libraires portent un regard critique sur le travail des grandes maisons et diffuseurs et cherchent à établir les raisons derrière la production engagée de ces maisons. Il ne suffit pas de créer des livres progressistes, il faut le faire pour les bonnes raisons. Certains libraires refusent alors de travailler avec de grandes maisons d'édition, car leurs pratiques commerciales vont à l'encontre et mettent en danger l'idéal du métier de libraire que ces libraires cherchent à défendre et valoriser. Pourtant, il est en réalité très difficile, voire impossible pour beaucoup de libraires de refuser de travailler avec les grandes maisons d'édition et les grands diffuseurs à cause de la place que ceux-ci occupent dans la chaîne du livre. Quelques-uns des libraires prennent alors la décision de travailler avec ces grandes maisons, car si nous faisons abstraction des raisons commerciales qui les poussent à proposer des livres politisés, nous pouvons reconnaître que certains sont de bonne qualité et méritent une place en librairie engagée.

La microédition, quant à elle, est perçue comme l'opposé des grandes maisons d'édition due à son faible capital économique et son grand capital symbolique. Les libraires imaginent que ces petites maisons se détachent des questions commerciales pour se concentrer uniquement sur leur rôle d'acteur culturel. Ils s'allient donc naturellement aux revendications de ces libraires qui travaillent avec eux, non seulement pour des raisons militantes, mais aussi pour renforcer leur propre capital symbolique en se construisant comme un lieu d'exception et d'excellence culturelle.

Nous voyons alors que le travail de sélection et de tri que ces libraires font lors de la création de leur assortiment et le choix des éditeurs et diffuseurs avec qui ils choisissent de travailler a pour résultat la création d'un assortiment imprégné des revendications politiques de ceux-ci.

\*

## 2. L'assortiment est visiblement marqué par l'engagement politique des libraires

### a. Un assortiment dominé par l'engagement politique

L'assortiment est alors visiblement marqué par les engagements des libraires que ce soit dans l'acquisition de nouveautés ou dans le fonds. Nous voyons « un brouillage classique des frontières entre loisir et travail<sup>141</sup> » dans la conception que certains libraires interrogés ont de leur profession qui se traduit par « la volonté de maîtrise de l'assortiment<sup>142</sup> ». La librairie perçue comme un « espace “à soi”<sup>143</sup> » dans lequel « [l'] autonomie [est] érigée en valeur cardinale<sup>144</sup> ». Ainsi, lors de la création de son assortiment, le libraire peut prendre des décisions dénuées de logique commerciale et profondément influencées par ses goûts personnels. Ainsi, nous pouvons constater que pour la plupart des libraires avec qui nous avons travaillé, l'assortiment de leur rayon jeunesse se construit de telle sorte à être exclusivement engagé. La volonté de ces libraires étant d'avoir un « rayon jeunesse politisé<sup>145</sup> » dans lequel ils ont fait un grand tri pour ne proposer « rien de genré dans le rayon jeunesse<sup>146</sup> ». Ils veulent que leur rayon reflète « [les] valeurs qu'[ils souhaitent] défendre<sup>147</sup> » et font donc « le choix d'écarter ce qui est trop normatif<sup>148</sup> ». Nous voyons que certains des libraires investissent beaucoup plus de leurs temps dans leur assortiment LGBT que dans le reste de leur assortiment engagé. Effectivement, ils font un travail de veille sur leur temps personnel qui cible la production jeunesse LGBT pour rester au courant des nouvelles sorties, ils vont « sur des sites [et suivent] des pages Instagram qui proposent des contenus inclusifs<sup>149</sup> » notamment en passant « beaucoup de [leur] temps sur Bookstagram<sup>150</sup> ». Cette veille s'explique par le fait que ces libraires veulent se « tenir au courant, avoir à la fois les nouveautés et inclure dans [leurs] fonds des livres intéressants<sup>151</sup> ». Il est apparent dans le discours de ces libraires qu'ils veulent

---

<sup>141</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

<sup>142</sup> *Ibid.*

<sup>143</sup> *Ibid.*

<sup>144</sup> *Ibid.*

<sup>145</sup> Annexe III : page 171

<sup>146</sup> Annexe II : page 153

<sup>147</sup> Annexe IV : page 190

<sup>148</sup> Annexe III : page 172

<sup>149</sup> *Ibid.* : page 174

<sup>150</sup> Annexe V : page 207

<sup>151</sup> Annexe III : page 174

avoir toutes les sorties LGBT, ils passent donc beaucoup de temps à faire des recherches pour vérifier qu'ils n'ont rien « raté <sup>152</sup>».

On sent que ces libraires essayent de pallier un manque étant donné qu'il y a très peu de production d'albums jeunesse LGBT et que ceux qui existent ne sont pas mis en vente par la plupart des librairies indépendantes, ou du moins ces librairies vont en avoir un ou deux dans leur assortiment, mais ne vont pas les valoriser. Les libraires veulent donc répondre à ce manque en transformant leur rayon jeunesse en un rayon exhaustif sur les questions LGBT. Ils sont plusieurs à avouer « [qu']il y a des livres [qu'ils prennent] justes parce qu'ils sont LGBT<sup>153</sup> ». Justine dit même qu'elle les « prend quand même un peu quoi qu'il arrive. Il y a des livres qui ne sont pas des chefs d'œuvres, mais ils ont le mérite d'exister et d'être accessibles à tout le monde<sup>154</sup> ». Dans le reste de leur rayon jeunesse, ces libraires mettent l'accent sur l'importance de la qualité du livre autant dans son contenu que dans son graphisme, alors que pour les questions LGBT le sujet se suffit à lui-même, peu importe la qualité du livre. Cette volonté d'exhaustivité se construit aussi en réponse aux polémiques autour des homosexualités et transidentités qui prennent de plus en plus de place dans le débat public. En proposant ces livres, les libraires engagés et surtout ceux appartenant à la communauté LGBT résistent à leur manière aux nouveaux discours cherchant à invisibiliser ou à diaboliser l'identité LGBT. Ainsi, la qualité du texte et la beauté du graphisme de l'album passent au second plan, car ce qui est important pour ces libraires c'est de proposer le plus de représentations positives possible de personnes appartenant à la communauté LGBT.

D'autres libraires portent un regard plus critique sur la production d'album jeunesse LGBT et passent alors énormément de leurs temps à vérifier que le contenu ne soit pas stéréotypé ou dégradant pour un lecteur LGBT. Nous voyons que Justine prend toutes les sorties LGBT et va, une fois par mois, prendre du temps pour « lire les livres<sup>155</sup> » sur lesquels elle a un doute vis-à-vis du contenu pour vérifier que c'est bien un contenu inclusif. Mélanie relève aussi l'importance de vérifier que les contenus ne « [soient] pas des choses culpabilisantes ou qui présente des discours négatifs sur les minorités<sup>156</sup> ». Effectivement, Léna explique qu'il est important de « tout lire avant de les mettre en rayon<sup>157</sup> », car souvent même avec des auteurs ayant de bonnes intentions « le rendu n'est pas forcément positif<sup>158</sup> ». Dans ce cas précis, il

---

<sup>152</sup> Annexe I : page 134

<sup>153</sup> Annexe V : page 212

<sup>154</sup> Annexe VII : page 249

<sup>155</sup> *Ibid.* : page 245

<sup>156</sup> Annexe III : page 177

<sup>157</sup> Annexe V : page 205

<sup>158</sup> *Ibid.* : page 204

n'est pas non plus question de la qualité de ces livres, mais plutôt d'une peur que le sujet soit mal traité et qu'en le mettant dans les mains d'un enfant, le libraire face plus de mal que de bien. Effectivement, outre la peur de propager des stéréotypes à des personnes qui ne sont pas LGBT, la plus grande inquiétude du libraire est de renforcer les perceptions négatives qu'un enfant LGBT aurait déjà de lui-même. Il est question de protéger les enfants LGBT et non pas une question de trouver des livres dont l'histoire serait de bonne qualité. Étant donné qu'il y a si peu de production jeunesse LGBT, les libraires ne sentent pas qu'ils ont le luxe d'écarter les livres selon les mêmes critères qualitatifs que les autres livres de leur assortiment. Lucie est la seule libraire que nous avons interviewé qui fait un tri qualitatif lors du choix de son assortiment malgré le fait qu'elle appartient aussi à la communauté LGBT et partage les mêmes inquiétudes autour des dangers des contenus mal faits que les autres libraires. Elle « préfère faire des choix <sup>159</sup> » et choisit d'écarter de sa sélection tous les livres qu'elle trouve « bêtifiant <sup>160</sup> » ou mal faits. Elle dit que « s'il y a un livre qui est bien meilleur qu'un autre, [elle] préfère le prendre à la place d'un livre moins bien <sup>161</sup> ». Pourtant elle partage aussi l'envie des autres libraires de proposer une sélection d'albums LGBT la plus exhaustive possible et dit donc prendre des livres qu'elle ne trouve pas qualitatifs s'il n'y a pas d'autres livres mieux faits sur le sujet. Même si, contrairement aux autres, elle se pose la question de la qualité du livre, l'importance d'avoir un fonds qui traite de toutes les thématiques LGBT prime.

### *b. Un fonds intersectionnel*

Malgré le fait que la majorité des libraires avec qui nous avons pu discuter disent passer plus de temps sur leur assortiment LGBT, ils partagent tous une volonté d'être le plus inclusif possible et défendent une vision intersectionnelle de l'engagement. L'intersectionnalité est un terme inventé par Kimberly Crenshaw en 1989 puis repris dans son article « Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color <sup>162</sup> », elle utilise ce terme pour décrire l'expérience des femmes noires qui se situe à l'intersection des discriminations sexistes et raciales <sup>163</sup>. Depuis, ce terme a été élargi pour inclure tous les lieux

---

<sup>159</sup> Annexe II : page 161

<sup>160</sup> *Ibid.* : page 154

<sup>161</sup> *Ibid.* : page 161

<sup>162</sup> CRENSHAW Kimberle. "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color". *Stanford Law Review*. Vol. 43, No. 6. 1991. pp. 1241-1299

<sup>163</sup> *Ibid.* : « Although racism and sexism readily intersect in the lives of real people, they seldom do in feminist and antiracist practices. And so, when the practices expound identity as woman or person of colour as an either/or



où se situe une intersection entre plusieurs discriminations. Ainsi, il est important pour nos libraires de défendre des livres jeunesse LGBT dans lesquels il y a des personnes de couleurs. Mais nous pouvons constater que certaines causes sont plus défendues que d'autres et que dans les librairies généralistes que nous avons étudiées ce sont les questions antiracistes, féministes et écologiques qui sont les plus défendues. Quand on rentre dans ces librairies on reconnaît très vite qu'il y a une mise « en avant des livres où il y a des personnages de couleurs, des femmes musulmanes, des choses anticapitalistes ou des livres féministes<sup>164</sup> ». Marie explique d'ailleurs qu'elle a décidé de faire l'impasse sur les livres dans lesquelles « il n'y a pas d'enfants racisés<sup>165</sup> » que ce soit un livre LGBT ou non, elle évoque le fait que la production est trop blanche et qu'il est important d'avoir des livres dans lesquelles tous les enfants peuvent se reconnaître. Pour Lucie, il est essentiel que tous les livres soient « sur un même pied d'égalité avec les autres et c'est comme ça qu'on devient vraiment inclusif<sup>166</sup> ». Elle défend l'idée qu'en mettant trop en avant un type de minorité on finit par accentuer leurs différences et donc la tentative d'inclusivité échoue auprès des clients, il faudrait alors trouver un équilibre entre valoriser un livre sans l'altérer.

Comme nous l'avons déjà expliqué, il est de plus en plus question de l'importance de l'inclusivité et de la représentation dans les secteurs de la culture. La lecture notamment est perçue comme un moyen de construire « un sentiment d'appartenance et [constitue] une étape importante [du] développement personnel<sup>167</sup> » du lecteur. Ainsi, comme nous l'avons montré ci-dessus, les libraires avec qui nous avons échangé ont conscience du rôle que joue la lecture sur la construction des enfants et c'est pour cela qu'ils vérifient scrupuleusement leur assortiment pour vérifier que les livres LGBT qu'ils proposent à la vente sont bien des livres qui vont influencer de manière positive la manière dont les enfants LGBT se perçoivent eux-mêmes. S'ajoute à cela un deuxième enjeu dans lequel l'accès aux livres inclusifs est aussi important pour les enfants qui n'appartiennent pas à des minorités. Effectivement, il est essentiel pour ces enfants d'être confrontés à des représentations positives des personnes issues de minorités pour pouvoir se défaire de leurs préjugés ainsi que de découvrir que leurs expériences de vie ne sont pas les seules et qu'il existe une multitude de manières de construire

---

proposition, they relegate the identity of women of colour to a location that resists telling. My objective in this article is to advance the telling of that location by exploring the race and gender dimensions of violence against women of colour. »

<sup>164</sup> Annexe III : page 171

<sup>165</sup> Annexe I : page 140

<sup>166</sup> Annexe II : page 155

<sup>167</sup> COLLECTIF. « Inclusi(.f.v.e.s), Le monde du livre et de l'écrit : quelles diversités ? ». La revue Bibliodiversité, les mutations du livre et de l'écrit. Double Ponctuation. Paris. 2022

son identité et sa vie. D'autant plus que nous évoluons dans des sociétés de plus en plus diversifiées et qu'il est essentiel pour ces enfants de grandir en comprenant comment interagir avec des personnes qui ne les ressemblent pas, que ce soit sur le plan professionnel ou dans leurs interactions personnelles.<sup>168</sup> Au-delà du fait que « la littérature nous donne l'occasion de découvrir le monde<sup>169</sup> », la lecture de livres inclusifs permettrait de construire un monde meilleur en encourageant « le développement de l'empathie, de la citoyenneté et de la compréhension sociale<sup>170</sup> ». Être exposé aux différences dès le plus jeune âge permettrait de combattre l'installation de dominations genrées, racistes, ou homophobes à l'âge adulte. Effectivement, si les enfants apprennent à s'identifier à des personnages diversifiés et à les reconnaître dès l'enfance comme des êtres dont l'expérience de vie est tout aussi légitime et valorisée que les leurs, il y aurait plus de chance qu'une fois adultes ils adoptent des valeurs progressistes. En mettant une littérature inclusive à la disposition des enfants dès leur plus jeune âge, il est question pour les libraires de transmettre « des valeurs qui [leurs] sont chères dans des démocraties où il est de plus en plus important de pouvoir combler les différences entre citoyens<sup>171</sup> ». Pourtant malgré les efforts fournis par ces libraires ils ne réussissent pas à construire un assortiment réellement inclusif, notamment parce qu'ils se focalisent sur les questions LGBT, raciales et de genre et, en ce faisant, ils ne fournissent pas le même travail pour inclure les personnes issues des classes populaires.

### *c. La librairie comme lieu d'entre-soi culturel : le rôle de l'assortiment*

Ainsi, dans cette logique de défendre leurs valeurs, ces libraires ont créé un rayon jeunesse entièrement constitué d'un assortiment politisé et pointilleux qui exclut la plupart des meilleures ventes, y compris les classiques et les livres scolaires. Lucie justifie cette démarche

---

<sup>168</sup> *Missing from the shelf: book challenges and lack of diversity in children's literature*. Pen America : The Freedom to Write. New York. 2016. Rapport.

« Access to diverse books is not just important for children of colour, of course. For all children, a crucial part of education is learning about differences, learning to value other cultures, histories, and experiences, and understanding the breadth of experiences that comprise both our own society in the U.S. and the wider world. Education can also help children to see truths about society. A book collection that misrepresents the world children see around them presents a skewed view of the world and does children a disservice. For children being raised in a majority minority nation and in an increasingly globalized world, navigating diversity will be an essential life skill. »

<sup>169</sup> COLLECTIF. « Inclusi(.f.v.e.s), Le monde du livre et de l'écrit : quelles diversités ? ». La revue Bibliodiversité, les mutations du livre et de l'écrit. Double Ponctuation. Paris. 2022

<sup>170</sup> *Ibid.*

<sup>171</sup> *Ibid.*

en expliquant qu'elle « préfère avoir des choses auxquelles [elle] tien[t] et [qu'elle a] envie de mettre en avant plutôt que d'avoir un livre parce [qu'elle sait] qu'il se vend<sup>172</sup> ». Mélanie travaille de la même manière et refuse de prendre des livres qu'elle considère « trop *mainstream*<sup>173</sup> ». La décision d'exclure ces livres va pourtant contre toute logique commerciale, car, dans le cas de Mélanie, elle nous dit qu'il y a de la demande de la part de ses clients pour des livres « facile[s] à lire<sup>174</sup> », mais sa librairie continue pourtant de ne pas en proposer. Elle dit même que lorsqu'on lui « demande un livre facile à lire, un page turner, comme Marc Levy<sup>175</sup> » elle répond « on n'a pas ça en fait<sup>176</sup> ». Le choix d'exclure la littérature dite « facile<sup>177</sup> » ainsi que les meilleures ventes ne se base pas seulement sur un engagement politique, car il est rare que ces livres portent un message politisé. Ce choix se base plutôt sur une conception élitiste de ce qu'est ou ce que devrait être la littérature. Il est alors question de ce qui est perçu comme relevant ou non de la culture. Certains libraires veulent construire la librairie indépendante en un modèle d'excellence culturelle. Ainsi, ils refusent de proposer des livres grands public, car, étant donné que ce sont des livres qui se vendent très bien dans les grandes enseignes telles que la Fnac et dans les rayons livre du supermarché, ils les voient comme dénués de valeur culturelle. Malheureusement, en excluant ces livres de leurs rayons, ils excluent aussi le public qui les lit, qui est souvent un public populaire avec peu de capital culturel et, ce faisant, continuent de maintenir la librairie en lieu hermétique, qui ne se veut pas accessible à tous. Cette attitude maintient un entre-soi dans lequel le capital culturel ne se partage pas.

Nous pouvons constater un écart entre le discours du libraire qui se revendique comme inclusif et intersectionnel et qui fournit un travail continu pour construire son rayon jeunesse en lieu de transmissions de ces valeurs-là. Malgré le fait que ces libraires se perçoivent comme des prescripteurs là pour guider leurs clients vers la bonne littérature et rendre accessible un assortiment qui n'est pas perçu comme tel, leur assortiment entièrement politisé exclut une partie de leurs clientèles. Cette attitude est d'autant plus surprenante que beaucoup des librairies que nous avons étudiées se situent dans des quartiers populaires. Le choix qui s'est opéré est donc de ne pas s'inscrire dans son quartier, ou du moins de ne s'adresser qu'à la population plus aisée de leur quartier et d'exclure les populations les plus pauvres, car comme

---

<sup>172</sup> Annexe II : page 153

<sup>173</sup> Annexe III : page 175

<sup>174</sup> *Ibid.* : page 183

<sup>175</sup> *Ibid.* : page 183

<sup>176</sup> *Ibid.* : page 183

<sup>177</sup> *Ibid.* : page 183

nous l'a montré Pierre Bourdieu<sup>178</sup> la répartition du capital culturel est intimement liée à la classe sociale. Certains des libraires avec qui nous avons travaillé ont conscience du fait que le militantisme peut devenir profondément excluant lorsqu'il est pratiqué en librairie. Mélanie avance d'ailleurs qu'elle « trouve ça problématique<sup>179</sup> » que les personnes habitant dans son quartier ne « se sentent pas accueillies<sup>180</sup> » dans la librairie. Une des solutions utilisées par un certain nombre des libraires étudiés pour contrer cette exclusion est de ne pas créer un assortiment exclusivement engagé sans pour autant délaisser ses convictions politiques. Dans le cas de Justine, son assortiment engagé domine son fonds, mais elle prend tout de même des nouveautés non engagées à l'unité. Une fois que le livre se vend, si c'est un album qui n'est ni engagé, ni un coup de cœur, elle « [ne le] recommande pas<sup>181</sup> ». Ainsi, elle fait un compromis qui lui permet de mieux s'adapter à sa clientèle et de rendre sa librairie moins hermétique à la démographie de son quartier. Dans une démarche similaire, Amélia privilégie les classiques jeunesse et un « fonds sériel<sup>182</sup> », elle continue de proposer des livres inclusifs, mais son engagement passe au second plan, le plus important pour elle est de répondre aux besoins de sa clientèle et de s'inscrire dans son quartier. Nous voyons alors qu'il est difficile pour les libraires d'investir pleinement leurs convictions politiques, car ce faisant, sans le vouloir, ils transforment leurs librairies en entre-soi culturelle hermétiquement fermée à leurs quartiers d'implantation. En mettant en place des compromis et en ouvrant leurs fonds à un contenu plus commercial, ils se rapprochent de leur volonté d'inclusivité, mais s'éloignent de leur volonté de ne proposer que des titres engagés. Les libraires seraient alors obligés de compromettre au moins une de leurs revendications, soit en acceptant de ne pas être entièrement inclusifs, soit en choisissant d'ouvrir leurs assortiments à des livres qui ne reflètent pas leurs conceptions de la culture ou qui ne rentrent pas en adéquation avec leurs convictions politiques.

---

<sup>178</sup> BOURDIEU Pierre. « Les trois états du capital culturel ». *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 30. L'institution scolaire. 1979. p. 3-6.

<sup>179</sup> Annexe III : page 182

<sup>180</sup> *Ibid.* : page 183

<sup>181</sup> Annexe VII : page 243

<sup>182</sup> Annexe VI : page 225

\*

Enfin, ces libraires considèrent que le métier de libraire est un métier politique en soi. Cette politisation du métier leur permet de valoriser leur identité professionnelle en accentuant leur rôle de prescripteurs culturels. Ils mettent en place une relation d'éducation avec leurs clients dans laquelle ils se placent en tant que médiateur diffusant des normes et des pratiques sociales progressistes. Cette médiation passe par le conseil verbal, mais aussi par le conseil non verbal, c'est-à-dire par des méthodes de valorisation des livres dans l'espace tel que le facing, la création de piles, et la rédaction de notules. Les conseils du libraire, qu'ils soient verbaux ou non, sont un gage de légitimité, ce qui permet au libraire de valoriser son assortiment LGBT qui n'est que rarement légitimé par la presse ou les prix littéraires. La mise en avant spatiale passe aussi par la création de vitrines. S'élève alors la question de la création ou non d'une vitrine thématique LGBT pendant le mois des fiertés, nous constatons alors que la création d'une telle vitrine permet à certains libraires de se réapproprier une action militante à des fins commerciales. Ainsi, pour un certain nombre de librairies engagées, cet engagement politique est un moyen de renforcer l'identité de marque de la librairie et d'attirer une nouvelle clientèle.

De plus, ces libraires considèrent que leur rôle professionnel est politique et portent un regard critique sur les éditeurs et les diffuseurs avec qui ils travaillent. La création d'un assortiment engagé se fait à toutes les étapes de la sélection des livres, y compris dans le choix de l'éditeur avec lequel on travaille. Ces libraires cherchent à établir un équilibre entre les grandes maisons d'édition et les plus petites et ne veulent pas que leur assortiment soit dominé par les grands groupes éditoriaux. D'autant plus qu'ils regardent ces grandes maisons avec une méfiance due à l'importance qu'elles portent à la réussite commerciale de leur production. Ces libraires pensent que leur production engagée relève avant tout d'une stratégie commerciale et non d'un réel engagement. L'importance que ces maisons portent aux aspects commerciaux de leur métier renvoie ces libraires à leurs propres obligations commerciales et c'est pour cela que ces libraires rejettent et méprisent les grandes maisons d'édition. Effectivement, ils cherchent à renforcer le capital symbolique de la librairie indépendante en s'érigeant uniquement en acteurs culturels et en passant sous silence leur rôle commercial. C'est pourquoi ils valorisent la microédition qui est perçue comme étant désintéressée par les questions commerciales et investissent pleinement dans la recherche de la qualité littéraire de leur production. Le fait d'avoir beaucoup de livres issus de la microédition permet à ces libraires de se démarquer de leur concurrence tout en valorisant leur librairie comme un lieu d'excellence culturelle.

Ce travail effectué lors de la création de l'assortiment résulte en un assortiment constitué presque exclusivement de livres engagés et intersectionnels. Nous voyons qu'un grand nombre

des libraires de notre étude cherchent à créer un assortiment inclusif qui permettrait aux enfants issus de minorités de voir des représentations positives de personnes qui leur ressemblent. En se faisant, ces libraires se réapproprient la peur conservatrice que la littérature puisse être dangereuse pour les enfants. Ils croient effectivement que les représentations stéréotypées de minorités peuvent influencer la manière dont les jeunes enfants perçoivent ces minorités-là. Ainsi, ils cherchent à valoriser les expériences et les vécus de ces minorités pour permettre non seulement aux enfants qui en sont issus, mais aussi aux enfants non minorisés de percevoir le monde de manière plus tolérant. Mais en ayant un assortiment qui exclut tous les livres non politisés, ces libraires transforment la librairie en espace hermétique seulement accessible à une clientèle possédant un fort capital culturel. En cela, ces librairies engagées peuvent devenir des lieux qui reproduisent les dominations de classes sans le vouloir. Certains des libraires de notre étude ont conscience de cela et choisissent d'ouvrir leur assortiment à des livres non politisés pour mieux répondre aux besoins de leur zone de chalandise. L'engagement politique du libraire et la manière dont il met celle-ci en œuvre au sein de sa librairie sont intrinsèquement liés à son identité personnelle.

\*

## II. L'engagement politique du libraire est intimement lié à son identité personnelle.

A. L'engagement au sein de la librairie est une extension de l'engagement politique qui se joue dans la vie personnelle du libraire

1. Le libraire est engagé au sein de structures ou d'associations militantes

a. *L'identité militante du libraire*

Nous pouvons observer dans la plupart des sphères militantes, une surreprésentation des catégories les plus dotées de capitaux économiques et culturels<sup>183</sup>. Cette « déformation vers le haut<sup>184</sup> » se retrouve dans l'échantillon de libraire avec qui nous avons parlé. Commençons par noter que dans notre cas il n'est pas vraiment question de capital économique étant donné que le salaire d'un libraire est en moyenne assez peu élevé. D'autant plus, qu'un seul des libraires avec qui nous avons parlé vient d'une famille aisée. Nous pouvons donc assez facilement écarter l'influence du capital économique sur le militantisme de ces libraires. Il nous est néanmoins impossible d'écarter l'influence du capital culturel. Effectivement, nous pouvons relever dans chacun de nos entretiens que ces libraires ont reçu une grande éducation à la culture dominante pendant leur enfance. L'*habitus* culturel passe d'abord par l'éducation des parents et nous pouvons remarquer que la moitié des libraires avec qui nous avons parlé ont des parents hautement éduqués et travaillant, entre autres, en tant que « chercheuse au CNRS <sup>185</sup> » ou encore comme « professeur de science politique [...] enseign[ant] à Oxford <sup>186</sup> ». Ces personnes ont donc eu accès à la culture très jeune que ce soit par les livres, la musique ou le théâtre, tous parlent de l'importance qu'occupait la culture dans leur enfance. Quant à l'autre

---

<sup>183</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>184</sup> *Ibid.*

<sup>185</sup> Annexe II : page 164

<sup>186</sup> Annexe III : page 184

moitié de notre échantillon, malgré le fait que leurs parents sont commerçants<sup>187</sup> ou enchainent les « petits boulots et le chômage<sup>188</sup>», ils leur ont quand même transmis un amour pour la culture passant notamment par la fréquentation de bibliothèques.

Au-delà de l'éducation primaire reçue par ces libraires, il est important de noter que « l'école intervient indirectement<sup>189</sup> » dans le processus de création du capital culturel « en fournissant les instruments linguistiques et conceptuels nécessaires à l'acquisition d'une compétence politique, en même temps que la disposition à transférer les techniques scolaires d'apprentissage aux problèmes politiques<sup>190</sup> ». Étant donné que « la durée de la scolarisation [...] augment[e] avec la position dans la hiérarchie sociale, la politisation différentielle des classes sociales apparaît comme une conséquence de leur inégalité devant le système d'enseignement<sup>191</sup> ». Ainsi, avoir un grand capital culturel dès l'enfance nous permettant de faire des études longues est un facteur qui nous prédispose à nous intégrer dans des mouvements politiques et militants. Il n'est donc pas étonnant que les libraires de notre échantillon soient politiquement actifs, car ils ont tous fait au minimum une licence et ont, pour la plupart, fait un master ou un équivalent leur donnant cinq années d'études après le baccalauréat, avant même de faire leur formation à l'INFL. Nous voyons d'ailleurs que pour certains, leur engagement pour les questions LGBT a débuté au moment de leurs études supérieures en se manifestant par la rédaction d'un mémoire de Master visant à dénoncer les discriminations multiples subies par cette communauté. Marie a effectué un mémoire de Master sur « les guides de la sexualité pour adolescent<sup>192</sup> » qui avait pour but de voir comment ces livres « abordaient la sexualité<sup>193</sup> » et « comment était abordée la question LGBTQIA+ et quelle est l'homophobie derrière les idées reçues<sup>194</sup> ». Léna, quant à elle, a fait un mémoire de Master sur les « représentations de l'homosexualité dans le roman pour adolescent contemporain<sup>195</sup> » et a notamment travaillé sur « la pérennité des stéréotypes<sup>196</sup> » dans ces livres. Leurs mémoires visent à mettre en lumière les stéréotypes et représentations négatifs que subissent les personnages LGBT dans la littérature pour enfant. Le travail qu'ils fournissent

---

<sup>187</sup> Annexe I : page 147

<sup>188</sup> Annexe VI : page 238

<sup>189</sup> GAXIE Daniel. « Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective ». *Revue suisse de science politique*. Vol. 11. No.1. 2005. p. 157-188.

<sup>190</sup> *Ibid.*

<sup>191</sup> *Ibid.*

<sup>192</sup> Annexe I : page 150

<sup>193</sup> *Ibid.* : page 150

<sup>194</sup> *Ibid.* : page 150

<sup>195</sup> Annexe V : page 203

<sup>196</sup> *Ibid.* : page 203



maintenant en tant que libraires travaillant en rayon jeunesse est une suite logique à leur mémoire de Master. Ayant pris conscience de la violence de certaines représentations dans les livres pour enfants, ils sont dorénavant en position de faire un tri et de protéger, à leur échelle, les enfants dans leurs clientèles de tomber sur de pareilles représentations.

*b. Le militantisme du libraire au sein de sa vie personnelle prend des formes multiples*

Le militant est défini par son statut « [d']adhérent actif<sup>197</sup> » à une cause, affichant un « ensemble de comportements politiques<sup>198</sup> ». La forme d'engagement la plus récurrente que nous trouvons chez les libraires avec qui nous avons parlé est la participation à des « actions collectives<sup>199</sup> » telles que la participation à des manifestations de gauche comme la « Pride anticapitaliste<sup>200</sup> » ainsi que toutes les manifestations « féministe de gauche<sup>201</sup> ». Nous voyons que pour nombre d'entre eux l'engagement est centré autour des questions féministes, ce qui n'est pas surprenant, car les chercheurs en sociologies politiques relèvent dans les comportements militants un renouveau de la question féministe depuis le débat autour de la parité qui a eu lieu en 2015<sup>202</sup>. En cela, les libraires avec qui nous avons discuté s'intègrent naturellement aux grandes questions militantes qui traversent leur génération. Ainsi, beaucoup font partie de collectifs féministes tels que les « CFP<sup>203</sup> », les Colleuses Féminicide de Paris ou travaillent « avec la Maison des femmes<sup>204</sup> ».

Nous pouvons aussi constater que pour certains libraires leur statut au sein de la librairie influence aussi les activités militantes qu'ils ont sur leur temps personnel. Ainsi, Amélia qui est gérante de sa librairie milite avant tout autour des questions des métiers du livre. Effectivement, avant de devenir libraire, elle était très active dans des associations et des collectifs de jeunes Juifs, mais depuis qu'elle a le statut de gérante son engagement s'oriente plutôt vers le métier de libraire. Elle dirige « la commission commerciale du syndicat<sup>205</sup> » de la

---

<sup>197</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>198</sup> *Ibid.*

<sup>199</sup> *Ibid.*

<sup>200</sup> Annexe V : page 213

<sup>201</sup> *Ibid.* : page 213

<sup>202</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>203</sup> *Ibid.*

<sup>204</sup> Annexe II : page 162

<sup>205</sup> Annexe VI : page 222

librairie et est « en charge de la négociation avec les diffuseurs et les éditeurs<sup>206</sup> », elle fait aussi partie d'« Initiale<sup>207</sup> », qui est une association de libraires indépendants cherchant à valoriser le métier de libraire, et de « l'association des libraires du 93<sup>208</sup> ». Son engagement sur son temps personnel a évolué avec sa position professionnelle et en acquérant une position de gérante de librairie, son engagement personnel s'est tourné davantage vers son métier. En ayant un militantisme majoritairement syndical et associatif, Amélia s'inscrit elle aussi dans les normes militantes, car le militantisme associatif représente 30 % du militantisme général en France et est en cela la forme d'engagement politique la plus pratiquée<sup>209</sup>. Ainsi, ces libraires s'inscrivent dans un schéma de militantisme plutôt classique. C'est seulement à travers leur travail en librairie qu'ils commencent à se détacher des normes militantes en s'éloignant du militantisme collectif pour pratiquer un militantisme solitaire. Le militantisme classique est souvent défini par l'aspect collectif de l'action, alors que ces libraires choisissent de travailler dans des librairies généralistes qui, pour certaines, ne se revendiquent pas activement comme des lieux politiques. En cela le libraire s'isole et ne peut que mettre en place des actions militantes à petite échelle. Ce choix de replis dans un militantisme restreint peut se justifier par l'exigence du métier de libraire. Mélanie explique qu'avant de devenir libraire elle était plus active dans sa vie militante personnelle, mais que le travail de libraire l'« épuise<sup>210</sup> ». Ne trouvant plus le temps ni l'énergie, elle choisit de « militer *via* [son] travail<sup>211</sup> ». Plusieurs libraires partagent ce ressenti et expliquent qu'il est très difficile d'être présent dans des activités militantes collectives lorsqu'on travaille en temps plein en librairie, car c'est un métier extrêmement chronophage. Toute leur énergie militante est alors mise dans leur travail à la librairie.

Il est donc possible de remarquer que l'engagement personnel et le rôle professionnel s'influencent mutuellement. L'engagement des libraires sur leur temps personnel vient nourrir le travail qu'ils fournissent en librairie et notamment influence les manières dont ils créent et mettent en vente leur assortiment. Mais la position qu'ils occupent au sein de la direction de leur librairie influence aussi la manière dont ils s'engagent dans leur temps personnel. Il est alors intéressant de remarquer qu'il est très difficile pour le libraire engagé de séparer sa vie personnelle de sa vie professionnelle, car les deux se nourrissent l'un de l'autre et se répondent. Ainsi, le travail de libraire est parfait pour ces personnes politiquement engagées, car elle ne

---

<sup>206</sup> *Ibid.* page 222

<sup>207</sup> *Ibid.* : page 223

<sup>208</sup> *Ibid.* : page 223

<sup>209</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>210</sup> Annexe III : page 182

<sup>211</sup> *Ibid.* : page 182

demande pas de faire une réelle séparation entre leur vie personnelle et leur travail contrairement à d'autres métiers. Il y a chez la plupart de ces libraires « un brouillage classique des frontières entre loisir et travail<sup>212</sup> » qui fait que travailler en librairie est alors perçu comme une extension du militantisme personnel de ces libraires, leur travail représente pour eux une nouvelle manière de s'engager et de mettre en avant leurs valeurs politiques.

\*

En définitive, les libraires de notre étude s'inscrivent très bien dans les normes militantes établies par les sociologues de l'engagement. D'abord par le fait qu'ils sont dotés d'un fort capital culturel depuis l'enfance qui leur a permis d'accomplir des études longues. Étant donné que l'éducation est le facteur prédisposant au militantisme le plus courant, il n'est pas surprenant que ces libraires soient devenus des personnes engagées politiquement dans leur vie personnelle et professionnelle. Ensuite, nous voyons que la manière dont ils sont politiquement actifs dans leur vie personnelle s'inscrit aussi dans le schéma du militantisme classique. Puisque le métier de libraire est extrêmement chronophage, certains libraires choisissent de se détacher du militantisme collectif pour se tourner vers un militantisme isolé dans lequel la librairie devient le terrain d'action. L'engagement politique se joue alors dans le choix et la mise en vente de l'assortiment qui est fortement influencé par l'identité et les convictions du libraire.

\*

---

<sup>212</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

## 2. L'engagement personnel influence l'assortiment du libraire

### a. L'assortiment est centré autour de l'identité du libraire

Nous pouvons remarquer que l'engagement politique des libraires est profondément marqué par leur identité personnelle. En effet, « le récit de vie constitue un instrument primordial pour rendre compte du réseau continu d'interprétations subjectives qui guident la conduite des individus <sup>213</sup> ». Ainsi, pour l'échantillon de libraires avec qui nous avons travaillé, « l'approche identitaire est [...] utile à la compréhension des logiques du militantisme <sup>214</sup> » déployées par ceux-ci. De fait, il est intéressant de relever que les libraires avec qui nous avons travaillé sont prédisposés à avoir une activité militante de part, comme nous l'avons déjà évoqué, leur fort capital culturel renforcé par des études longues, qui leur donnent un « avantage supplémentaire <sup>215</sup> », leur offrant les outils nécessaires pour maîtriser le champ de l'engagement politique. Il s'ajoute à cet avantage culturel un « désavantage supplémentaire <sup>216</sup> » prenant racine dans leurs identités. Effectivement, les libraires avec qui nous avons échangé sont toutes des femmes, pour beaucoup appartenant à la communauté LGBT et pour certaines appartenant aussi à des minorités ethniques, elles vivent donc de multiples discriminations au quotidien. La rencontre de leur grand capital culturel avec leurs identités minorisées crée ce que Mancur Olson <sup>217</sup> appelle l'« incitation sélective <sup>218</sup> » au militantisme, c'est-à-dire que ces personnes sont prédisposées à l'engagement politique de par la rencontre de ces deux facteurs. D'autant plus, il est possible d'observer que les communautés les plus éloignées ou délaissées par les pouvoirs politiques en place sont les plus enclines à se mobiliser et à devenir militants <sup>219</sup>.

Il n'est donc pas surprenant que ces libraires utilisent « les ressources acquises dans la sphère militante <sup>220</sup> » pour les « reconver[tir] dans le champ [de leurs] activités salariées ». Ainsi, au sein de l'engagement intersectionnel des libraires avec qui nous avons discuté, les engagements qui sont le plus défendus sont intimement liés à l'identité même du libraire qui

---

<sup>213</sup> FILLIEULE Olivier. « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum ». *Revue française de science politique*. Vol. 51. 2001. p. 199-215.

<sup>214</sup> *Ibid.*

<sup>215</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>216</sup> *Ibid.*

<sup>217</sup> OLSON Mancur. *Logique de l'Action collective*. Presses universitaires de France. Paris. 1978.

<sup>218</sup> *Ibid.*

<sup>219</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>220</sup> FILLIEULE Olivier. « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum ». *Revue française de science politique*. Vol. 51. 2001. p. 199-215.

les défend. Il est peu surprenant, étant donné le sujet de notre recherche, que la plupart des libraires avec qui nous avons pu parler appartiennent à la communauté LGBT et donc que ce soient ces questions-là qui sont les plus défendues par ces libraires. Comme nous avons déjà pu l'évoquer, leur lutte est liée de près aux expériences qu'ils ont eux-mêmes vécues quand ils étaient enfants. Lucie évoque le fait qu'elle savait très jeune qu'elle « ne ser[ait] jamais une princesse<sup>221</sup> » et qu'il n'y aurait « pas de petit garçon qui ser[ait] amoureux d'[elle]<sup>222</sup> ». Elle dit que c'est grâce à son identité LGBT qu'elle a pu avoir, très jeune, « cette déconstruction<sup>223</sup> » des normes de genre. En proposant un assortiment jeunesse entièrement politisé qui exclut tous les livres jeunesse véhiculant des stéréotypes de genre, elle permet à d'autres enfants de pouvoir accepter qui ils sont à un jeune âge. L'assortiment jeunesse LGBT n'est alors pas seulement investi par un engagement progressiste, il est aussi empreint des vécus et expériences personnelles de ces libraires LGBT. La défense de cet assortiment naît en partie des souvenirs de leur enfance et de la conscience du fait qu'en tant que jeune LGBT, ils ont souffert d'un manque de représentation<sup>224</sup>. Effectivement, « pour les homosexuel(l)es, le désajustement, parfois ressenti dès la prime enfance, entre une socialisation hétéronormée et la découverte de ses préférences, [...] amène bien souvent à se vivre en porte-à-faux<sup>225</sup> ». Nous pouvons alors rapprocher la démarche des libraires LGBT avec qui nous avons pu échanger et celle des militants d'Act Up, car « on a pu montrer que l'engagement contre le sida, à un moment où l'image des associations est fortement homosexuelle, pouvait être aussi redevable de stratégies d'affirmation (et donc de transformations) identitaires visant à la fois l'acceptation de sa propre homosexualité et sa visibilité dans le monde social<sup>226</sup> ». Ainsi, en valorisant un assortiment jeunesse LGBT, ces libraires cherchent non seulement à faire évoluer la mentalité des autres et à offrir des représentations positives aux enfants possiblement LGBT, mais aussi à renforcer positivement la vision qu'ils ont d'eux-mêmes. C'est pourquoi leur assortiment LGBT continue d'évoluer en parallèle de leurs expériences de vie. Léna nous explique que ces mises en avant dépendent en partie de « l'actualité dans [sa] vie personnelle<sup>227</sup> ». Même au sein d'un assortiment qui reçoit un traitement favorisé par rapport au reste de leur rayon, nous voyons donc que les livres qui renvoient le libraire à sa propre expérience de vie seront plus facilement

---

<sup>221</sup> Annexe II : page 165

<sup>222</sup> *Ibid.* : page 165

<sup>223</sup> *Ibid.* : page 165

<sup>224</sup> Annexe V : page 205

<sup>225</sup> FILLIEULE Olivier. « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum ». *Revue française de science politique*. Vol. 51. 2001. p. 199-215.

<sup>226</sup> *Ibid.*

<sup>227</sup> Annexe V : page 209

mis en avant et défendus. Il y a dans le militantisme de ces libraires quelque chose de l'ordre de la défense de leur vie et de leur vécu. Leur engagement ne peut exister sans l'influence de leur identité personnelle.

Nous avons aussi pu relever l'importance des questions antiracistes dans nos entretiens, mais nous pouvons constater une assez grande différence dans la manière dont ces questions sont traitées dépendant de l'identité du libraire. Ainsi, même si tous les libraires avec qui nous avons pu parler disent essayer d'avoir des livres représentant de manière positive des personnages de couleurs ou issus de minorités ethniques, nous voyons que cette question n'est une priorité que pour deux des libraires avec qui nous avons parlé. Effectivement, seules Amélia et Lucie, qui appartiennent à une minorité ethnique, font le même travail de mise en avant, autant dans leurs conseils que dans la mise en place spatiale, de leurs livres ayant des personnages de couleur que de leurs livres LGBT. Ainsi, Lucie explique sa frustration vis-à-vis du fait que les enfants de couleurs ou issus de minorités ethniques sont toujours stéréotypés dans les livres jeunesse et choisit de ne prendre que des livres qui représentent ces personnes comme étant « des personnages normaux<sup>228</sup> ». Elle part du principe que si un livre avec un personnage de couleur « ne [lui] parle pas<sup>229</sup> » il ne parlera pas non plus à ses clients de couleurs. Elle se sert de son propre ressenti en tant que personne issue d'une minorité ethnique pour ne proposer que des livres qui vont influencer positivement ses jeunes clients. De même, Amélia utilise son judaïsme comme un prisme structurant son engagement politique. Elle explique que malgré le fait que « [son] cœur est très à gauche<sup>230</sup> » elle a conscience du racisme et de l'antisémitisme prévalents dans « [les] mouvements d'extrême gauche<sup>231</sup> ». Elle priorise alors la création d'un assortiment avec « des personnages de minorités<sup>232</sup> » bien faite et son travail « sur les questions raciales<sup>233</sup> » prend le plus de place non seulement dans le rayon jeunesse, mais à travers tous les rayons de sa librairie. Ainsi, les libraires qui travaillent un assortiment en réfléchissant aux représentations de l'ethnicité sont généralement ceux qui se revendiquent eux-mêmes d'un groupe ethnique spécifique. Cette démarche est identique à celle utilisée par les libraires LGBT et dont nous venons de parler ci-dessus. Effectivement, là où Amélia et Lucie disent faire un vrai travail de recherche qualitative pour garantir que les enfants de leurs clients se sentent représentés de manière authentique et voient leurs expériences de

---

<sup>228</sup> Annexe II : page 156

<sup>229</sup> *Ibid.* : page 156

<sup>230</sup> Annexe VI : page 231

<sup>231</sup> *Ibid.* : page 231

<sup>232</sup> *Ibid.* : page 228

<sup>233</sup> *Ibid.* : page 228

vies valorisées, les autres libraires avec qui nous avons parlé ont avant tout en tête la question d'avoir une certaine quantité de livres avec des personnages de couleurs sans forcément se poser la question de la qualité de ceux-ci. De fait, seuls les libraires LGBT avec qui nous avons parlé portent ce même regard critique sur leur assortiment LGBT. Nous pouvons alors tirer la conclusion que malgré leur volonté d'inclusivité, si le libraire n'appartient pas à la minorité qu'il cherche à défendre, il ne fournit pas le même investissement dans la question que s'il appartient à cette minorité. En cela, l'engagement de ces libraires est donc indissociable de leurs identités personnelles.

*b. L'identité du libraire entrave sa volonté de proposer un assortiment inclusif*

Ainsi, nous voyons que l'engagement politique des libraires avec qui nous avons pu parler est « centré sur [leur] vie<sup>234</sup> » et que celui-ci est donc aussi limité par leurs identités. Nous pouvons constater qu'un certain nombre des libraires qui ne font pas partie de la communauté LGBT et qui ont un assortiment jeunesse LGBT ne lui montre pas beaucoup d'intérêt. C'est souvent un assortiment très réduit en taille qui est seulement là pour répondre à une demande de la part de leur clientèle. Nous pouvons étendre cette observation aussi aux questions antiracistes, car même si beaucoup des libraires avec qui nous avons parlé ont un assortiment avec des personnages de couleurs et qu'ils l'ont par conviction politique, ils ne le défendent pas avec la même vigueur que les assortiments qui leur ressemblent. Ces libraires « ne [sont] pas du tout au taquet<sup>235</sup> » sur les questions militantes qui ne les touchent pas personnellement et reconnaissent qu'il peut y avoir « un problème dans l'équilibre<sup>236</sup> » de leur rayon.

Le fait que l'engagement de ces libraires est avant tout dicté par leurs identités et leur vécu cause l'échec de leur volonté d'inclusivité. Effectivement, tous les sujets qui ne les touchent pas directement sont moins, voire pas du tout présents dans leur rayon et ce phénomène se retrouve chez tous les libraires avec qui nous avons pu parler. Effectivement, nous voyons qu'Amélia considère que les questions LGBT sont un « non-sujet<sup>237</sup> » malgré le fait qu'elle a un petit assortiment LGBT et que Léna se rend souvent compte que « ça fait longtemps qu'[elle n'a] pas eu<sup>238</sup> » de livre avec des personnages de couleur malgré sa volonté d'avoir un

---

<sup>234</sup> Annexe I : page 141

<sup>235</sup> *Ibid.* : page 141

<sup>236</sup> Annexe V : page 211

<sup>237</sup> Annexe VI : page 227

<sup>238</sup> Annexe V : page 211

assortiment représentant des personnages diversifiés. Un des exemples les plus parlants est celui de Jade qui, n'appartenant pas à la communauté LGBT ni à une minorité visible, ne défend pas ces questions-là dans son assortiment. En effet, elle a un assortiment LGBT très réduit qu'elle ne défend qu'au moment du mois des fiertés. Nous voyons qu'elle accorde cependant une grande importance à son assortiment féministe qu'elle défend et valorise dans ses conseils et son travail de mise en avant spatiale. Ceci s'explique par le fait que ce sont dans les livres féministes qu'elle se retrouve le plus étant donné qu'elle subit avant tout des discriminations de par son identité de femme. C'est à cause du fait que ces libraires construisent leur militantisme en miroir avec leurs identités que l'assortiment inclusif échoue en tant que tel. Effectivement, même s'ils ont des livres inclusifs dans lesquels ils ne se retrouvent pas personnellement, ils ne les défendent pas ou peu auprès de leur clientèle. La question se pose alors de savoir s'il suffit d'avoir un livre inclusif dans son assortiment pour se considérer comme libraire engagé surtout si ce livre n'est pas valorisé par le libraire et reste dans le fonds sans jamais se vendre.

Ce phénomène s'explique notamment par le fait que le militantisme n'est que rarement désintéressé, l'engagement politique et le militantisme se construisent autour d'un intérêt individuel<sup>239</sup>. Ainsi, l'on s'engage pour défendre les causes qui sont les plus proches de notre vécu avec le but d'améliorer celui-ci. En ancrant leurs engagements dans leur vécu et leurs identités, les rayons de ces libraires ne peuvent être inclusifs, car leur militantisme prend racine dans leur vie et ne peut donc pas être exhaustif. Effectivement, le fait que ces libraires priorisent les livres les renvoyant à leur vécu fait que, même pour ceux vivant des discriminations multiples dues à une identité intersectionnelle, beaucoup de questions considérées comme relevant de l'inclusivité sont délaissées. Il y a alors un décalage entre la revendication de l'identité militante progressiste de certains de ces libraires et le fait de ne conseiller et mettre en avant que des livres correspondant à leur vécu personnel. Étant donné que les personnes qui s'engagent politiquement sont celles dotées d'un fort capital culturel et économique,<sup>240</sup> « le champ politique favorise ainsi, par sa seule existence, le maintien de la domination politique des catégories dominantes<sup>241</sup> ». Ainsi, l'encrage du militantisme dans les vécus personnels de ces libraires ne leur permet pas de remplir leur volonté d'inclusivité, au contraire c'est en cela

---

<sup>239</sup> MATONTI Frédérique. « L'engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>240</sup> *Ibid.*

<sup>241</sup> GAXIE Daniel. « Rétributions du militantisme et paradoxes de l'action collective ». *Revue suisse de science politique*. Vol. 11. No.1. 2005. p. 157-188.



que le militantisme est « la contribution la plus cachée, donc la plus décisive, apportée à la reproduction [des] domination[s] <sup>242</sup>».

\*

En somme, la rencontre entre le fort capital culturel et les identités minorisées de ces libraires les prédisposent à l'engagement politique. Cet engagement politique prend racine dans leur propre vécu et est un moyen, non seulement d'offrir aux enfants minorisés une vision positive d'eux même, à laquelle ces libraires n'avaient pas accès étant enfants, mais aussi de valoriser et légitimer leur vécu en tant qu'adulte. Leurs engagements se construisent en miroir avec leurs identités, ce qui peut entraver le travail de la création d'un assortiment réellement inclusif. En se concentrant en priorité sur la valorisation de l'assortiment qui les renvoie à eux-mêmes, ces libraires ont tendance à délaissier les livres représentant des minorités auxquelles ils n'appartiennent pas, fragilisant alors le travail de la création et de la mise en vente d'un assortiment réellement diversifié et inclusif. L'absence de frontière entre l'identité personnelle et l'engagement politique pratiqué sur le lieu du travail s'étend à la manière dont ces libraires conçoivent la vente de livres auxquels ils n'adhèrent pas.

\*

---

<sup>242</sup> *Ibid.*

## B. L'engagement personnel des libraires prend le dessus sur leur rôle commercial

### 1. L'engagement politique monopolise l'assortiment

#### a. *Les libraires refusent de commander des livres avec lesquels ils sont en désaccord politique*

Il y a un consensus au sein des libraires avec qui nous avons parlé pour « exclure<sup>243</sup> » les livres avec lesquelles ils sont en désaccord de leur rayon. Ces libraires refusent de laisser « de la place à quelqu'un [qu'ils] ne saur[aient] pas défendre ou [qu'ils] ne voudr[aient] pas défendre<sup>244</sup> ». Il revient assez souvent dans leur discours qu'il ne servirait à rien d'avoir ces livres dans leur assortiment, car s'ils ne les défendent pas ils ne vont pas se vendre. Cette revendication n'est pourtant pas tout à fait vraie, car en librairie une part énorme de l'assortiment du libraire n'est pas activement mise en avant et conseillée par celui-ci, et même si elle se vend moins bien que les livres défendus par le libraire, elle se vend tout de même. D'autant plus que les exemples de livres exclus donné par ces libraires sont en réalité des meilleures ventes, c'est le cas des livres de JK Rowling que Mélanie refuse de prendre dû à ses commentaires transphobes et les livres d'Éric Zemmour que tous les libraires de notre enquête ont refusé d'avoir en rayon. En réalité, il n'est pas du tout question du potentiel de vente du livre exclu, mais plutôt du fait qu'en excluant ces livres le libraire construit son assortiment de telle sorte à être en quasi-totale adéquation avec ses convictions. Dans son rayon, son avis est le seul qui compte, il revendique le fait que la librairie est un « chez [soi]<sup>245</sup> » dans lequel le libraire est roi.

L'exclusion de ces livres se fait à différents niveaux. Pour certains, le livre est entièrement banni de la librairie, car le libraire « n'assumer[ait] pas [de les] avoir en librairie<sup>246</sup> », pour d'autres il est seulement retiré de leur rayon « pour aller dans un autre<sup>247</sup> ». Mais là où nous constatons le plus grand clivage entre les comportements des libraires est lors

---

<sup>243</sup> Annexe III : page 178

<sup>244</sup> Annexe II : page 152

<sup>245</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

<sup>246</sup> Annexe II : page 153

<sup>247</sup> Annexe III : page 178

de la prise de commande client. Commençons par rappeler que d’après la loi Lang sur le prix unique du livre « tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l’unité<sup>248</sup> » et le fait de ne pas prendre de livre à la commande est puni par la loi. Pourtant, un certain nombre de libraires refusent tout de même de prendre des livres en commande s’ils sont en désaccord politique avec le livre commandé. Cette absence de frontière entre l’action militante légale et illégale se retrouve à travers toutes les actions militantes et fait partie d’une des caractéristiques récurrentes de tout engagement politique<sup>249</sup>. Il n’est donc pas surprenant que le libraire militant néglige de prendre en compte les interdictions énoncées par la Loi Lang. Le refus des libraires se caractérise de plusieurs manières, il peut être fait explicitement comme c’est le cas de Mélanie qui « ne trouve pas ça éthiquement problématique de leur dire d’aller commander le livre ailleurs<sup>250</sup> » dû au fait qu’il « y a plus de 600 librairies<sup>251</sup> » à Paris. En réalité d’après un rapport fait en 2020 par CROCIS,<sup>252</sup> il y aurait 703 librairies indépendantes à Paris. Le refus direct et explicite de la commande auprès du client se fait assez rarement, effectivement la plupart des libraires mettent plutôt en place des stratégies pour « refroidir un client<sup>253</sup> ».

Ces stratégies consistent à dire au client que « le site ne marche pas [ou qu’on] ne fait que de la vente directe<sup>254</sup> », le libraire peut « oublier de valider<sup>255</sup> » la commande. Le but est de « perdre le client<sup>256</sup> » au plus vite en le faisant fuir pour ne pas avoir à commander le livre avec lequel le libraire est en désaccord. Nous pouvons relever dans ce comportement une volonté de censure de la part des libraires qui veulent non seulement contrôler leur assortiment, mais veulent aussi garder un œil sur les lectures de leurs clients. Il est intéressant de remarquer qu’en souhaitant défendre leurs positions progressistes ils mettent en place des stratégies qui sont semblables à ceux que les conservateurs défendent et qui frôlent le besoin de contrôle des idées de leur clientèle. Ils émettent alors un jugement moral sur les commandes de leurs clients et décident quelles sont les lectures autorisées et quelles sont celles qui sont répréhensibles. Ce qui est intéressant dans cette démarche c’est que les libraires de notre enquête qui pratiquent le refus de la commande client travaillent dans des librairies ouvertement engagées de gauche et

---

<sup>248</sup> « Loi relative au prix du livre ». Légifrance, le service public de la diffusion du droit. Loi n° 81-766.10 août 1981. Paris.

<sup>249</sup> MATONTI Frédérique. « L’engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.

<sup>250</sup> Annexe III : page 180

<sup>251</sup> *Ibid.* : page 180

<sup>252</sup> COLLECTIF. « Au cœur des centres-villes, les librairies franciliennes ». *CROCIS, L’économie en Île-de-France*. CCI Paris Île-de-France. 2020. Rapport.

<sup>253</sup> Annexe VIII : page 252

<sup>254</sup> Annexe VI : page 232

<sup>255</sup> Annexe VIII : page 253

<sup>256</sup> *Ibid.*

donc, même s'il doit y avoir une part de client qui commande des livres réputés comme conservateurs parce que ceux-ci reflètent leurs idées personnelles, il n'est pas improbable qu'un certain nombre de clients qui commandent des livres jugés comme moralement répréhensibles par le libraire, soit en fait bien des personnes avec des idées progressistes qui veulent se faire leur propre avis sur des questions avec lesquelles ils ne sont pas forcément d'accord.

Ce comportement est loin de faire l'unanimité au sein des libraires et cause d'énormes débats notamment sur des groupes de discussion tels que SOS Libraire<sup>257</sup> dans lequel nous pouvons voir qu'il y a tout de même une grande part de libraires qui dénoncent cette pratique, notamment en mettant en avant le fait que les mêmes libraires qui refusent la commande client sont aussi ceux qui « [brandissent la Loi Lang] contre Amazon<sup>258</sup> ». Les libraires qui sont pour la prise de toutes les commandes clients mettent l'accent sur le fait « [qu']on ne peut pas prendre que les parties de la loi qui nous intéressent<sup>259</sup> ». Ainsi, ils dénoncent la malhonnêteté de ces libraires qui profitent et sont protégés par la loi Lang, mais ne la respectent plus lorsqu'il est question d'imposer leurs convictions personnelles à leur clientèle. De plus, certains libraires relèvent le fait que ce n'est pas la place du libraire d'émettre un jugement moral sur les lectures de leurs clients<sup>260</sup>. Pour ces libraires, il est tout à fait normal de pouvoir choisir leur assortiment et d'y faire apparaître leurs convictions personnelles, d'ailleurs ce tri relève du rôle du libraire en tant que prescripteur culturel et fait la qualité de la librairie indépendante, mais ce droit de regard sur l'assortiment ne peut s'étendre aux commandes clients sans glisser vers la censure et le jugement moral de ce qui devrait ou non pouvoir être lu.

#### *b. L'engagement politique des libraires influence l'assortiment*

Nous pouvons remarquer qu'un certain nombre des libraires qui défendent les questions LGBT au sein de leur librairie en ont fait une priorité dans leur assortiment. Effectivement, ces libraires prennent toutes les sorties d'albums jeunesse LGBT, peu importe leur budget et la place qui leur est disponible dans leur rayon. Le fait de prendre ces livres « dès qu'il y en a<sup>261</sup> »

---

<sup>257</sup> SOS Libraires est un groupe Facebook avec deux milles quatre cents abonnés. C'est un groupe réservé aux libraires en activités dans lequel ceux-ci peuvent échanger sur des questions autour de leur métier.

<sup>258</sup> Annexe VIII : page 254

<sup>259</sup> *Ibid.* : page 254

<sup>260</sup> Annexe II : « Je ne peux pas dire à quelqu'un que c'est un gros tr\*\* du c\*l. Ce n'est même pas légal si tu veux. » : page 163

<sup>261</sup> Annexe I : page 133

sans hésitation est rendu possible par le peu de production de ces livres. Il ne sort que quatre à cinq titres d'albums LGBT par ans, nous pouvons alors supposer que si la production s'accélère, il deviendra de plus en plus difficile pour ces libraires de continuer de prendre toutes les sorties LGBT. D'autant plus que même maintenant, lorsque la production est si petite, ils le font tout de même au détriment d'une partie de leur rayon jeunesse, car parfois ils vont sacrifier des nouveautés non politisées pour pouvoir avoir la place et le budget de commander les livres LGBT. Ces libraires prennent alors les livres LGBT, peu importe le sujet de ceux-ci et sans prendre en compte la manière dont ils sont conçus. Comme nous avons déjà pu l'évoquer, la question de la qualité ne se pose pas de la même manière que pour les autres livres de leur assortiment. L'aspect LGBT du livre lui permet de se suffire à lui-même, même si le graphisme et l'histoire sont médiocres, ce qui s'explique aussi par le peu de production de ces livres.

Il est aussi intéressant de relever que les libraires qui mettent en place ce travail de favoritisme envers leur assortiment LGBT le font sans prendre en compte leur zone de chalandise. Nous voyons par exemple que Marie a « beaucoup de gens de droite <sup>262</sup> » dans sa clientèle, pourtant son assortiment est presque entièrement tourné vers des questions progressistes de gauche et elle refuse de moins conseiller ou moins mettre en avant son assortiment LGBT pour s'adapter à sa clientèle au risque de les perdre. De même, Léna avoue que malgré le fait qu'elle a un assortiment LGBT assez développé et qu'elle défend, « personne [ne lui] demand[e] jamais <sup>263</sup> » ces livres. Malgré les faibles ventes et le peu de demandes d'albums LGBT, ces libraires ne renoncent pas à leur volonté de continuer à les mettre en avant et à en faire une priorité dans leur assortiment. Nous voyons alors que la question du potentiel de vente ne rentre pas du tout en jeu pour ces libraires, car cet assortiment touche leurs identités personnelles. Les libraires ont un lien affectif avec ces livres, ce ne sont pas seulement des livres qu'ils défendent par conviction politique, mais ce sont aussi des livres qu'ils cherchent à valoriser parce qu'ils ont eux-mêmes manqué de représentation LGBT dans leur jeunesse. L'assortiment LGBT existe alors hors de toute considération économique ou commerciale pour ces libraires, contrairement à leurs autres assortiments politisés, tels que les livres jeunesse féministes, qui sont tout de même soumis aux impératifs commerciaux de la librairie.

Ce refus de les traiter comme n'importe quelle autre livre se manifeste par le refus de les retourner lorsqu'ils ne se vendent pas. Pour la plupart des libraires avec qui nous avons pu

---

<sup>262</sup> *Ibid.* : page 138

<sup>263</sup> Annexe V : page 203

parler qui font un travail de valorisation de leur assortiment LGBT, celui-ci s'étend jusqu'à ne plus retourner de livres LGBT même s'ils ne se vendent plus du tout. Ces libraires veulent constituer l'assortiment le plus exhaustif possible et pour ce faire vont tout « gard[er] en fonds <sup>264</sup> ». Il y a la volonté de « toujours avoir [ces livres] <sup>265</sup> » en rayon et de continuer à les « [remettre] en avant <sup>266</sup> » malgré le fait que ce ne soit plus de la nouveauté. Nous pouvons voir que même si cette valorisation du fonds se fait par volonté politique en se concentrant seulement sur l'assortiment LGBT, c'est une démarche qui s'inscrit directement dans le rôle de prescripteur du libraire. Encore une fois nous faisons face à des libraires qui se servent de leur assortiment politique pour remplir à la fois leurs démarches militantes et leur rôle professionnel. En remettant en avant des albums LGBT qui ont, pour certains, plus de cinq ans, le libraire estime se situer du côté de l'excellence culturelle. Pourtant cette démarche a ses limites, tout ne peut pas devenir du fonds dans une librairie généraliste. Effectivement, « un fonds qui ne bouge jamais [...] on ne considère pas ça comme un fonds <sup>267</sup> », car même si le fonds est constitué de titre ancien qui se vendent moins régulièrement que la nouveauté, ils doivent quand même se vendre de temps en temps et pour certains des libraires à qui nous avons pu parler les livres qu'ils choisissent de garder en fonds ne se vendent plus du tout. Le livre prend alors une place précieuse en rayon et fait perdre de l'argent au libraire. La volonté d'exhaustivité en matière d'albums LGBT vient alors endommager l'aspect commercial du rôle du libraire, c'est une démarche qui est difficilement viable sur le long terme pour une petite librairie sans énormément de trésoreries, car chaque vente compte. Ayant conscience de cela, certains libraires prennent la décision de mettre en partie de côté leurs engagements et de maintenir un équilibre entre les impératifs commerciaux de leur librairie et leur volonté politique. C'est le cas de Justine qui, même si elle retourne « moins <sup>268</sup> » les albums LGBT, dit qu'il faut quand même que son fonds LGBT « se vende à un moment ou un autre <sup>269</sup> » pour pouvoir rester en rayon. Les seuls albums qui échappent à cette règle sont ses « coups de cœur absolus <sup>270</sup> ». Cette stratégie permet au libraire de pouvoir constituer un fonds en adéquation avec ses engagements politiques et qui nourrit son image d'acteur culturel tout en préservant la pérennité de la librairie dans laquelle il travaille.

---

<sup>264</sup> Annexe II : page 160

<sup>265</sup> Annexe V : page 209

<sup>266</sup> *Ibid.* : page 209

<sup>267</sup> Annexe I : page 133

<sup>268</sup> Annexe VII : page 249

<sup>269</sup> *Ibid.* : page 250

<sup>270</sup> *Ibid.* : page 250

Nous voyons que chez certains de ces libraires il y a une confusion autour du rôle qu'ils occupent dans la librairie, il n'y a plus de réelles « frontières entre loisir et travail <sup>271</sup>» ce qui permet à ces libraires de constituer leur assortiment avant tout en fonction de leur propre identité sans prendre en compte ni les besoins de leurs clients ni ceux de leur librairie. Ce « brouillage <sup>272</sup>» est dû au fait que certains considèrent leur librairie comme leur royaume, ce qui a pour résultat de penser que les idéaux et engagements qui leur tiennent à cœur doivent être une priorité dans leurs rayons peu importe le coût économique pour la librairie, ainsi que le développement d'une attitude dans laquelle ils cherchent à imposer leurs convictions et effacer ou interdire l'accès aux livres qui vont à l'encontre de ces convictions. Les libraires avec qui nous nous sommes entretenus se séparent alors en deux catégories, ceux qui veulent investir leur métier d'un sens politique tout en maintenant l'équilibre entre leurs convictions et leur rôle de libraire et ceux qui ont pour priorité leur volonté politique au détriment de leur rôle professionnel.

\*

En résumé, les libraires de notre étude choisissent, pour la plupart, d'exclure de leur assortiment les livres avec lesquels ils sont en désaccord politique, peu importe le potentiel de vente de ceux-ci. Ils créent ainsi, un assortiment presque entièrement en adéquation avec leurs convictions personnelles. Ce comportement relève pour eux de leur rôle de prescripteur, la sélection et l'exclusion de certains livres de l'assortiment faisant effectivement partie du rôle du libraire. Cela étant, certains d'entre eux étendent ce refus de vendre des livres auxquels ils n'adhèrent pas à la prise de commande client. Ce refus va contre la loi Lang et relève de la volonté de contrôler les lectures de leur clientèle. Il y a un glissement entre le rôle de prescripteur du libraire et la censure. Il est néanmoins important de rappeler que ce comportement est loin de faire l'unanimité parmi les libraires de notre étude. Cette volonté de contrôler son assortiment et les lectures de sa clientèle se manifestent aussi dans la manière que ces libraires ont de conseiller.

\*

---

<sup>271</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

<sup>272</sup> *Ibid.*

## 2. L'engagement politique domine le conseil

### a. *Le conseil pensé comme un outil militant*

Le conseil est un aspect essentiel du métier du libraire indépendant depuis la montée de « la concurrence exacerbée des sites de vente en ligne<sup>273</sup> ». En effet, la « fonction de conseil et de prescription<sup>274</sup> » du libraire est un outil lui permettant d'« affirmer le rôle de la librairie indépendante et [de] mettre en avant [cet] atou[t] irréalissabl[e] sur les plateformes de vente en ligne<sup>275</sup> ». Certains des libraires avec qui nous avons pu parler se servent du conseil pour se démarquer de leur concurrence tout en mettant en avant leurs engagements politiques. Effectivement, nous voyons que certains libraires refusent de conseiller les livres avec lesquels ils sont en désaccord politique<sup>276</sup> et ne les proposent au client seulement lorsque celui-ci les demande spécifiquement. Ce comportement s'explique notamment par la vision que ces libraires ont d'eux-mêmes. Leur « discours révèle une conception du métier proche de la relation éducative verticale<sup>277</sup> » dans lequel « l'enjeu [est] de diffuser [...] des normes et des pratiques à de jeunes individus<sup>278</sup> ». Ainsi, comme nous l'avons déjà évoqué, ces libraires considèrent que la littérature peut jouer un rôle fondateur dans le développement d'un enfant et se voient comme une figure clé dans la diffusion des convictions progressistes qu'ils défendent. Ils axent alors leurs conseils sur « la transmission<sup>279</sup> » de ce qu'ils considèrent être la bonne culture et les bonnes mœurs. En ne conseillant que des livres qui sont en adéquation avec leurs convictions politiques, ils « contribuent à façonner<sup>280</sup> » l'identité des enfants de leur clientèle à l'image de leurs propres convictions. C'est à travers la lecture qu'ils veulent faire évoluer la perception que ces enfants ont du monde qui les entoure en leur offrant des livres inclusifs, le but étant de leur faire développer une vision plus tolérante des autres dès leur plus jeune âge. Le conseil n'est plus perçu seulement comme la réponse à la demande d'un client, mais plutôt comme le meilleur moyen de transmettre des convictions et des pratiques progressistes à une nouvelle génération de lecteur.

---

<sup>273</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>274</sup> *Ibid.*

<sup>275</sup> *Ibid.*

<sup>276</sup> Annexe I : « Ah non ! je ne les conseille pas ! » : page 143

<sup>277</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>278</sup> *Ibid.*

<sup>279</sup> *Ibid.*

<sup>280</sup> *Ibid.*



Ce travail de transmission passe aussi par le discours utilisé par le libraire. Nous voyons que « la librairie est [...] conçue comme un lieu “ressource”, pourvoyeur de livres et d’idées<sup>281</sup> » dans lequel il est essentiel de « [valoriser les] liens sociaux<sup>282</sup> » qui se créent entre le libraire et son client. Effectivement, c’est en créant des liens étroits avec ses clients que le libraire peut discuter ouvertement avec celui-ci de ses convictions politiques. Plusieurs libraires avec qui nous avons discuté, lorsqu’ils sont face à un client qu’ils connaissent bien ou qu’ils pensent être « relativement ouverts<sup>283</sup> », vont « prolonger la discussion<sup>284</sup> » en sortant leur assortiment LGBT<sup>285</sup> ou en parlant des « stéréotypes dans la littérature jeunesse<sup>286</sup> ». Ils utilisent l’intérêt et le lien qu’ils ont tissé avec le client pour utiliser un « discours différent<sup>287</sup> » de celui utilisé pour la vente. Effectivement, lors de ces discussions, il n’est plus question de vendre, mais plutôt de partager et de transmettre leurs convictions politiques. Ainsi, en ne conseillant que des livres qui reflètent leurs idéaux, ils peuvent façonner les enfants qui vont lire ces livres, mais pour faire évoluer la pensée de leurs clients adultes ils considèrent qu’il faut avoir recours à d’autres méthodes. Ces discussions et débats avec leurs clients leur permettent de mettre en avant leurs convictions politiques et de sensibiliser de nouvelles personnes à la cause qu’ils défendent. Ils représentent une autre manière pour eux de manifester leur militantisme et de remplir leur volonté politique tout en effectuant le travail important de tisser des liens avec leurs clients pour favoriser leur fidélité. Ainsi, encore une fois, ces libraires utilisent leur rôle professionnel à des fins politiques.

#### *b. Un conseil inadapté au client*

Pour la plupart des libraires avec qui nous avons échangé, « le travail du libraire consiste à produire un conseil adapté et efficace<sup>288</sup> », qui permet à « chaque lecteur [de] trouve[r] un livre qui lui plaise<sup>289</sup> ». Ainsi, si nous considérons le conseil comme un outil servant la vente et la fidélisation de la clientèle alors le libraire chercherait avant tout « la production [d’un] conseil

---

<sup>281</sup> *Ibid.*

<sup>282</sup> *Ibid.*

<sup>283</sup> Annexe V : page 214

<sup>284</sup> Annexe IV : page 199

<sup>285</sup> Annexe I : page 138

<sup>286</sup> Annexe V : page 214

<sup>287</sup> Annexe IV : page 199

<sup>288</sup> CHABAULT Vincent. « L’idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>289</sup> *Ibid.*

personnalisé<sup>290</sup>». En effet, « les compétences [du libraire] consistent à s'adapter aux besoins du client et non à affirmer ses propres goûts littéraires<sup>291</sup> ». Pourtant, nous pouvons remarquer au sein de l'échantillon de libraire avec lesquels nous avons travaillé qu'une part non négligeable d'entre eux n'adapte pas leurs conseils à la demande de leur clientèle. Ce comportement se manifeste par le fait de conseiller des livres LGBT que ceux-ci correspondent ou non à la demande du client. Marie avoue qu'elle « conseille toujours<sup>292</sup> » son assortiment LGBT, peu importe le client qu'elle a face à elle. De même, nous voyons que certains libraires utilisent un discours politique lorsqu'ils conseillent leur assortiment engagé malgré le fait que ce discours dessert souvent la vente. Ainsi, il n'est plus question de seulement favoriser les livres qui rentrent dans les convictions du libraire, mais plutôt de manifester ouvertement son engagement politique pendant la vente. Ces libraires laissent alors leurs identités personnelles prendre le dessus sur leur rôle professionnel en ne prenant pas compte des besoins et demandes du client qu'ils conseillent. Le conseil glisse d'une méthode de vente personnalisée vers une manière d'imposer ses idéaux à sa clientèle.

Certains libraires ne considèrent pas être là pour servir et répondre aux besoins de leurs clients, au contraire ce sont leurs clients qui sont perçus comme leur permettant de mieux mettre en place leur militantisme. Nous voyons qu'au-delà de la production de conseil inadapté certains libraires sont « fière[s]<sup>293</sup> » de « piéger<sup>294</sup> » leurs clients. La production de conseil ostensiblement politique cause souvent l'échec de la vente, ces libraires décident alors de passer sous silence l'aspect engagé du livre qu'ils conseillent pour pouvoir vendre des livres LGBT à des clients qui ne veulent pas en acheter. Ils « ne dis[ent] pas<sup>295</sup> » que le livre a un contenu LGBT pour pouvoir en vendre plus et donc pouvoir faire parvenir leurs convictions à des enfants auxquels ils n'auraient pas accès autrement. Pour ces libraires, le conseil est un outil politique qui peut être utilisé au détriment du client qu'ils conseillent. Le conseil est perçu comme une stratégie permettant à ces libraires de diffuser leurs idées politiques à un plus grand nombre de lecteurs. Le client devient un vecteur permettant, parfois malgré lui, la transmission des convictions de ces libraires. Le rôle professionnel de ces libraires est éclipsé par leur besoin de remplir un rôle militant et de transformer le métier de libraire en action politique. Il faut tout de même noter que ce désintérêt quasi total pour le rôle professionnel reste rare chez les

---

<sup>290</sup> *Ibid.*

<sup>291</sup> *Ibid.*

<sup>292</sup> Annexe I : page 137

<sup>293</sup> *Ibid.* : page 138

<sup>294</sup> Annexe III : page 171

<sup>295</sup> *Ibid.* : page 171

libraires avec qui nous avons échangé. La plupart préférant mettre de côté, au moins partiellement, leurs convictions personnelles pour mieux répondre à la demande de leur clientèle.

\*

Enfin, nous voyons que les libraires de notre échantillon, du fait de leur fort capital culturel renforcé par de longues études, et leurs identités minorisées s'inscrivent dans des carrières militantes assez classiques. La mise en action de leurs engagements sur leur temps personnel s'inscrit elle aussi dans des normes militantes. C'est en passant d'un militantisme collectif à des actions individuelles se centrant autour de leur rôle professionnel que ces libraires s'éloignent de ces normes. Malgré le fait que leur travail militant en librairie passe par leur rôle de libraire, nous pouvons constater que celui-ci est tout de même dominé par leurs identités personnelles.

En effet, c'est par le prisme de l'identité que se joue l'engagement des libraires de notre étude. La création d'un assortiment engagé qui se veut inclusif vient de leur désir de permettre aux enfants issus de minorités de pouvoir s'identifier à des représentations positives qui leur ressemblent et trouvent sa source, pour beaucoup, dans le manque de représentations qu'ils ont eux-mêmes subi étant enfants. Le fait que leur engagement se construit en miroir à leurs identités personnelles limite leur capacité à constituer un assortiment réellement inclusif, car ces libraires se concentrent et valorisent avant tout les livres dans lesquelles ils se retrouvent. Ceci fait qu'une partie de leur assortiment inclusif est souvent délaissé et de moins bonne qualité.

L'engagement de ces libraires se manifeste aussi par la volonté de contrôler leur assortiment. Ils veulent constituer un assortiment qui reflète entièrement leurs convictions politiques et pour ce faire vont exclure tous les livres auxquels ils n'adhèrent pas, peu importe le potentiel de vente de ceux-ci. Pour certains cette volonté de contrôle s'applique aussi aux commandes client. Ils vont alors refuser de prendre en commande des livres avec lesquels ils sont en désaccord politique. Le libraire glisse alors d'un rôle de prescripteur culturel, dans lequel il est justifiable de trier les offres pour prendre ou non certains livres dans leur assortiment, vers un rôle de censeur cherchant à contrôler non seulement son assortiment, mais aussi les lectures de sa clientèle.

Au-delà de la création de l'assortiment, l'engagement se manifeste aussi dans la manière dont celle-ci est mise en vente et notamment dans le conseil client. Celui-ci est un aspect fondamental du métier de libraire qui a pour but de répondre à la demande du client et de le

fidéliser. Pourtant, quelques-uns des libraires de notre étude se servent du conseil client comme outil politique. Ils ne prennent pas en compte les besoins de leur clientèle, mais utilisent leurs conseils comme une opportunité pour transmettre leurs valeurs progressistes à une nouvelle génération de lecteurs. Le rôle professionnel est alors éclipsé par les engagements politiques de ces libraires.

Ces comportements délaissant le rôle professionnel du libraire au profit de sa vision politique ne peuvent exister sans la mise en place de stratégies commerciales permettant de maintenir un équilibre entre les besoins commerciaux de la librairie et les convictions personnelles du libraire.

\*

### III. La librairie est un commerce de compromis et de stratégies.

#### A. L'engagement politique du libraire est limité par le cadre commercial de la librairie

##### 1. Les libraires travaillant dans de petites structures font face à des contraintes logistiques

###### a. *L'enjeu des restrictions budgétaires et spatiales*

Lors de nos échanges avec les libraires de notre enquête, il est devenu clair que la création de leur assortiment est soumise à des questions économiques, mais que ces « aspects économiques sont évoqués de manière lapidaire. Les contraintes économiques, habituelles dans ce secteur, sont signalées brièvement à l'enquêteur sans faire l'objet d'un développement précis et détaillé<sup>296</sup> ». Effectivement, il est difficile de faire parler en détail avec les libraires de leurs soucis économiques, car ceux-ci les renvoient à leur rôle marchand. Souvent lorsque ces libraires évoquent les obligations et restrictions financières auxquelles ils font face celles-ci sont « évoquées pour mieux s'en éloigner et ainsi être en conformité avec un univers culturel caractérisé par des postures désintéressées et à bonne distance des affaires marchandes et du profit<sup>297</sup> ». Il est alors essentiel pour les libraires d'investir la « part de liberté<sup>298</sup> » qui leur est disponible, car elle « constitue un fort ancrage identitaire qui façonne leur pratique au quotidien<sup>299</sup> ». Ainsi, parler d'impératif commercial et de cadre économique renvoie ces libraires aux limites de leur statut culturel, pourtant « [p]our les responsables de petites structures [...], l'indépendance est nécessairement limitée dans un cadre commercial aussi contraignant que celui de la librairie, et ce d'autant plus qu'ils ne sont que très rarement

---

<sup>296</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>297</sup> *Ibid.*

<sup>298</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

<sup>299</sup> *Ibid.*

propriétaires de leurs locaux [...] et qu'ils ont dû s'endetter et monter un dossier détaillé pour bénéficier des aides disponibles<sup>300</sup> ». Le libraire indépendant fait alors face à un conflit entre « les raisons de son engagement dans ce métier<sup>301</sup> », qui se manifestent chez la plupart des libraires avec qui nous avons pu parler par une volonté d'être un prescripteur culturel qui, en créant un assortiment politisé, influence positivement leur clientèle en leur offrant des lectures de qualité, et les limites de ce métier dictées par le cadre marchand de la librairie. « D'un côté, [le libraire] 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<sup>302</sup> ». L'idéal du métier de libraire est mis à mal par les réalités économiques auxquelles font face les libraires.

Pourtant, même si les libraires parlent peu des restrictions budgétaires auxquelles ils sont soumis, plusieurs des libraires avec qui nous avons discuté ont avoué devoir réduire la quantité de livres LGBT qu'ils commandent parce qu'ils ne font « pas énormément de bénéfices<sup>303</sup> », leur liberté est limitée par « [des questions] de place et de sous<sup>304</sup> ». Malgré le fait que ces libraires rejettent le fait que la librairie est avant tout un commerce et dépend de ventes pour pouvoir exister, nous voyons que la question du bénéfice rentre tout de même en jeu lors de la création de l'assortiment. L'indépendance de l'assortiment reposerait donc avant tout sur la capacité économique de la librairie. Si celle-ci a une grande capacité financière, le libraire va pouvoir choisir son assortiment en prenant en compte ses goûts et son engagement avant de réfléchir au potentiel de vente d'un livre, mais dans le cas de ces petites librairies, malgré toutes les revendications politiques des libraires, la question économique prime sur certains aspects de la création de l'assortiment. Ces restrictions budgétaires se cumulent à l'obligation de travailler dans des espaces réduits, empêchant les libraires de prendre les livres qu'ils aiment en plus d'un exemplaire ou d'en faire une pile sur table. Ainsi, la question de l'espace vient imposer ses propres limites à la liberté des libraires, car beaucoup d'entre eux travaillent dans de petits rayons jeunesse et n'ont « pas beaucoup de place<sup>305</sup> ».

---

<sup>300</sup> *Ibid.*

<sup>301</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>302</sup> *Ibid.*

<sup>303</sup> Annexe II : page 153

<sup>304</sup> Annexe V : page 206

<sup>305</sup> *Ibid.* : page 207

Le manque de place représente un vrai problème pour ces libraires, d'autant plus qu'il y a une énorme production de littérature jeunesse « c'est très difficile [pour eux] de garder un équilibre entre le fonds et les nouveautés<sup>306</sup> ». Il devient alors difficile pour eux de justifier le fait de garder des livres LGBT en fonds alors que ceux-ci ne se vendent pas très bien, certains se voient obligés de renoncer à leur volonté d'exhaustivité. Justine explique qu'elle a dû renvoyer « de vieux titres [LGBT] de Talents Hauts qui avaient arrêté de tourner<sup>307</sup> ». Lorsque les livres ne se vendent plus, il devient quasi impossible pour le libraire de justifier la présence de ces livres dans son rayon, car malgré leurs engagements politiques ce sont des libraires travaillant en librairie généraliste pour lesquelles il est quand même nécessaire de s'adapter aux demandes de leurs clientèles et à la production éditoriale. Ils ne peuvent pas construire un rayon qui échappe à ces questions-là, car le rayon jeunesse est un rayon porteur en librairie généraliste et donc, étant donné le fait que beaucoup d'entre eux travaillent dans de petites structures pour lesquelles chaque vente compte, ils ne peuvent pas se couper de leurs impératifs financiers en ayant un rayon qui ne tourne pas.

#### *b. Le manque de temps*

Le métier de libraire est extrêmement chronophage et les libraires se retrouvent souvent en course contre le temps. Effectivement, le libraire a énormément de tâches à accomplir telles que la réception, le rangement et les retours à faire tous les jours et il doit les accomplir tout en étant ouvert au public ce qui signifie qu'il est très souvent interrompu pendant son travail. Ce manque de temps constitue un réel enjeu pour les libraires engagés, car un certain nombre de leurs revendications doivent être mises de côté dû à cela. Comme nous l'avons déjà évoqué, certains libraires revendiquent le fait de lire tous les livres LGBT avant de les mettre en rayon pour vérifier qu'ils ne véhiculent pas un message homophobe, mais ces mêmes libraires avouent qu'étant pris par le temps il leur arrive non seulement de mettre les livres en rayon sans les lire, mais aussi de les conseiller<sup>308</sup>. Il est intéressant de noter que même si ce manque de temps empêche ces libraires de remplir leur volonté de lire tous les livres LGBT avant de les mettre en rayon, il est parfaitement habituel pour un libraire de conseiller et de mettre un livre en avant sans l'avoir lu. En essayant de lire toutes les sorties LGBT, ces libraires veulent

---

<sup>306</sup> Annexe IV : page 192

<sup>307</sup> Annexe VII : page 249

<sup>308</sup> Annexe I et V : pages 139 et 208

favoriser cet assortiment en lui accordant plus de temps qu'au reste de leur rayon. Dans les faits, même s'il n'y a que très peu de production d'albums jeunesse LGBT, il est quand même difficile pour eux de délaissé le reste de leur travail pour lire tous ces livres avant de les mettre en rayon. Leurs engagements personnels ne peuvent pas venir compromettre leur rôle professionnel.

Cette problématique s'étend à la veille que ces libraires revendiquent faire sur les réseaux sociaux pour vérifier qu'ils n'avaient raté aucune sortie LGBT. En effet, Léna avoue avoir « un peu arrêté la veille sur Bookstagram<sup>309</sup> » alors « [qu']avant [elle était] vraiment abonnée à tous les comptes des éditeurs<sup>310</sup> ». D'autres disent aussi avoir du mal à continuer de suivre les nouveautés LGBT. Ceci peut s'expliquer par le fait que pour rester au courant de toutes les sorties en jeunesse LGBT, les libraires devaient prendre énormément de leur temps personnel pour éplucher les réseaux sociaux et les catalogues d'éditeurs. Cet investissement devait souvent être inutile, car pour beaucoup de livres LGBT il n'est pas dit de manière explicite que le livre traite de ces sujets. S'ajoute à cela le fait que c'est aussi le rôle du représentant de leur proposer des livres en adéquation avec le rayon qu'ils ont créé. Étant donné que les libraires avec qui nous avons pu discuter travaillent avec les mêmes représentants depuis plusieurs années et disent leur faire confiance, il devient alors superflu pour le libraire de passer autant de son temps personnel à rechercher de nouveaux albums LGBT. Même si dans leur discours, ces libraires mettent l'accent sur le fait que leurs engagements politiques sont leur plus grande préoccupation, nous voyons que dans les faits ils sont rattrapés par les réalités de la vie de tous les jours et ne veulent pas que tous leur temps libre soit pris par leurs engagements.

### *c. La question des microéditeurs et de l'autoédition*

Toutes les limitations dont nous venons de parler se cristallisent autour de la question de la microédition et de l'autoédition. Ainsi, certains des libraires évoquent le fait qu'ils n'ont pas l'argent de travailler avec des microéditeurs, ce qui les empêche de proposer un assortiment jeunesse LGBT exhaustif, car un certain nombre des albums LGBT sont issus de la micro ou de l'autoédition. En effet, travailler avec des microéditeurs qui ne sont pas distribués par un

---

<sup>309</sup> Annexe V : page 212

<sup>310</sup> *Ibid.* : page 212



diffuseur fait augmenter les frais du libraire, d'abord parce que les frais de port sont très élevés, car, ne passant pas par un distributeur, les livres doivent être envoyés par la poste et donc sont soumis aux frais de port calculés au poids du carton. S'ajoute à cela que ces microéditeurs imposent souvent un plafond minimum qu'il faut dépasser pour effectuer une commande, il est alors impossible pour le libraire de commander un livre en un seul exemplaire, ce qui va aussi augmenter les frais de celui-ci. De plus, comme ce sont de petites maisons qui font une marge très réduite sur leurs livres, le libraire ne peut pas négocier une grande remise et se retrouve souvent avec une remise à 30 %. La remise que l'éditeur ou le diffuseur accorde au libraire est définie en fonctions de critères quantitatifs et qualitatifs définis dans *Le protocole d'accord sur les Usages commerciaux de l'édition avec la librairie*<sup>311</sup>. D'après le Syndicat de la Librairie, la remise moyenne « accordée par les groupes d'édition aux librairies indépendantes de petite taille<sup>312</sup> » est de « 30 % à 33 %<sup>313</sup> » alors « qu'il est communément admis qu'une librairie ne peut couvrir ses charges en deçà d'une remise de 36 %<sup>314</sup> ». La grande majorité des libraires avec qui nous avons travaillé ont le label LIR et doivent donc avoir des remises plus élevées que la moyenne des petites librairies indépendantes. Cependant en choisissant de prendre un livre en dépôt à 30 % le libraire choisit tout de même de vendre à perte, ce qui n'est pas envisageable pour la plupart des petites structures. Enfin, comme ces éditeurs ne passent pas par les canaux de distribution traditionnels, il est souvent très difficile voire impossible de retourner les invendus, souvent le libraire doit faire de l'achat ferme et n'a pas le droit de les renvoyer, mais si ce n'est pas le cas il devra probablement les renvoyer par la poste à ses propres frais. Tout ceci fait que beaucoup de libraires travaillant dans de petites structures avec peu de capital économique ne peuvent pas se permettre de travailler avec des microéditeurs non distribués. Cette restriction les coupe d'une partie du marché et réduit leurs capacités à proposer un assortiment diversifié qui leur permettrait de construire une réelle identité de lieu.

De plus, travailler avec des microéditeurs et des autoéditeurs peut être extrêmement chronophage, surtout en ce qui concerne la prise de livre en dépôt, car le plus souvent les livres proposés en dépôt sont des livres qui ne sont pas référencés dans les bases de données utilisées en librairie. Le libraire doit alors créer manuellement une fiche éditeur, un ISBN et un code barre avant de pouvoir mettre le livre en vente. S'ajoute à cela les problèmes liés aux auteurs qui ne viennent jamais récupérer leurs livres non vendus. Outre le problème de stockage que

---

<sup>311</sup> SLF, SNE. *Le protocole d'accord sur les Usages commerciaux de l'édition avec la librairie*. Paris. 2008.

<sup>312</sup> Site du SLF : <https://www.syndicat-librairie.fr/le-reseau-des-librairies/chiffres-cles>

<sup>313</sup> *Ibid.*

<sup>314</sup> *Ibid.*

cela engendre, cela oblige aussi le libraire à prendre du temps pour contacter ces auteurs pour leur demander de venir récupérer les livres en question. Justine explique que « l'autodistribution et l'autoédition d'un point de vue global [...] c'est trop compliqué<sup>315</sup> », elle explique que « [leur] charge de travail ne [leur] permet pas<sup>316</sup> » de se rajouter des tâches à faire en plus. Comme avec le manque d'argent, le manque de temps du libraire participe aussi à délimiter la création de son assortiment. Tant que le libraire est soumis à des impératifs économiques et temporels, il ne pourra pas être entièrement libre de créer un assortiment militant qui reflète entièrement ses engagements politiques. Il y a alors un écart entre ce que le libraire revendique et ce qu'il est réellement capable de mettre en place dans sa librairie.

\*

En somme, les libraires travaillant dans de petites structures font face à des contraintes logistiques dont ils n'aiment pas parler. La volonté de passer ces contraintes sous silence vient du fait qu'elles les renvoient au rôle commercial qu'ils rejettent. Leur idéal de métier est mis à mal par le fait que leur liberté lors de la création de leur assortiment est limitée par des contraintes économiques et spatiales. Plus une librairie a de capital économique, plus le libraire y travaillant est libre, mais pour la plupart des libraires de notre étude, leurs librairies ont des trésoreries limitées auxquelles ils doivent s'adapter contre leur gré. De plus, le métier de libraire est extrêmement chronophage et cette course constante contre le temps empêche certains libraires de remplir pleinement les tâches liées à leurs engagements politiques. Ces problématiques sont cristallisées autour de la question du dépôt et de la microédition non distribuée. La plupart des libraires avec qui nous avons échangé n'ont pas le temps ni l'argent pour pouvoir accueillir ces livres dans leur assortiment. Ces contraintes réduisent donc leurs capacités à proposer un assortiment unique et diversifié qui les aideraient à se démarquer de leur concurrence. Malgré le rejet de ces libraires de leur rôle commercial, ces contraintes ont parfois pour résultat leur abandon de certains aspects de leurs engagements.

\*

---

<sup>315</sup> Annexe VII : page 244

<sup>316</sup> *Ibid.* : page 244

## 2. Certains libraires mettent de côté leurs engagements politiques pour mieux répondre aux besoins de leur clientèle

### a. Les libraires font des compromis lors de la création de leur assortiment

Malgré le fait que tous les libraires avec qui nous nous sommes entretenus affirment être entièrement libres dans le choix de leur assortiment, nous constatons qu'en dépit du discours politique tenu par le libraire autour de son assortiment celui-ci se voit obligé de s'imposer des achats qui sont dictés par les besoins commerciaux de la librairie. Lors de nos discussions, les libraires commencent tous par appuyer leur indépendance dans la création de leur assortiment, celui-ci dépendrait entièrement de leurs goûts et engagements personnels, peu importe si par la suite de l'échange ils avouent que cela n'est en réalité pas le cas. Le libraire utilise cette rhétorique pour renforcer son image d'acteur culturel. Nous pouvons trouver une explication à ce phénomène dans le travail de Sophie Noël qui avance dans son article « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie<sup>317</sup> » que la légitimité de la librairie indépendante se construit contre l'image du simple commerce, l'imaginaire de l'indépendance « présente l'avantage de rassembler des acteurs aux intérêts divers, et de cristalliser toutes les vertus, réelles et supposées, de la librairie idéale autour de valeurs aussi imprécises que consensuelles telle la diversité de l'assortiment et la qualité du conseil<sup>318</sup> ». Se qualifier comme librairie indépendante, et donc comme libraire dont la subjectivité fait le métier, permet aux libraires de se valoriser et d'inscrire la librairie en lieu de synthèse entre l'acteur culturel et le petit commerce de quartier. « L'enjeu consiste donc à passer d'une position objective floue à un positionnement subjectif valorisant auprès du public et des acteurs institutionnels »<sup>319</sup>. Cette revendication ne sert pas seulement à valoriser le métier de libraire, elle permet aussi aux libraires de « défendre leur position tout en minimisant les contradictions entre un rôle affirmé dans la production de la valeur symbolique des livres et un cadre commercial ne leur laissant que peu d'autonomie<sup>320</sup> ». Effectivement, le cadre commercial de la librairie ne laisse en réalité que très peu de marge de manœuvre au libraire « car en dépit d'un environnement réglementaire protecteur avec un taux de TVA réduit (5,5 %)

---

<sup>317</sup> NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.

<sup>318</sup> *Ibid.*

<sup>319</sup> *Ibid.*

<sup>320</sup> *Ibid.*

et la loi sur le prix unique du livre, qui interdit l'ajustement par le prix entre différents canaux de vente<sup>321</sup> », ce qui les oblige depuis le début des années 1990, avec la progression de la vente en ligne et la création de grandes enseignes telle que la Fnac, Amazon et Cultura, de mettre en place des stratégies de concurrence commerciale pour survivre. Le libraire construit son identité en opposition à celle des grandes enseignes culturelles, il refuse de se percevoir comme un simple vendeur de livres et, pour se faire, rejette l'idée que certains choix lors de la création de son assortiment lui seraient imposés par des impératifs commerciaux. Contrairement aux grandes enseignes, qui vendent un assortiment préchoisi par des centrales d'achats, l'assortiment en librairie indépendante serait entièrement subjectif, vidé de toute volonté commerciale ce qui permettrait à la librairie d'être avant tout un acteur culturel et seulement en second lieu un commerce.

Malgré ce discours, les libraires ont conscience que l'assortiment d'une librairie ne peut pas se constituer de la même manière que celle d'une « bibliothèque personnelle »<sup>322</sup>, les libraires responsables du rayon jeunesse vont donc faire des compromis à leurs engagements pour inclure des livres scolaires et de meilleures ventes dans celui-ci. Pour certaines, le plus important est « de faire en sorte que ce ne soit pas la majorité [des] livres<sup>323</sup> » proposés dans le rayon. Nous voyons un fort malaise de la part des libraires interrogées face à cet impératif commercial, elles disent que c'est « épuisant<sup>324</sup> » de ne pouvoir vendre que « 40 ou 30 % [de ce qu'elles voudraient]<sup>325</sup> » et avouent être dépitées<sup>326</sup> devant les obligations commerciales et économiques du métier qui réduisent leurs libertés. Cette désillusion concernant le rôle commercial de la librairie peut s'expliquer par le fait que les libraires ont intégré le discours qui circule, décrit plus haut, autour de la librairie indépendante. La librairie ne serait plus qu'un lieu culturel et l'obligation d'endosser le rôle de commerçant les insatisfaits. Cette difficulté à concilier le projet militant avec les réalités d'un commerce ou d'un produit commerçant n'est pas unique aux libraires engagés. Ainsi, les chercheurs Didier Demazière, François Horn et Marc Zune qui étudient, dans leur article « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres », le cas d'un collectif militant de développement de logiciel libre (SPIP) et nous exposent qu'au moment de sa commercialisation, les créateurs de celui-ci ont du mal à maintenir leur engagement initial tout en ayant une réussite économique. Cet

---

<sup>321</sup> *Ibid.*

<sup>322</sup> Annexe I : page 143

<sup>323</sup> Annexe III : page 179

<sup>324</sup> Annexe I : page 143

<sup>325</sup> *Ibid.* : page 143

<sup>326</sup> Annexe I, III, V : pages 138, 167, 205

article nous montre que « la combinaison du projet militant et de la réussite économique du produit ne va pas de soi<sup>327</sup> » bien au contraire, il faut faire un travail constant de compromis entre les valeurs militantes de départ et l'aspect commercial du projet, « car si l'activisme est une ressource majeure pour lancer et concrétiser l'initiative, la longévité et la survie de l'action organisée dépendent fortement du succès du logiciel produit<sup>328</sup> ». Ainsi, s'il n'y a aucune tentative de concilier l'aspect marchand et l'aspect militant, souvent celui-ci disparaît, car il n'est pas financièrement viable ou si le projet gagne en succès économique, c'est l'identité militante qui se perd. Un des points clés soulevés par l'article est « qu'un produit ne doit pas avoir que des usages militants pour rester un outil militant performant<sup>329</sup> ». De même, une librairie avec une identité militante ou engagée doit aussi s'adapter à sa zone de chalandise et aux besoins de sa clientèle, car « loin de garantir la pérennité [du projet, celui-ci] peut constituer une menace<sup>330</sup> » pour la survie économique de la librairie. En effet, si le libraire crée son assortiment seulement en fonction de ses engagements personnels et sans prendre en compte sa clientèle, la librairie fera faillite. C'est justement en s'ouvrant à une clientèle moins militante et en répondant aux demandes de cette clientèle que la librairie aura la capacité économique de financer leur assortiment plus militant.

Les libraires avec qui nous nous sommes entretenus, malgré leur discours sur leur indépendance totale, ont tous conscience de ce fait et mettent en place des règles qui leur permettent de concilier leur rôle commercial tout en ayant l'impression que celui-ci s'inscrit aussi d'une certaine manière dans leurs démarches militantes. Ces compromis, dans le cas de Marie, se font en priorisant l'aspect de son engagement personnel qui lui tient le plus à cœur au détriment d'un autre qu'elle considère comme moins essentiel ou plus difficile à maintenir dans un cadre commercial. Elle avoue alors être « obligée d'avoir des trucs très genrés, des trucs très sexistes<sup>331</sup> », mais refuse de prendre des choses homophobes même s'il s'agit de meilleures ventes. Cette décision lui permet de s'adapter jusqu'à un certain point aux demandes de sa clientèle et donc à l'aspect commercial de son métier tout en ne trahissant pas ses convictions les plus profondes. Une autre manière de concilier ces deux aspects du métier nous est montrée par Mélanie qui nous explique que « pour [elle] c'est pareil qu'avec Céline<sup>332</sup> », ils ne vont pas proposer ses tracts antisémites, mais ont *Voyage au bout de la Nuit* en rayon. Ce

---

<sup>327</sup> DEMAZIERE Didier, HORN Françoise, ZUNE Marc. « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres ». Réseaux. N° 181. 2013. P. 25-50

<sup>328</sup> *Ibid.*

<sup>329</sup> *Ibid.*

<sup>330</sup> *Ibid.*

<sup>331</sup> Annexe I : page 143

<sup>332</sup> Annexe III : page 179

qui va primer ici est le contenu du livre plutôt que l'identité et les revendications de l'auteur. Elle continue en disant que c'est important pour elle de « voir ce que cette personne a laissé derrière elle<sup>333</sup> ». Ceci nous montre à quel point il est difficile pour le libraire d'exclure un auteur qui fait partie du canon littéraire de ses rayons peu importe ce que celui-ci a pensé ou dit dans sa vie. Une librairie sans certains auteurs ne serait pas prise au sérieux dans son rôle de référence culturelle et perdrait en crédibilité. Le compromis ici est d'essayer de prendre les œuvres les moins offensantes de ces grands noms de la littérature, permettant ainsi au libraire d'avoir ces auteurs en rayons tout en maintenant son identité politisée. De la même manière que, avec la loi Lang, la librairie est un commerce avec très peu de marge de manœuvre financière, nous voyons que la marge de manœuvre militante est aussi très réduite en librairie généraliste. Il est évident dans le discours des libraires interrogés et cités ci-dessus que même lorsqu'elles agissent avec des impératifs commerciaux, elles en parlent de manière à toujours mettre en avant leurs subjectivités et le fait que chaque compromis est réfléchi et pesé en fonction de leurs engagements. Lorsqu'elles parlent de l'obligation de mettre certains titres en rayon, elles insistent sur le fait qu'elles sont libres de ne pas en mettre d'autres. Le discours autour de l'indépendance du libraire à constituer son assortiment en toute liberté reste ici avant tout symbolique et semble être une manière qu'utilisent les libraires pour renforcer la perception qu'elles ont du métier de libraire, ainsi que la perception qu'elles ont de leurs propres identités de militantes.

Les compromis que fournissent les libraires lors de la création de leurs assortiments doivent aussi être fournis lors du conseil client qui représente un des aspects phares du métier.

*b. Les compromis du libraire ouvrent une réflexion sur la manière de conseiller*

Les interactions entre le client et le libraire constituent une partie essentielle du métier de libraire, surtout dans le rayon jeunesse à cause des particularités du parent-client dont nous avons parlé plus haut, « [ces particularités rendent] 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<sup>334</sup> ». Dans le rayon jeunesse, c'est par le conseil que le libraire effectue le plus souvent une vente, il est donc primordial pour lui

---

<sup>333</sup> *Ibid.* : page 179

<sup>334</sup> DEMAZIERE Didier, HORN Françoise, ZUNE Marc. « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres ». Réseaux. N° 181. 2013. P. 25-50

d'adapter son discours pour répondre aux attentes du client. Pourtant les libraires que nous avons interrogés ne sont pas d'accord sur la manière dont il faut présenter son conseil, ils défendent tous une stratégie de vente différente.

Dans la conception du conseil client la plus récurrente que nous avons pu observer, les besoins du client sont prioritaires, le plus important pour le libraire est donc d'adapter son conseil à la demande. Cette adaptation se fait de différentes manières et pour différentes raisons. Pour beaucoup, celle-ci se définit par un changement de discours en fonction du client. Mélanie considère que son rôle est « [d'] accompagner »<sup>335</sup> ces personnes sans les « juger »<sup>336</sup>. Elle propose alors « des choses très classiques » et utilise un vocabulaire neutre avec les clients qui « [viennent] dans la librairie et qui ne savent pas [qu'ils sont dans] une librairie militante ». Dans cette perception des choses, la librairie est vue comme une porte d'entrée à la culture qui ne doit pas exclure une partie de sa clientèle par élitisme. Le libraire se construit une image de prescripteur, mais surtout de guide qui aide ses clients à ouvrir leurs horizons. Cette manière de conseiller relève d'un idéal de métier qui vient renforcer l'identité du libraire indépendant et prescripteur, mais elle est aussi une technique de vente. Effectivement, le libraire a conscience que se servir de son discours militant sur un client qui ne l'est pas va rendre la vente difficile. Mais au contraire lorsqu'ils font face à un client « sensible [aux] thématiques »<sup>337</sup> qu'ils défendent, « [ils vont les] mettre en avant dans [leur] conseil »<sup>338</sup>. Justine explique bien qu'elle profite de ces clients pour jouer de l'identité de sa librairie engagée, ne pas le faire pour elle serait « rater une opportunité »<sup>339</sup>. De la même manière que la création de l'assortiment est un équilibre complexe entre affirmations de l'identité du libraire en tant que métier culturel et impératifs commerciaux, le conseil aussi se balance entre ces deux questions primordiales. L'adaptation du conseil au client permet de renforcer l'image de librairie de référence et prescriptrice, de fidéliser la clientèle et de mieux garantir une vente tout en aidant le libraire à s'inscrire dans l'idéal de métier auquel il adhère.

Certains libraires, quant à eux, défendent la neutralité comme étant la meilleure manière de vendre, le but est d'avoir un discours « hyper décontracté »<sup>340</sup> qui permet au libraire d'inclure tous les livres dans ses conseils sur un pied d'égalité. Effectivement, Lucie « ne pense pas qu'il y a besoin d'avoir un discours militant pour vendre des livres »<sup>341</sup>, au contraire pour

---

<sup>335</sup> Annexe III : page 177

<sup>336</sup> *Ibid.* : page 179

<sup>337</sup> *Ibid.* : page 171

<sup>338</sup> *Ibid.* : page 171

<sup>339</sup> Annexe VII : page 248

<sup>340</sup> Annexe II : page 159

<sup>341</sup> *Ibid.* : page 159

elle avoir un discours trop engagé auprès des clients va en rebuter certains. Le but étant d'avoir un fonds entièrement constitué de livres engagés ou non normatifs, mais de « ne [jamais prendre cela] comme le sujet<sup>342</sup> » principal du livre. Elle ne va « [jamais présenter un livre] comme quelque chose de LGBT<sup>343</sup> », mais préfère mettre l'accent sur le contenu du livre, son graphisme, l'aventure qui s'y déroule. Cette manière de présenter les livres LGBT permet de les rendre accessibles à de nouvelles clientèles sans piéger celle-ci. Effectivement, souvent ces livres ne sont pas achetés par les clients parce qu'ils ne sont pas vus comme assez universels, ils représentent une demande de niche, pourtant en changeant le discours autour de ces livres, Lucie montre au client l'intérêt du livre au-delà du facteur LGBT. De même, son discours « très drôle et très décontracté<sup>344</sup> » lui permet d'avoir un assortiment entièrement politisé, mais de le vendre de la même manière que n'importe quel autre livre. Lucie réussit à rendre son assortiment parfaitement accessible à toute sa clientèle, peu importe s'ils sont politisés ou non. La neutralité de Lucie s'ancre dans son engagement politique et notamment dans le fait qu'elle ne souhaite pas instrumentaliser son engagement dans le conseil pour se garantir une vente. D'autres défendent aussi la neutralité, mais pour des raisons différentes. Effectivement, Jade appuie aussi l'importance d'un discours neutre. Le contenu LGBT « n'est pas quelque chose [qu'elle] souligne particulièrement<sup>345</sup> », elle argumente cette décision en appuyant sur le fait que les thématiques LGBT sont devenues quelque chose de « normal<sup>346</sup> », se sont « juste [des albums]<sup>347</sup> » comme les autres. Elle expose donc le contenu du livre, les thématiques, sans parler de l'aspect LGBT du tout. Malgré le fait qu'elle dit que cette décision est prise parce qu'elle travaille dans une librairie engagée de gauche qui défend des valeurs progressistes auxquelles appartiennent les luttes pour les droits LGBT, on ressent aussi dans son discours un certain malaise vis-à-vis de ces livres avec lesquelles elle n'a aucune affinité. Elle avoue que, malgré sa neutralité, elle a du mal à vendre ces livres parce que « les clients [sentent quand elle n'est] pas à l'aise avec quelque chose, même si c'est quelque chose de très intéressant<sup>348</sup> ». Jade explique que ce malaise vient du fait qu'elle a peur « que si [elle] souligne [l'aspect LGBT de l'album] c'est que c'est quelque chose d'étrange<sup>349</sup> ». Nous constatons ici que Jade veut bien faire en intégrant ces livres à son fonds, elle cherche à défendre un idéal intersectionnel et

---

<sup>342</sup> *Ibid.* : page 159

<sup>343</sup> *Ibid.* : page 159

<sup>344</sup> *Ibid.* : page 159

<sup>345</sup> Annexe IV : page 194

<sup>346</sup> *Ibid.* : page 194

<sup>347</sup> *Ibid.* : page 194

<sup>348</sup> *Ibid.* : page 194

<sup>349</sup> *Ibid.* : page 194



progressiste, mais n'étant elle-même pas concerné par les questions LGBT, elle ne sait pas comment aborder le sujet, tatillonne de peur d'offenser et, ne sachant pas comment les conseiller, ne réussit pas à vendre les livres en question.

Ce malaise découle probablement du fait que les questions LGBT restent perçues comme une littérature trop spécifique pour être défendue de la même manière qu'un livre considéré comme neutre. Ce ne sont pas des livres que l'on peut « conseiller comme n'importe quelle histoire<sup>350</sup> » parce que ces livres sont encore vus comme une source de polémique qui pourrait déclencher « une situation délicate<sup>351</sup> » lors d'un échange avec un client. Peu importe que la librairie se revendique comme étant engagé ou non, il reste que les libraires disent avoir peur que leurs clients soient « choqu[és]<sup>352</sup> » s'ils proposent ouvertement des livres facilement identifiables comme étant LGBT. Et effectivement, plusieurs des libraires interrogés ont exprimé un découragement dû au fait qu'ils conseillent toujours les albums jeunesse LGBT et que les clients ne les achètent presque jamais et finissent toujours par se tourner vers des livres dits plus classiques. À force de « [les présenter] dix fois, quinze fois, vingt fois [et que] personne ne [les] achète jamais [ils arrêtent] de [les] présenter<sup>353</sup> ». Cette désillusion pousse le libraire à seulement conseiller ses livres à un certain profil de client, souvent un client décrit comme jeune et rentrant dans les clichés de ce qu'on considère être une personne LGBT ou du moins qui ne correspond pas aux normes attendues. S'opère alors un travail de repérage dans lequel le libraire cherche à identifier « le genre de client qui serait susceptible d'être attiré par ce genre de chose<sup>354</sup> », car ce ne sont pas des livres qui peuvent être conseillés aux « gens lambda<sup>355</sup> » de peur de « manquer une vente<sup>356</sup> ». Ainsi, lors d'un conseil lorsque Mélanie présente un livre LGBT le client lui répond « nan je trouve ça un peu dégoutant<sup>357</sup> ». Pour échapper à ce genre de situations inconfortables, certains libraires choisissent de seulement « [les] conseiller sur demande<sup>358</sup> » du client. Seuls certains albums qui ne « [sont] pas problématisé[s]<sup>359</sup> » échappent à cette mise à l'écart, tel que *Amour Beauté et crotte de nez*<sup>360</sup> qui peut être conseillé comme n'importe quel autre livre, car il est difficile au premier abord

---

<sup>350</sup> Annexe V : page 206

<sup>351</sup> Annexe IV : page 196

<sup>352</sup> *Ibid.* : page 195

<sup>353</sup> Annexe V : page 209

<sup>354</sup> Annexe IV : page 195

<sup>355</sup> Annexe V : page 206

<sup>356</sup> *Ibid.* : page 206

<sup>357</sup> Annexe III : page 176

<sup>358</sup> Annexe V : page 206

<sup>359</sup> *Ibid.* : page 206

<sup>360</sup> MORICEAU, MRZYK. *Amour, beauté et crottes de nez*. Fourmis Rouges. Montreuil. 2018.

d'y repérer une thématique LGBT étant donné qu'on ne découvre l'homosexualité des personnages qu'à la dernière page.

En plus de ne presque plus conseiller les albums LGBT, lorsque les libraires sont pris par le temps, leurs conseils glissent vers la normativité. N'ayant pas l'énergie et ne voulant pas « perdre de temps<sup>361</sup> » pendant la période de Noël face à des parents-clients qui refusent toute recommandation ne correspondant pas à ce qu'ils pensent adapter pour une petite fille ou un petit garçon, les libraires peuvent tomber dans un conseil qui reproduit les normes contre lesquelles ils ont construit tout leur assortiment. Léna explique que malgré son engagement féministe et sa colère envers les demandes normées de ses parents-clients, lorsqu'elle est dans la période des fêtes de fin d'année « à partir du moment où le client [lui] dit que c'est pour une petite fille de 8 ans [elle va] lui proposer les albums princesse<sup>362</sup> ». Ainsi l'engagement du libraire, en plus d'être limité par son rôle de vente, dans lequel il répond à une demande précise, se voit aussi limité par sa fatigue et son manque de temps. Ces deux facteurs le poussent à mettre de côté ses engagements pour alléger sa charge de travail ainsi que la charge psychologique qui vient avec l'obligation de défendre une cause à longueur de journée face à des clients peu ou pas réceptifs.

### *c. Le poids des goûts du parent-client dans la création d'un assortiment jeunesse*

Comme nous avons pu le constater ci-dessus, la librairie fait face à l'obligation de s'adapter aux goûts de sa clientèle en proposant un assortiment et des conseils qui correspondent à sa zone de chalandise et répondent à la demande des clients. Dans le secteur de la jeunesse, les goûts et préférences des parents-clients jouent un rôle encore plus déterminant dans la création d'un assortiment que dans n'importe quel autre rayon de la librairie. Ceci s'explique par le fait que, notamment en ce qui concerne la partie albums et petite enfance du rayon, « l'acheteur du livre n'est que rarement son lecteur<sup>363</sup> ». Ainsi, Vincent Chabault dans son article « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse<sup>364</sup> » explique que le livre jeunesse doit être approuvé par le parent-client avant de se retrouver dans les mains de l'enfant. Les parents-clients viennent souvent en librairie sans être accompagnés par leurs enfants et choisissent les

---

<sup>361</sup> Annexe V : page 206

<sup>362</sup> *Ibid.* : page 215

<sup>363</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>364</sup> *Ibid.*

contenus que l'enfant va consommer sans le consulter. Des difficultés vont survenir et limiter la possibilité du libraire de proposer des titres sortant de son assortiment plus engagé. D'abord, ces parents-clients « sont souvent perdus<sup>365</sup> » dans ce rayon qu'ils ne maîtrisent pas, ils vont donc se tourner vers les livres qui ont bercé leurs enfances, soit par volonté de partager leurs souvenirs et expériences de jeunesse avec leurs enfants, soit parce qu'ils perçoivent ces livres comme une valeur sûre dans un rayon constamment assiégé par des nouveautés auxquelles ils ne connaissent rien. Il se fait alors un renouvellement de l'intérêt pour certains classiques de la littérature jeunesse à chaque génération, qui oblige le libraire jeunesse à intégrer ces livres dans son fonds. Amélia explique qu'elle a « un référentiel de fonds<sup>366</sup> » qui est quasiment « immobile<sup>367</sup> », car elle sait que « ce [qu'elle] a vendu y a dix ans marche encore maintenant parce que le public se renouvelle constamment<sup>368</sup> ». Cette avidité pour les classiques soulève des questions pour les libraires engagés avec qui nous avons échangé qui ne peuvent pas exclure ces titres de leur fonds, mais qui sont en désaccord avec les messages datés que véhiculent parfois ces livres. Une des libraires<sup>369</sup> parle de sa frustration face à la collection Père Castor qu'elle vend encore très bien, mais qu'elle trouve horriblement sexiste, une autre dit que ces livres « très très datés<sup>370</sup> » sont « à retirer des rayons<sup>371</sup> ». Ce sentiment est amplifié par le fait que, pour la plupart, travaillant dans de petites structures, la question de l'espace est systématiquement un point compliqué pour elles. Ce fonds de classique monopolise un espace précieux que les libraires préféreraient utiliser pour leur fonds engagé. Mais, étant un petit commerce, la librairie fait souvent face à des difficultés financières pour lesquelles un des « seul recours possible en l'absence de structures d'aides publiques [reste de] gagner de l'argent [en jouant] selon les règles du marché<sup>372</sup> ». Pour garantir la survie financière de ces petites structures, il devient impossible pour les libraires, peu importe leurs engagements personnels, de faire l'impasse sur ce qui représente une aussi grande part de la demande client. Le libraire se voit dans l'obligation de mettre de côté ses convictions progressistes pour subvenir aux besoins commerciaux de son entreprise.

S'ajoute à cet intérêt pour les classiques un grand conservatisme de la part des parents-clients qui se manifeste par des demandes normatives qui « [s'opposent] au conseil du libraire

---

<sup>365</sup> *Ibid.*

<sup>366</sup> Annexe VI : page 223

<sup>367</sup> *Ibid.* : page 223

<sup>368</sup> *Ibid.* : page 223

<sup>369</sup> Annexe III : page 172

<sup>370</sup> Annexe VII : page 245

<sup>371</sup> *Ibid.* : page 245

<sup>372</sup> NOËL Sophie. « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs "engagés" », *Communication & langages*, vol. 170, no. 4, 2011, pp. 73-85.

et perpétue des conservatismes éducatifs<sup>373</sup> ». Ce conservatisme se traduit par des demandes stéréotypées, notamment sur les questions de genre. Les libraires se plaignent de leur incapacité à convaincre les parents qu'un petit garçon peut s'intéresser à un livre dont le héros est une fille ou qu'une petite fille peut lire autre chose que des histoires de princesses. Léna explique qu'un des critères de conseil qu'elle entend le plus en réponse à la question « qu'est-ce qu'elle aime ? » est : « des trucs de petites filles<sup>374</sup> » et Justine parle de sa surprise face à un client qui « ne [voulait] pas avoir des comptines avec un crocodile<sup>375</sup> » pour sa petite fille pensant que c'était trop masculin.

Se met alors en place une grande insatisfaction chez ces libraires qui ont fait un travail considérable pour créer un assortiment pointu et dans le cas des libraires étudiés ici, des assortiments pour lesquels le point d'honneur est d'être non normatif et non genré. La demande du client s'oppose au « rôle [que le] libraire s'est construit sur la promotion et la diffusion d'un assortiment de qualité (le "bon" livre)<sup>376</sup> ». Comme nous l'avons évoqué plus haut, notamment autour de la question du conseil, nous voyons que le libraire finit par se désinvestir de son engagement en se pliant aux demandes normatives de ses clients par épuisement et par nécessité financière. Ce conservatisme sur les questions de genre est abordé par la chercheuse et maîtresse de conférences Muriel Salle<sup>377</sup> qui explique qu'il existe une inquiétude autour de « l'indifférenciation sexuelle<sup>378</sup> » depuis le 19<sup>e</sup> siècle qui se renouvelle à chaque génération et qui a commencé à reprendre de l'ampleur dans les dix dernières années à cause de la remise en cause de la question de la binarité de genre. En réponse à ce questionnement sur le genre, le système éducatif et l'éducation parentale renforcent les assignations aux rôles de genre chez les jeunes enfants et continue donc de maintenir et renforcer des dominations de genres auxquelles on pensait venir à bout. Cette inquiétude va pousser les clients à se détourner de la production non normative et notamment féministe,<sup>379</sup> car elle représenterait un danger pour leurs enfants. La psychologue clinicienne Annie Rolland explique dans son livre *Qui a peur de la littérature ado ?* que les peurs des parents vis-à-vis de la littérature jeunesse relèvent « d'une

---

<sup>373</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>374</sup> Annexe V : page 206

<sup>375</sup> Annexe VII : page 245

<sup>376</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

<sup>377</sup> BOZON Michel, SALLE Muriel, BUISSON-FENET Hélène, DETREZ Christine, SANTELLI Emmanuelle. « Colloque genre et jeunesse : "panique morale" autour des sexualités juvéniles ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2016. Article et captation vidéo.

<sup>378</sup> *Ibid.*

<sup>379</sup> Annexe I : page 137

forme assez banale de paranoïa<sup>380</sup>» dans lequel la censure du parent viendrait sauver « la “pureté” de la jeunesse, “l’innocence” des enfants<sup>381</sup> ». Cette paranoïa trouve ses racines dans « les principes de la morale bourgeoise, calquée sur la morale chrétienne<sup>382</sup> » dans laquelle il est essentiel « [d’exclure] de la vie de l’enfant [tout] sujet relatif aux préoccupations des adultes (l’amour, la sexualité, la mort, l’argent)<sup>383</sup> ». Ce qui se cache donc sous la bonne volonté des parents de protéger leurs enfants est en réalité une volonté de maintenir le *status quo* et de faire en sorte que les morales bourgeoises et chrétiennes soient maintenues et plus tard reproduites par les enfants en question.

Le conservatisme de ces parents s’étend bien sûr aux albums jeunesse LGBT qui peuvent alors devenir très difficiles à vendre. Tous les libraires interrogés avouent qu’ils ont du mal à faire tourner leur assortiment LGBT et « que les clients ont du mal avec ce genre de chose. Ils sont encore un peu intimidés donc ils ont tendance à s’orienter vers des choses plus neutres, sans prise de risque<sup>384</sup> ». Ce malaise de la part des parents vis-à-vis d’un contenu homosexuel est hérité d’une vision conservatrice autour de l’homosexualité qui est de l’ordre du tabou. Michel Bozon<sup>385</sup> expose le fait que depuis la déclassification de l’homosexualité comme une maladie en 1981 il reste difficile de parler d’homosexualité hors de la sphère familiale, il avance que l’éducation nationale reste très prudente vis-à-vis de ces questions et n’aborde l’homosexualité que pour mettre en garde contre l’homophobie. Nous retrouvons cette peur de dire l’homosexualité dans le discours de Jade qui n’emploie jamais ce terme, mais dit plutôt « ce genre de choses »<sup>386</sup>, de même lorsqu’elle parle d’un client LGBT elle dit ce « genre de client<sup>387</sup> » plutôt que d’aborder clairement son identité LGBT. De plus, dans les dernières décennies, de la même manière qu’une inquiétude s’élève autour des questions de genre, la peur d’une sexualité perverse et débridée commence à gagner du terrain. Cette peur est alimentée par un discours alarmiste dans la presse autour de l’homosexualité, des tenues vestimentaires des jeunes filles et de la consommation de pornographie chez les moins de 18 ans. Tout ceci nourrit le conservatisme des parents et rend difficile, voire parfois impossible, la vente de livres exposant des vies ne correspondant pas aux normes hégémoniques

---

<sup>380</sup> ROLLAND Annie. *Qui a peur de la littérature ado ?*. Thierry Magnier. Paris. 2008.

<sup>381</sup> *Ibid.*

<sup>382</sup> *Ibid.*

<sup>383</sup> *Ibid.*

<sup>384</sup> Annexe IV : page 192

<sup>385</sup> BOZON Michel, SALLE Muriel, BUISSON-FENET Hélène, DETREZ Christine, SANTELLI Emmanuelle. « Colloque genre et jeunesse : “panique morale” autour des sexualités juvéniles ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2016. Article et captation vidéo.

<sup>386</sup> Annexe IV : page 193

<sup>387</sup> *Ibid.* : page 195

hétérosexuelles. « En d'autres termes, les interactions avec les clients ne permettent pas toujours une actualisation de l'identité de métier<sup>388</sup> » et résultent souvent en une désillusion face au rôle de prescripteur culturel du libraire.

\*

Finalement, les libraires nourrissent un imaginaire de l'indépendance pour renforcer leur image d'acteur culturel et construire leur identité professionnelle en opposition aux grandes enseignes culturelles. Ils rejettent, au moins dans leurs discours, tous les aspects commerciaux de leur métier pour tenter d'être perçus comme avant tout des acteurs culturels. En réalité, la librairie est un lieu de synthèse entre la culture et le commerce et malgré leurs discours militants, les libraires de notre enquête se voient obligés de se plier à certains aspects commerciaux de leur métier. Effectivement, l'engagement militant à lui seul ne peut garantir la réussite d'un projet commercial, bien au contraire. Ayant conscience de ce fait, les libraires de notre étude mettent en place des compromis dans la production de leurs conseils qui s'adaptent entièrement à la demande du client en mettant souvent de côté le discours militant sauf si celui-ci sert la vente. Leurs compromis s'étendent aussi à la création de leur assortiment qu'ils adaptent aux goûts très classiques et parfois conservateurs de leur clientèle. Ces compromis s'opposent entièrement au rôle que ces libraires engagés se sont donné et résultent en un découragement et un mécontentement de leur part. Il est important de noter que la manière dont ces libraires mettent en action leurs engagements sur leur lieu de travail et l'étendue des compromis qu'ils sont prêts à faire dépendent du rôle qu'ils occupent au sein de la librairie.

\*

---

<sup>388</sup> CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.

## B. L'engagement politique du libraire est lié à son identité professionnelle

### 1. L'engagement du libraire se manifeste différemment selon le statut du libraire au sein de l'entreprise

#### a. *Le subjectif domine la pratique des libraires employés*

Les libraires avec qui nous nous sommes entretenus se séparent en deux catégories, ceux qui sont employés pour être en tête d'un rayon et ceux qui sont gérants de leurs librairies et donc employeurs. De ces deux statuts au sein de la librairie découle une attitude différente vis-à-vis de la création de l'assortiment. Pour les libraires qui sont employés, nous pouvons constater que c'est leur subjectivité qui prime lors d'une prise de décision, ils montrent une assez grande nonchalance face aux enjeux économiques de leur métier. Celle-ci se manifeste notamment par un refus total d'avoir en rayon quoi que ce soit qui ne corresponde pas directement aux goûts et engagements personnels du libraire. Cette exclusion commence dans leur propre rayon, mais ils peuvent essayer d'imposer de ne « pas [avoir le livre en question] du tout dans la librairie sauf s'il a un intérêt autre<sup>389</sup> ». Ainsi, Mélanie explique qu'elle a la charge du rayon féminisme en plus du rayon jeunesse et qu'elle refuse d'avoir Bourdieu dans son rayon, mais que « ça ne [lui] semble pas non plus problématique de l'avoir<sup>390</sup> » dans un autre rayon de la librairie, cependant, les auteurs « qui [ont] des propos transphobes dans [leurs] livres, [elle] ne [veut] pas [les] avoir du tout dans la librairie<sup>391</sup> ». Il n'est donc plus uniquement question d'avoir la mainmise sur l'assortiment de ses rayons, mais aussi de contrôler, au moins en partie, celui de ses collègues. Il est difficile de parler de censure lorsque Mélanie exclu certaines publications de son assortiment, car « ce n'est pas la même chose de censurer une œuvre et de sélectionner ou de choisir, d'accepter ou de refuser un livre<sup>392</sup> ». Effectivement il est important de rappeler que « le choix d'un éditeur de ne pas publier un livre ou d'un libraire de ne pas placer un livre sur une table ne correspond généralement pas à ce que l'on entend lorsqu'on évoque une “censure du livre”<sup>393</sup> ». Néanmoins, dans ce cas précis, Mélanie ne

---

<sup>389</sup> Annexe III : page 178

<sup>390</sup> *Ibid.* : page 178

<sup>391</sup> *Ibid.* : page 178

<sup>392</sup> « Les (nouveaux) visages de la censure ». *Tire ligne, La revue d'Occitanie Livre et Lecture*. Toulouse. 2019.

<sup>393</sup> *Ibid.*

choisit pas seulement ce qu'elle va prendre ou non dans son assortiment, mais impose ses engagements politiques à ses collègues en leur empêchant de prendre certains titres qu'ils auraient sinon prit. Même si l'on ne peut que difficilement parler de censure en librairie en ce qui concerne la création de l'assortiment, il est important de rappeler que les libraires « sont guidés dans leurs choix par des opinions, des goûts, des préférences, mais aussi par un éthos professionnel tendant à écarter les “mauvais” livres au nom d'une certaine idée de leur mission éducatrice, voire civilisatrice<sup>394</sup> ». Ainsi, Mélanie ne se percevrait pas comme exerçant une pression ou une censure sur ses collègues, mais plutôt comme maintenant son rôle de prescriptrice et de guide. Elle veut écarter la mauvaise littérature, les livres qu'elle considère être dangereux ou du moins stigmatisant et qui vont à l'encontre de la cause qu'elle défend. Ce qui est intéressant ici, c'est que, de la même manière que les libraires conservateurs vont écarter des livres traitant de sujet avec lesquelles ils ne sont pas d'accord, certains libraires progressistes vont se servir des mêmes méthodes pour maintenir un fonds en totale adéquation avec leurs propres revendications politiques. La cause est différente, mais les méthodes sont les mêmes. Cette attitude renvoie à la peur des dangers de la lecture dont nous avons déjà parlé et la volonté de la part, autant des libraires conservateurs que de ceux qui sont progressistes, de protéger leurs clients de ce qu'ils conçoivent comme étant le mauvais livre. Nous avons déjà établi que les libraires avec qui nous avons travaillé sont très pointilleux lors de la création de leur assortiment jeunesse pour contrer les représentations stigmatisantes auxquelles les enfants appartenant à des minorités font déjà face. Mais ici, nous sommes face à un assortiment de sciences humaines, la volonté de protéger le jeune lecteur ne peut donc pas s'appliquer ici et c'est en ça que l'on se rapproche de la censure. Effectivement, il n'est plus tant question de protéger le lecteur, mais plutôt d'imposer les avis politiques d'un libraire à toute la librairie. D'autant plus que dans ce cas précis, la libraire en question ne s'impose pas à ses collègues sur des sujets qui lui tiennent moins à cœur. Effectivement, les auteurs tenant des propos racistes ou antisémites ne sont pas exclus de toute la librairie<sup>395</sup>.

La domination du subjectif entraîne une nonchalance de la part de certains libraires vis-à-vis des questions financières. Effectivement, certains libraires favorisent leur assortiment LGBT au point où ils ne prennent plus du tout en compte les impératifs économiques de la librairie. Marie explique qu'elle prend des livres en achat ferme qu'elle « paye plein pot<sup>396</sup> » et qu'elle ne peut plus retourner malgré le fait qu'elle n'arrive pas à les vendre. Elle refuse de

---

<sup>394</sup> *Ibid.*

<sup>395</sup> Annexe III : page 179

<sup>396</sup> Annexe I : page 134



renvoyer son fonds LGBT même si « ça fait huit mois [que le livre] est là et qu'il ne bouge pas <sup>397</sup> ». Elle travaille dans une petite librairie avec des difficultés économiques, mais ne prends pas ceux-ci en compte, car sa fidélité à son engagement politique prime par rapport aux besoins économiques de son lieu de travail. Ce désintérêt pour la viabilité économique de la librairie se manifeste aussi par la manière dont elle interagit avec ses clients. Effectivement, elle dit conseiller des livres LGBT, peu importe la demande de son client et peu importe si le client est réceptif à ces questions-là ou non. Cette attitude résulte dans des tensions entre elle et ses clients qui fait « [qu']ils ne reviennent plus après<sup>398</sup> ». Le fait que son engagement lui coûte des clients ne lui pose pas un problème, au contraire elle semble être amusée par ce phénomène. On sent que c'est une victoire pour elle de faire fuir une clientèle de droite qui n'est pas en adéquation avec ses convictions et avec qui elle ne veut donc pas travailler. Nous constatons que ces libraires employés ne se soucient pas du tout de la manière dont leur engagement impacte la viabilité économique du lieu dans lequel ils travaillent. Leur conception de la librairie, comme lieu culturel et de militantisme est tellement éloignée des réalités commerciales du lieu que celles-ci ne leur semblent pas être de vrais enjeux dans la pratique de leur métier au quotidien. Pourtant, certains de ces libraires ont quand même conscience du fait qu'ils ne se comporteraient pas de la même manière s'ils occupaient un statut de gérant plutôt que d'employé. Ils avouent que « [s'ils devaient] payer les factures à la fin du mois peut-être [qu'ils repenseraient]<sup>399</sup> » leur manière de travailler. Nous voyons alors que le statut de libraire employé est idéal pour un libraire engagé politiquement, car il lui permet de pratiquer cet engagement quotidiennement sans que celui-ci soit limité par des obligations de viabilité commerciale.

*b. L'enjeu de l'état économique et de la pérennité de la librairie*

Contrairement à certains libraires employés, nous voyons que les gérants de librairies sont autant investis dans la réussite économique de leur librairie que dans leurs engagements personnels. Ces gérants ont compris que « [p]our surmonter [leurs] difficultés financières, un seul recours reste possible [...] : gagner de l'argent, jouer selon les règles du marché<sup>400</sup> ».

---

<sup>397</sup> *Ibid.* : page 134

<sup>398</sup> *Ibid.* : page 137

<sup>399</sup> Annexe III : page 179

<sup>400</sup> NOËL Sophie. « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs "engagés" », *Communication & langages*, vol. 170, no. 4, 2011, pp. 73-85

Gagner de l'argent est la seule chose qui peut réellement leur garantir d'avoir « les moyens de travailler en toute indépendance<sup>401</sup> ». En sachant cela, ces libraires gérants vont adapter leur assortiment à leur clientèle sans prioriser leurs propres engagements.

Il est intéressant de voir que lors de nos entretiens les libraires employés commencent par évoquer leur totale liberté dans la création de leur assortiment, mais que les libraires gérants expliquent quant à eux que même si leurs libraires constituent leur assortiment de manière indépendante, ils gardent tout de même un œil sur ce qui est commandé et c'est eux qui ont le dernier mot sur le nombre et le type de livres commandés, ainsi que sur comment ces livres vont être mis en rayon. L'indépendance des libraires employés est souvent relative, car ils sont soumis à des limitations économiques et spatiales, mais aussi au cadre que leur supérieur leur impose. Ce cadre permet aux libraires gérants de maintenir un équilibre entre l'assortiment engagé et l'assortiment plus commercial. Cet équilibre est essentiel à trouver, car, comme nous l'avons déjà évoqué, « la combinaison du projet militant et de la réussite économique [...] ne va pas de soi<sup>402</sup> ». Effectivement, dans un projet de librairie engagé « [l] hybridation des logiques militantes et économiques [...] constituent un enjeu central<sup>403</sup> » qui permet de garantir la pérennité du projet. Sans la création d'un équilibre entre ces deux logiques, la librairie ne peut se maintenir. Ainsi, « si l'activisme est une ressource majeure pour lancer et concrétiser l'initiative, la longévité et la survie de l'action organisée dépendent fortement du succès<sup>404</sup> » économique de la librairie. Le cadre créé par ces libraires gérants leur permet donc de maintenir leurs engagements politiques tout en garantissant une réussite commerciale. Pour ce faire, ils n'autorisent pas une entière liberté à leurs libraires employés.

Effectivement, les libraires gérants vont essayer de faire part de la « réalité économique<sup>405</sup> » de la librairie à leurs employés pour que ceux-ci adaptent leur assortiment pour mieux répondre aux impératifs financiers et commerciaux de la librairie. Léna explique qu'elle ne peut pas avoir tous les livres LGBT qu'elle veut, car « ça ne marcherait pas et [que sa librairie] manque de sous<sup>406</sup> ». Elle n'a pas une pleine liberté lors de la création de son assortiment, car elle doit justifier certains de ses choix auprès du gérant de sa librairie. Elle se voit donc obligée de réduire son assortiment engagé, car elle ne peut pas se permettre d'avoir

---

<sup>401</sup> *Ibid.*

<sup>402</sup> DEMAZIERE Didier, HORN Françoise, ZUNE Marc. « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres ». *Réseaux*. N° 181. 2013. P. 25-50.

<sup>403</sup> *Ibid.*

<sup>404</sup> *Ibid.*

<sup>405</sup> Annexe V : page 215

<sup>406</sup> *Ibid.* : page 215

des livres qu'elle « ne vend [qu'une] fois tous les deux ans<sup>407</sup>». Ici, il n'y a pas de réelle interdiction de la part du gérant, mais plutôt un rappel continu fait par celui-ci sur l'état des finances de la librairie. Face à ce discours sur les difficultés financières de la librairie, Léna se pose alors des limites elle-même. Le cadre posé par le gérant est implicite, mais nous pouvons voir que pour d'autres libraires avec qui nous avons pu discuter le gérant de la librairie contrôle de manière beaucoup plus explicite l'assortiment. Dans ce cas-là nous voyons que plus le libraire est capable de vendre les livres engagés qu'il défend plus on lui accorde de liberté. Effectivement, Mélanie explique que dans sa librairie, avant que les questions féministes et LGBT gagnent en popularité elle et ses prédécesseurs n'avaient pas le droit de faire une vitrine LGBT pour le mois des fiertés. Elle continue en disant que depuis « l'essor du féminisme et des questions LGBT<sup>408</sup> » son assortiment LGBT « fonctionne bien financièrement<sup>409</sup> » et c'est cette nouvelle viabilité financière du fonds LGBT qui a fait que le gérant de la librairie lui a autorisé à faire une vitrine pour le mois de fierté. Malgré le fait qu'elle travaille dans une librairie qui se dit militante, la priorité des gérants reste la réussite économique de la librairie. Ainsi, l'assortiment engagé politiquement est traité de la même manière que le reste de l'assortiment et ne sera valorisé que si cette mise en avant participe à augmenter les ventes de la librairie.

Certaines figures de libraires employés se construisent en opposition aux libraires gérants, étant donné que leur engagement politique passe avant toute logique commerciale alors que les libraires gérants donnent la priorité à la pérennité de leurs commerces. Ces attitudes opposées donnent parfois naissance à des conflits entre collègues. Ces conflits tournent souvent autour de la manière dont les libraires employés gèrent leurs rayons. Marie explique qu'elle est en conflit avec son supérieur, car elle a « un fonds qui ne bouge jamais<sup>410</sup> », mais qu'elle refuse de retourner, car elle veut continuer de mettre en avant ces albums LGBT. Elle considère que ce sont des livres de niche qui ne se vendent pas souvent, mais qui ont une réelle valeur culturelle et qu'ils méritent donc une place inconditionnelle dans son rayon. Son gérant, quant à lui, ne comprends pas pourquoi elle garde des livres qu'elle ne vend jamais, surtout étant donné le fait qu'ils ont des problèmes financiers et qu'ils ne peuvent pas se permettre d'acheter des livres qu'ils ne vont pas vendre. Le « désaccord<sup>411</sup> » se culmine enfin en un conflit silencieux entre les commandes et les retours. Effectivement, lorsque Marie est en vacances,

---

<sup>407</sup> *Ibid.* : page 215

<sup>408</sup> Annexe III : page 173

<sup>409</sup> *Ibid.* : page 173

<sup>410</sup> Annexe I : page 133

<sup>411</sup> *Ibid.* : page 133

son collègue retourne les livres en question et lorsqu'elle revient en librairie elle les recommande. L'enjeu ici est celui de l'indépendance afin de contrôler son assortiment. Marie revendique le droit de faire de son rayon un havre qui lui ressemble, en mettant de côté les impératifs commerciaux et en privilégiant les livres qui reflètent ses valeurs politiques. En renvoyant ces livres pendant qu'elle n'est pas là, son gérant montre que l'indépendance des libraires est relative et qu'ils ne peuvent pas créer un rayon comme l'on crée une bibliothèque personnelle. L'indépendance de Marie est relative à sa capacité de vendre les livres qu'elle choisit pour son assortiment, si elle ne peut pas vendre ces livres, elle perd le droit de décider seule de son assortiment. De même, la volonté qu'a Mélanie de contrôler non seulement son assortiment, mais aussi celui de ses collègues provoque des conflits entre elle et ceux-ci, notamment avec son collègue qui gère les sciences humaines. Cette tension naît du fait qu'il est le gérant du rayon et « a laissé la place en féminisme<sup>412</sup> » à Mélanie. Ils ne se partagent donc pas le rayon sur un pied d'égalité, Mélanie reste avant tout la gérante du rayon jeunesse à qui l'on accorde une partie du rayon sciences humaines. Ce collègue résiste donc à la volonté de Mélanie de contrôler l'assortiment avec pour seuls arguments ses revendications personnelles<sup>413</sup>, elle doit se justifier à chaque fois qu'elle choisit d'exclure un livre ou un auteur du rayon. Au fil du temps, son collègue lui fait de plus en plus confiance parce qu'elle vend bien l'assortiment qu'elle choisit et il lui accorde plus de liberté. Elle explique que si le débat prend de l'ampleur, ce sont « [ses] patrons [qui] décident<sup>414</sup> » et que « [s']ils restent sur leurs positions, [elle doit] accepté ça<sup>415</sup> ». Comme pour Marie, la liberté est quelque chose qui se négocie, c'est un va-et-vient entre le libraire et son gérant et une fois que le gérant pose une limite le libraire employé se voit obliger de la respecter qu'il le veuille ou non. Le conflit naît du fait que le libraire employé se conçoit comme entièrement indépendant et opérant hors des enjeux commerciaux auxquelles la librairie est soumise. Le libraire gérant vient rappeler au libraire employé que sa marge de liberté ne dépend en réalité pas seulement de ses envies, mais plutôt des réalités économiques et commerciales de la librairie dans laquelle il travaille.

---

<sup>412</sup> Annexe III : page 177

<sup>413</sup> Ibid. : « J'ai eu quelques débats avec mon collègue qui gère les sciences humaines et avec qui je cogère les sciences humaines [...]. Et je lui disais "bah ce livre c'est de la m\*\*\*e et je n'en veux pas dans mon rayon" et il disait "pourquoi ?" et je disais "parce que c'est de la m\*\*\*e" et il disait "est-ce que tu l'as lu ?" et je disais "nan, mais je sais que c'est de la m\*\*\*e. » : page 177

<sup>414</sup> Ibid. : page 178

<sup>415</sup> Ibid. : page 178

c. *Une mise à distance de sa subjectivité en tant qu'employeur*

Une des grandes différences entre les libraires employés et les libraires gérants est que ceux-ci font un travail de mise de côté de leur subjectivité lorsqu'ils créent leurs assortiments. Nous remarquons que là où certains des libraires employés avec qui nous avons parlé refusent de prendre des livres avec lesquelles ils sont en désaccord, ce n'est pas le cas des libraires gérants. Ils revendiquent l'importance de faire « une distinction entre [leurs goûts] et la librairie<sup>416</sup> ». Cette démarche naît du fait qu'ils « [acceptent] que les gens ne sont pas [tous comme eux]<sup>417</sup> » et que si la librairie veut survivre il faut qu'elle ouvre son assortiment à une clientèle diversifiée. Il se fait alors un travail pour « concilier capital symbolique et potentiel commercial<sup>418</sup> ». Le libraire crée un assortiment unique qui légitimise sa librairie en tant que lieu culturel, mais ne suffit pas à le maintenir en commerce viable. Il est essentiel pour le libraire d'ouvrir sa librairie à une nouvelle clientèle non militante. Cet « élargissement du lectorat est un autre moyen de maintenir leur position<sup>419</sup> ». C'est en vendant « des livres [qu'ils] ne [trouvent] pas spécialement intéressants<sup>420</sup> » qu'ils auront l'argent de financer leur assortiment militant qui ne tourne pas toujours très bien. C'est dans la manière dont ils élargissent leur assortiment à des livres non militants que l'on voit que les libraires gérants n'accordent pas autant d'importance à leurs engagements politiques sur leur lieu de travail que les libraires employés. Effectivement, ouvrir son assortiment à des livres non politisés ne semble pas être un acte qui va contre leurs engagements étant donné que ces livres ne véhiculent aucun message politique. Pourtant nous voyons que ces libraires gérants ont du mal à garder l'équilibre entre ouvrir leur assortiment pour faire venir un nouveau public et continuer à le garder fermé aux livres avec lesquels ils sont en désaccord politique. Plusieurs des libraires gérants tentent d'exclure les livres dont ils désapprouvent, en refusant de les prendre aux offices, mais si leur clientèle leur « demande [ce livre] assez régulièrement<sup>421</sup> » ils vont revenir sur leurs décisions et le commander pour la librairie. Le rôle de libraire commerçant prime alors sur celui de libraire engagé même lorsqu'ils travaillent dans une librairie qui se définit comme militante. Ces libraires ont conscience du fait qu'ils ont un besoin économique et que pour garder sa clientèle il faut pouvoir répondre à sa demande.

---

<sup>416</sup> Annexe II : page 162

<sup>417</sup> *Ibid.* : page 161

<sup>418</sup> NOËL Sophie. « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs "engagés" », *Communication & langages*, vol. 170, no. 4, 2011, pp. 73-85

<sup>419</sup> *Ibid.*

<sup>420</sup> Annexe II : page 161

<sup>421</sup> Annexe VI : page 225

Nous pouvons voir que ces libraires gérants réagissent de manière différente à cette obligation commerciale. Amélia accepte facilement le fait qu'elle travaille avant tout dans un commerce et que « si on [lui fait une] demande [elle] réponde à [cette] demande<sup>422</sup> ». Il lui arrive donc, si la demande est assez forte, de prendre les livres avec lesquelles elle est en désaccord politique et « [d']en faire une pile<sup>423</sup> ». Elle n'a aucun mal à assurer la pérennité de sa librairie au détriment de ses propres convictions, car cela fait partie du rôle de la « librairie de quartier<sup>424</sup> ». Justine quant à elle s'inscrit dans une autre démarche, elle avoue que ne pas prendre certains titres à l'office, parce qu'on est personnellement en désaccord avec, peut-être « une erreur<sup>425</sup> » qui lui a fait « [perdre] pas mal de clients en chemin<sup>426</sup> ». Mais malgré cette lucidité sur le fait que son militantisme lui coûte de l'argent et une part de sa clientèle, elle refuse de piler ces livres. Elle va tout de même se plier au besoin commercial de les avoir dans sa librairie pour répondre à la demande de sa clientèle, mais elle ne va les prendre qu'en un seul exemplaire et les mettre directement en rayon. La mise de côté de sa subjectivité lui est imposée par le fait qu'ils ont « besoin de vendre<sup>427</sup> », mais elle espère que lorsqu'ils auront de meilleures finances elle pourra choisir ce qu'elle veut vendre ou non. Nous voyons alors que malgré le fait que tous les gérants avec qui nous avons travaillé mettent de côté leurs convictions pour maintenir la stabilité économique de leur librairie, certains d'entre eux le font en sachant que c'est en cela que consiste leur rôle professionnel alors que d'autres le font dans le but d'acquérir assez d'argent pour pouvoir se détacher de cette obligation et pouvoir réellement imposer leurs engagements personnels sur l'intégralité de leur assortiment sans mettre à risque la pérennité de leur librairie. Dans cette deuxième démarche, malgré le fait que le libraire gérant a conscience des réalités du métier, il aspire tout de même à la création d'une librairie entièrement défaite de ses impératifs économiques et commerciaux qui lui permettrait d'avoir une réelle indépendance dans la création de son assortiment.

Les libraires gérants revendiquent aussi l'importance de s'inscrire dans leur zone de chalandise. Ils avancent qu'il est essentiel que « [l'engagement de la librairie] s'inscrit dans [sa] ville<sup>428</sup> » d'implantation. L'assortiment doit donc s'adapter à la clientèle du quartier dans lequel la librairie s'est installée, pas seulement avec la présence de livres avec lesquels les libraires gérants sont en désaccord, mais aussi avec l'adaptation de leur assortiment engagé à

---

<sup>422</sup> *Ibid.* : page 232

<sup>423</sup> *Ibid.* : page 225

<sup>424</sup> *Ibid.* : page 232

<sup>425</sup> Annexe VII : page 247

<sup>426</sup> *Ibid.* : page 247

<sup>427</sup> *Ibid.* : page 247

<sup>428</sup> Annexe II : page 153

la demande. Amélia explique qu'elle « a la chance de ressembler beaucoup à l'essentiel de [sa] clientèle <sup>429</sup>» en choisissant de suivre son propre engagement « [elle] ne pren[d] pas beaucoup de risques<sup>430</sup> », car sa clientèle partage en grande partie celui-ci. Elle avance alors que le fait de « ne [pas prendre] Zemmour à l'office n'est pas un acte militant<sup>431</sup> », car même si c'est un acte qui s'inscrit dans ses convictions personnelles, il reflète aussi celles de sa clientèle. De même, Lucie explique que sa librairie n'est pas une librairie militante, car même si elle se définit comme « une librairie féministe <sup>432</sup>», le choix de son quartier d'implantation fait qu'en réalité, en valorisant un assortiment féministe et intersectionnel, elle ne fait que répondre à la demande de sa clientèle. Pour ces deux libraires, la question du militantisme ne se pose pas lorsqu'on s'inscrit dans sa zone de chalandise. Effectivement, toutes les librairies sur lesquelles nous avons travaillé se situent dans l'Est Parisien dans des quartiers fortement marqués par des engagements de gauche, et les libraires gérants le savent. Leur militantisme n'en est pas un parce qu'ils « ne [sont] pas dans l'ouest<sup>433</sup> » parisien. En ouvrant une librairie engagée de gauche dans un quartier de gauche, ils s'inscrivent profondément dans leur zone de chalandise. Leurs engagements politiques ne relèvent plus d'une action politique, mais d'une réponse à la demande de leur clientèle. Ainsi, même leurs engagements politiques s'inscrivent dans une démarche de commerçant. Là où les libraires employés se définissent entièrement par l'aspect culturel du métier de libraire, en utilisant notamment leur subjectivité et leur assortiment politisé pour se construire aux antipodes du modèle du commerce. Les libraires gérants, quant à eux, ont conscience du fait que leur librairie est avant tout un commerce et que leurs engagements et revendications politiques servent ce commerce.

---

<sup>429</sup> Annexe VI : page 226

<sup>430</sup> *Ibid.* : page 226

<sup>431</sup> *Ibid.* : page 226

<sup>432</sup> Annexe II : page 152

<sup>433</sup> Annexe VI : page 226

\*

En bref, nous avons pu dégager deux modes de fonctionnement au sein des libraires avec qui nous avons échangé. Les libraires employés laissent primer leur subjectivité lors de la création et de la mise en vente de leur assortiment en refusant d'avoir des livres avec lesquels ils sont en désaccord. Nous pouvons relever une volonté de leur part d'imposer à leur clientèle leur vision de ce qu'est ou non un bon livre. Ce mode de fonctionnement montre comment ces libraires se construisent aux antipodes de leur rôle commercial et ont, pour certains, un véritable désintérêt pour la santé économique de leur lieu de travail. Le libraire employé défend la liberté de constituer son assortiment comme bon lui semble, mais en réalité nous avons pu relever que pour beaucoup de ces libraires, leurs gérants leur imposent un cadre pour limiter les prises de décisions trop subjectives. Ainsi, plus le libraire employé vend, plus on lui accorde la liberté de prendre des décisions marquées par ses engagements. La tension réside dans le fait que les libraires employés essaient d'opérer hors des limites imposées par le cadre commercial et le libraire gérant vient lui rappeler que la librairie est en réalité soumise à des réalités économiques et commerciales.

Les libraires gérants, quant à eux, sont investis dans la garantie de la pérennité de leur librairie. Ils fournissent un travail constant pour maintenir l'équilibre entre leurs engagements et les besoins économiques de leur librairie. Pour ce faire, ils mettent de côté leur subjectivité pour répondre aux besoins de leur clientèle et garantir qu'ils s'inscrivent dans leur zone de chalandise. Pour ces libraires, c'est le rôle de libraire commerçant qui prime sur le rôle de libraire engagé. Se mettent alors en place, autant chez les libraires employés que chez le libraire gérant, des stratégies pour leur permettre de répondre à leurs impératifs commerciaux tout en mettant en action leurs engagements politiques.

\*



## C. Les libraires mettent en place des stratégies commerciales

### 1. Les libraires se servent de certaines ventes pour financer leur assortiment engagé

#### a. *La mise en avant passive*

Les libraires en difficultés financières mettent en place des stratégies leur permettant d'avoir un assortiment d'albums LGBT malgré le fait que celui-ci ne tourne pas beaucoup. Pour avoir l'argent de financer leur assortiment engagé, ces libraires ouvrent leur assortiment à des livres non engagés. Les librairies indépendantes sont « confront[ées] à une concurrence très vive ainsi qu'à des conditions commerciales difficiles, l'aspect commercial de [leur] activité est sans alternatives. La recherche de profit n'est donc pas vécue comme antinomique avec la défense d'un [assortiment] politiquement engagé et l'indépendance économique est perçue comme un prérequis indispensable à l'indépendance tout court<sup>434</sup> ». Nous avons déjà évoqué le fait que la liberté de ces libraires est restreinte par plusieurs facteurs, la plus contraignante étant leur manque d'argent. En prenant conscience de ce fait, il est possible pour ces libraires de mettre en place des stratégies qui leur permettent de négocier leur identité engagée avec leur identité professionnelle. Il y avait très peu des libraires de notre échantillon qui avaient un assortiment entièrement engagé, la plupart avaient déjà un assortiment varié constitué de nouveautés en tout genre, de classiques de la littérature jeunesse, de bestsellers, et de livres scolaires. Mais ces livres qui ne sont pas engagés étaient souvent délaissés, car ces libraires ne veulent pas valoriser des livres allant contre leurs engagements. Ils refusent de conseiller des livres qui ne sont pas en adéquation avec leurs engagements, mais ont des besoins financiers, ils ont alors trouvé comme compromis le conseil indirect. Effectivement, ces libraires vont quand même valoriser dans l'espace des livres qu'ils ne considèrent pas dangereux. Même si ce sont des « albums ultras stéréotypés<sup>435</sup> », ce ne sont pas des livres avec un message homophobe. Ils vont alors « évit[é] de les conseiller<sup>436</sup> », mais vont les mettre « en

---

<sup>434</sup> NOËL Sophie. « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs "engagés" », *Communication & langages*, vol. 170, no. 4, 2011, pp. 73-85.

<sup>435</sup> Annexe V : page 216

<sup>436</sup> Annexe I : page 143

facing<sup>437</sup> » ou en « piles <sup>438</sup> ». De plus, pour ce qui est des livres scolaire ou parascolaire ainsi que des bestsellers, ils « se vend[ent] tout seul<sup>439</sup> », le libraire se voit alors libéré du rôle commercial qu'il ne veut pas occuper. Il peut choisir son assortiment non engagé en fonction de son potentiel de vente, puis laisser ces livres à disposition de ses clients et en vendre une grande quantité sans s'investir ou se sentir responsable de la vente.

Nous voyons chez Marie cette volonté de mettre de la distance entre-soi et la vente. Effectivement, elle se justifie du fait qu'elle met en avant des livres auxquels elle ne croit pas en disant que « c'est un mal pour un bien <sup>440</sup> », car ce sont ces ventes qui lui permettent « d'acheter autre chose qu[“elle veut] vraiment défendre<sup>441</sup> ». Il est intéressant de voir qu'elle ressent le besoin de se justifier de remplir son rôle de libraire. Pour ces libraires pour qui la définition de leur métier repose avant tout sur l'excellence culturelle de leur assortiment, vendre des livres auxquels ils ne croient pas peut être un cas de conscience, car leurs actions ne sont plus dictées ni par leurs engagements politiques ni par leur volonté de guider leur client vers ce qu'ils considèrent être le bon livre. Une des raisons pour laquelle ces libraires restent sur la vente passive de livre auxquels ils ne croient pas est qu'en travaillant dans un commerce, ils sont dans l'obligation de vendre pour garantir la réussite de leur lieu de travail, mais qu'il est plus facile pour eux de s'éloigner du statut de commerçant en ne conseillant que par des mises en avant spatiales. Cette stratégie permet au libraire de financer son assortiment engagé tout en maintenant son idéal de ce qu'est la librairie et le rôle qu'il doit y occuper en tant que libraire engagé.

#### *b. La mise en avant active*

Certains libraires utilisent aussi une seconde stratégie qui consiste à activement vendre des livres qui ne rentrent pas dans leurs engagements personnels pour leur permettre d'avoir l'argent d'alimenter leur assortiment LGBT. Ainsi nous voyons qu'en plus de faire une mise en avant dans l'espace ils vont aller jusqu'à conseiller des livres auxquels ils n'adhèrent pas, mais qu'ils ne considèrent pas comme étant dangereux. Il est important de noter qu'ils ne vont

---

<sup>437</sup> *Ibid.* : page 144

<sup>438</sup> Annexe V : page 216

<sup>439</sup> Annexe I : page 143

<sup>440</sup> *Ibid.* : page 144

<sup>441</sup> *Ibid.* : page 144

pas jusqu'à conseiller des livres qu'ils ont « détesté[s]<sup>442</sup> », mais se limitent à des livres auxquelles ils « ne croi[ent] pas<sup>443</sup> ». Ces libraires mettent en place des stratégies qui leur permettent de conseiller ces livres en les valorisant auprès de leurs clients alors qu'eux-mêmes ne les ont pas aimés et ne pensent pas que se sont de bons livres. Le libraire met en avant, dans son conseil, la beauté du graphisme de l'album, l'intérêt de l'intrigue et évite au maximum de donner son avis sur le livre. Lorsque le client demande si le libraire l'a lui-même aimé, il détourne la question en donnant une réponse qui légitimise le livre sans pour autant laisser transparaître son propre avis, tel que : « on a eu de bons retours ou il a de bonnes critiques<sup>444</sup> ». Ils ne diront la vérité sur ce qu'ils ont pensé du livre qu'aux « bons clients qui [le] demandent<sup>445</sup> ». Nous remarquons donc qu'il est difficile pour ces libraires de piéger leurs clients fidèles ou les clients avec qui ils partagent des convictions, il s'installe une hiérarchie entre les clients. Les bons clients, ceux qui partagent les engagements politiques du libraire et qui sont des clients fidèles et les autres clients qui seraient par opposition les mauvais clients, qui n'ont pas de valeurs en commun avec le libraire ou ne sont pas assez fidèles à la librairie. Faire cette démarcation entre les clients permet au libraire de se reconforter vis-à-vis de son rôle commercial. Il conseille des livres auxquels ils ne croient pas et, en se faisant, il s'éloigne de son idéal de métier, mais en ne le faisant qu'avec de mauvais clients il peut justifier sa démarche. Le mauvais client n'achèterait probablement pas de livres engagés de toute manière, lui conseiller un livre auquel l'on ne croit pas est donc la seule autre manière de ne pas rater une vente. L'argent récolté par la vente au mauvais client permet alors au libraire de maintenir son assortiment engagé. Même lorsque le libraire politisé s'éloigne de son idéal du métier de libraire, il trouve finalement le moyen de justifier son action commerciale à travers le prisme de l'engagement politique.

Les libraires engagés ne lisent pas que des livres issus de leur assortiment politisé que ce soit en jeunesse ou dans d'autres rayons, il est alors intéressant de noter que ces libraires n'évoquent jamais les livres non engagés qu'ils ont beaucoup aimés et qu'il serait alors tout à fait naturel de conseiller et de mettre en avant. Ce discours divisé dans lequel l'on parle des livres engagés en employant presque exclusivement un vocabulaire mélioratif et au contraire un discours péjoratif pour parler de livres non politisés donne l'impression que par essence un livre non engagé est un mauvais livre ou un livre moins bon. Il est pourtant très improbable

---

<sup>442</sup> Annexe V : page 217

<sup>443</sup> *Ibid.* : page 217

<sup>444</sup> *Ibid.* : page 216

<sup>445</sup> *Ibid.* : page 216

que ces libraires ne lisent et n'aiment que des livres issus de leur assortiment engagé. Ce discours peut aussi être interprété comme une stratégie de la part des libraires. Effectivement, ces libraires peuvent utiliser ce discours pour continuer de se démarquer de leur rôle commercial. Ainsi, la littérature engagée est dressée comme la plus qualitative, la vente de ces livres est alors profondément ancrée dans le désir de partage d'un message important et dans le rôle de prescripteur culturel qu'investissent ces libraires. De plus, la littérature non engagée est montrée comme intrinsèquement moins bonne et moins qualitative, lorsque le libraire le vend, il le fait donc uniquement pour financer son fonds engagé. Si les littératures non engagées étaient valorisées et vendues au même titre que la littérature engagée, le libraire ne pourraient plus justifier le fait qu'il occupe le rôle de vendeur uniquement pour des raisons politiques, il remplirait alors son rôle commercial simplement parce qu'il est non dissociable de celui du libraire. Comme nous l'avons déjà évoqué, la figure du libraire commerçant est une figure que certains des libraires avec lesquels nous avons pu échanger méprisent et dont ils veulent s'éloigner le plus possible.

Enfin, la dernière stratégie investie par ces libraires est la prise de commande client. Effectivement, commander des livres avec lesquels nous ne sommes pas d'accord pour un client est un moyen parfait pour le libraire de financer son fonds engagé, car ces livres ne seront pas mis en rayons et ne feront donc jamais partie de son assortiment. Le libraire fait moins de compromis à ses engagements, il fait une vente à contrecœur, mais pour la faire il n'a pas à compromettre son rayon. D'ailleurs, le libraire peut se distancier de cette vente en évoquant le fait qu'il n'a pas le choix de passer le livre en commande, car, comme nous l'avons dit précédemment, il est explicitement évoqué dans la Loi Lang<sup>446</sup>, relative au prix unique du livre, que le refus de commande client est interdit. Ceci permet en quelque sorte au libraire de se dédouaner du fait de vendre un livre auquel il est profondément opposé politiquement et qu'il n'aurait jamais autorisé dans ses rayons.

Néanmoins, il est important de noter que la mise en place de ces nombreuses stratégies de vente, que ce soit par le conseil indirect ou le conseil direct, n'est pas la norme pour tous les libraires avec qui nous avons pu parler. En effet, un certain nombre des libraires de notre échantillon prennent plaisir à choisir et vendre des albums jeunesse non engagés politiquement. Ces libraires vont rappeler le fait qu'ils travaillent avant tout en « librairie généraliste donc il ne faut pas trop [être politiquement] orienté non plus<sup>447</sup> ». Ainsi, ces libraires ont constitué un

---

<sup>446</sup> « Loi relative au prix du livre ». *Légifrance, le service public de la diffusion du droit*. Loi n° 81-766.10 août 1981. Paris.

<sup>447</sup> Annexe IV : page 190

assortiment engagé, mais font un grand travail sur leur assortiment non politisé pour proposer des livres avec des histoires de qualité, autant dans le fond que dans la forme. Les ventes de livres non engagés n'ont pas pour seul but de financer leur fonds LGBT. Il n'est plus question de stratégie financière pour ces libraires-là, car tout leur assortiment est sur un pied d'égalité et a avant tout pour but de répondre aux besoins de leur clientèle. Nous faisons alors face à deux conceptions très différentes de ce qu'est le rôle d'un libraire militant. Les premiers libraires ont pour but de défendre en priorité leur assortiment engagé qui est considéré comme supérieur au reste de leur rayon. Les seconds entretiennent leur assortiment engagé tout en ne perdant pas de vue la fonction qu'ils occupent en tant que libraires travaillant en librairie généraliste. Ils défendent des convictions personnelles sans laisser celle-ci prendre le dessus sur leur rôle professionnel.

\*

Pour conclure, certains libraires de notre étude mettent en place des stratégies leur permettant de financer leur assortiment politisé. Pour ce faire, ils ouvrent leur assortiment à des livres jeunesse non engagés et les mettent en avant dans l'espace ou en faisant un conseil dans lequel ils se distancient du livre. Il est important pour ces libraires de continuer de maintenir leur vision du rôle du libraire, c'est-à-dire un acteur culturel totalement détaché d'une quelconque fonction commerciale. Pour ce faire, ils essaient de toujours justifier leurs actions commerciales à travers le prisme de leurs engagements politiques. Ainsi, au lieu de simplement remplir le rôle commercial du libraire en vendant toutes sortes de livres, ils expliquent qu'en réalité ils ne remplissent seulement ce rôle pour financer leur assortiment engagé et que cette action reste éloignée de la fonction première du libraire commerçant. Il se construit alors un système dans lequel la vente sert l'engagement et l'engagement sert la vente.

\*

## 2. L'assortiment engagé est aussi une stratégie commerciale

### a. *L'assortiment permet de se démarquer de la concurrence et notamment des grandes surfaces culturelles*

Comme nous avons pu l'évoquer plus tôt, la survie de la librairie indépendante est en grande partie due « à la capacité qu'ont eu les libraires, soutenus par une certaine frange des éditeurs — essentiellement ceux de littérature générale et de sciences humaines et sociales —, à faire évoluer leur image et à renvoyer une représentation d'acteurs, en l'occurrence d'acteurs culturels, qui a su légitimer leur "indispensable" présence<sup>448</sup> ». C'est seulement une fois que les libraires se sont érigés en acteurs culturels importants qu'ils ont reçu le soutien « des politiques publiques, lesquelles, durant longtemps, les ont très fortement ignorés<sup>449</sup> ». C'est cette nouvelle légitimité de la librairie comme lieu culturel qui a permis la création de la Loi Lang et d'aides financières mis en place par le Ministère de la Culture. Les librairies indépendantes font face à une concurrence de plus en plus rude avec l'apparition de la vente en ligne et de la démocratisation du modèle des chaînes de librairies telles que Gibert Joseph ou Le Furet du Nord. Ainsi en 2009, « des 302 premières librairies françaises [en termes de chiffre d'affaires], l'on doit constater que 94 d'entre elles, soit près d'un tiers, font partie d'une chaîne, dont vingt viennent se classer dans la première cinquantaine<sup>450</sup> ». Il est devenu essentiel pour les libraires travaillant en librairie indépendante de trouver de nouvelles façons d'investir leur identité d'acteur culturel de qualité pour se démarquer de ces grands groupes et garder leur clientèle. Effectivement, l'enjeu est de rendre attractif la librairie indépendante pour empêcher la fuite de la clientèle vers de grands groupes qui ont un plus grand assortiment, sont plus rapides et moins chers en termes de livraisons à domicile, et ont même, pour certains, des libraires formés pour conseiller leurs clients. Les libraires avec qui nous avons pu discuter ont conscience de ce fait et utilisent leurs engagements politiques pour se démarquer non seulement des grands groupes, mais aussi des autres librairies généralistes indépendantes.

Certains choisissent de ne pas proposer de bestsellers dans leurs assortiments. En excluant ces titres, ils veulent pouvoir se démarquer très nettement des autres librairies. Le message qu'ils envoient à leur clientèle est qu'ils sont un lieu avec un grand capital culturel

---

<sup>448</sup> Pinhas Luc. « La librairie indépendante française entre passé et devenir ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Cairn. 2009. p.109 à 118.

<sup>449</sup> *Ibid.*

<sup>450</sup> *Ibid.*

qui s'intéresse avant tout à la valeur symbolique et à la qualité des livres qu'ils proposent et ne sont pas intéressés par les livres à fort potentiel économique. Outre le fait que cette attitude exclut indéniablement une partie de leur zone de chalandise, comme nous l'avons évoqué précédemment, elle montre aussi une conception élitiste de la culture. Les chaînes de librairie et les grands groupes seraient dénués de capital culturel symbolique, car ils sont là avant tout pour vendre et vendre beaucoup. Ainsi, plus un livre se vend plus il perd d'intérêt culturel. La librairie indépendante se construit alors en opposition à l'hypercommercialisation du livre trouvé dans la manière de procéder des grands groupes et, en choisissant d'exclure les meilleures ventes de leurs assortiments, veut envoyer le message qu'ils ne sont pas intéressés par des questions aussi basses que la rentabilité et la vente. Ce qui les intéresse est la culture pour la culture. Nous voyons, par exemple, dans le discours de Marie qu'elle met en opposition « les choses un peu commerciales<sup>451</sup> » qu'elle refuse de prendre dans son assortiment et les livres de « qualité<sup>452</sup> » qu'elle décrit comme étant « politiques<sup>453</sup> ».

Par conséquent, « le libraire indépendant se pose comme un acteur incontournable de la défense et de la promotion d'une diversité véritable, et non d'une simple variété apparente, dans l'offre éditoriale<sup>454</sup> ». Nous voyons dans la mise en opposition des termes « diversité<sup>455</sup> » et « variété<sup>456</sup> » que les libraires indépendants investissent énormément de valeur symbolique dans leur assortiment et transforment leurs faiblesses en force. Effectivement, nous avons montré que la librairie indépendante est limitée par des problèmes financiers et parfois des espaces réduits alors que les grands groupes ont une énorme capacité financière et souvent d'assez grands locaux. En construisant un assortiment aussi pointilleux, ces libraires indépendants édifient l'abondance en mauvaise chose, c'est le rôle du libraire de prescrire et de faire un tri dans la production pour proposer des livres qui correspondent au mieux à leur clientèle. En choisissant d'exclure certains livres de leur assortiment, ces libraires indépendants font de leur librairie un lieu d'excellence culturelle dans lequel tous les livres n'ont pas leur place et, en se faisant, font que les grands groupes qui ont un assortiment quasi exhaustif sont alors perçus en comparaison comme ne faisant pas le travail de tri et de prescription qui permettrait de réellement atteindre l'excellence culturelle.

---

<sup>451</sup> Annexe I : page 133

<sup>452</sup> *Ibid.* : page 133

<sup>453</sup> *Ibid.* : page 133

<sup>454</sup> Pinhas Luc. « La librairie indépendante française entre passé et devenir ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Cairn. 2009. p.109 à 118.

<sup>455</sup> *Ibid.*

<sup>456</sup> *Ibid.*

b. *Le fonds LGBT répond à une demande*

Comme nous l'avons déjà évoqué, il y a peu de production d'albums jeunesse LGBT, et ceux qui sont publiés abordent souvent les mêmes thèmes : l'homoparentalité et les premiers amours. Ainsi, même si les libraires veulent avoir toute la production des albums LGBT, ils auront forcément une plus grande sélection de livres traitant de l'homoparentalité que de la transidentité. Cela dit, lors de nos entretiens, nous avons pu remarquer que dans le cas des libraires qui ne peuvent pas avoir toute la production LGBT dans leur rayon jeunesse, pour des raisons de restrictions budgétaires ou à cause de la taille réduite de leur rayon, leurs décisions se faisaient en adéquation avec la demande de leur clientèle. Il y a de plus en plus de clients qui demandent des livres non normatifs pour leurs enfants et la création de l'assortiment LGBT, même s'il est fait en adéquation avec les engagements du libraire, est aussi faite en réponse à cette demande. Les libraires engagés avec qui nous avons pu discuter ont dans leur assortiment LGBT surtout des livres sur l'homoparentalité parce qu'ils ont « pas mal de demandes directes<sup>457</sup> » de la part « de certains parents<sup>458</sup> » LGBT. Nous voyons donc que la production la plus populaire est les livres autour de l'homoparentalité et les livres qui montrent les nombreuses manières de faire famille. Ces livres correspondent à la fois à la demande de parents LGBT qui veulent avoir des albums dans lesquelles leurs enfants retrouvent leur modèle familial, mais elles sont aussi parfaites pour les parents hétérosexuels qui veulent apprendre la diversité à leurs enfants parce qu'ils montrent des adultes homosexuels et non des enfants qui découvrent leurs homosexualités. Effectivement, nous voyons une différence de conception de l'importance de parler de l'homosexualité dès un jeune âge entre les libraires LGBT et les libraires hétérosexuels avec qui nous avons pu parler. La plupart des libraires LGBT défendent l'importance d'avoir des albums avec des histoires d'amour homosexuelles entre enfants, car ils évoquent le fait que quand ils étaient jeunes enfants ils ne comprenaient pas ce qu'ils ressentaient parce qu'ils ne voyaient leurs expériences reflétées nulle part. Ils évoquent le fait qu'ils ont beaucoup souffert de ce manque de représentation et que ça a retardé leur *coming out* et les a empêchés de vivre pleinement leur homosexualité pendant longtemps<sup>459</sup>. Au contraire, pour les libraires hétérosexuels avec qui nous avons parlé, il y a le

---

<sup>457</sup> Annexe III : page 171

<sup>458</sup> *Ibid.* : page 169

<sup>459</sup> Annexe V : pages 203, 205, 207



sentiment que « c'est un non-sujet<sup>460</sup> ». Une libraire dit même « [qu'elle n'a] jamais vu un enfant de 7 ans s'intéresser à ces choses-là <sup>461</sup>», car les enfants de cet âge « ne savent même pas que [l'homosexualité] existe<sup>462</sup> ». Le peu d'importance accordée aux albums LGBT par ces libraires va impacter, non seulement la manière dont ils choisissent leur assortiment, qui sera entièrement sculpté par la demande des clients, mais aussi les raisons pour lesquelles ils ont ces livres dans leurs rayons.

*c. L'assortiment LGBT comme moyen de construire une image de marque*

Certaines librairies engagées ont un fonds LGBT sans y accorder d'importance, mais pour répondre à une demande et participer à construire l'image de leur librairie. Ces libraires sont pourtant engagés à défendre activement d'autres livres engagés et progressistes, notamment ceux comportant des personnages de couleur et les albums féministes qui cherchent à déconstruire les injonctions genrées imposées aux petites filles, mais leurs engagements ne s'étendent pas à leur assortiment LGBT. Ceci s'explique, comme nous venons de le voir, par le fait que ces libraires considèrent que les questions LGBT sont un « non-sujet <sup>463</sup>» pour les enfants et que, par conséquent, il n'y a pas besoin de leur accorder la même importance que pour les autres livres engagés de leur assortiment. Cette idée que les livres traitant des homosexualités et des transidentités n'ont pas la même importance que les autres livres engagés s'expliquent par l'idée chez ces libraires que ces questions ne sont plus réellement un enjeu, car l'homosexualité serait devenue « une normalité<sup>464</sup> ». Ainsi, si l'homosexualité est entièrement acceptée et normale, il n'y a plus besoin de défendre et de valoriser l'assortiment LGBT de la même manière qu'on le ferait pour les autres assortiments politisés. Cette attitude mène au fait de traiter l'assortiment LGBT comme n'importe quel assortiment. Il n'est pas question pour ces libraires de favoriser leur assortiment LGBT, ils sont désinvestis autant dans la mise en avant de ces livres que dans la manière de les choisir. Ainsi, comme avec un assortiment non engagé, le seul critère pour choisir un album LGBT est la qualité du livre<sup>465</sup>.

---

<sup>460</sup> Annexe VI : page 227

<sup>461</sup> *Ibid.* : page 237

<sup>462</sup> *Ibid.* : page 237

<sup>463</sup> *Ibid.* : page 227

<sup>464</sup> *Ibid.* : page 227

<sup>465</sup> *Ibid.* : « S'ils sont bons, on les prend. Je n'ai pas d'autre... je n'ai rien de plus pertinent à dire à part que s'il est bon on le prend. Le sujet ne m'intéresse pas. Et c'est ce que je dis toujours aux représentants quand ils sont là. Le sujet ne m'intéresse pas c'est le traitement qui m'intéresse. » : page 227

Le fait d'avoir des albums LGBT n'a plus rien à avoir avec l'engagement politique, mais seulement avec le fait que la production prend de l'ampleur et qu'il est donc plus facile de trouver des albums de bonne qualité qui ont pour sujet des questions LGBT. Jade nous dit, par exemple, qu'elle « [fait] une mise en avant involontaire<sup>466</sup> », et que c'est seulement grâce au « petit boom<sup>467</sup> » de la production que ses goûts esthétiques « [rejoignent] et coïncid[ent] assez bien<sup>468</sup> » avec les livres qui sont LGBT. Cette attitude est confirmée par Amélia qui explique que dès qu'il y aura « une production qui sera pléthorique sur le sujet, [les albums LGBT] auront le même traitement que les *Tintins*<sup>469</sup> » dans sa librairie. Pour ces libraires les livres LGBT ne représentent plus un enjeu politique, ils ne sont plus considérés comme appartenant à l'assortiment engagé qui doit être mieux défendu et valorisé, mais plutôt comme n'importe quel autre livre traitant de sujet banal et non politisé.

Nous pouvons alors voir un rapprochement entre la manière dont la littérature LGBT est traitée par ces libraires et la manière dont le féminisme est utilisé en librairie généraliste pour permettre à la librairie de construire une image de marque progressiste. Effectivement, nous avons assisté dans les dernières années à l'essor de la production féministe. Le féminisme est devenu un argument marketing et les librairies généralistes non engagées se sont emparées de cette stratégie en créant des rayons féministes malgré le fait que le reste de leur librairie ne s'ancre pas dans une démarche militante ou politisée. De la même manière que le féminisme est passé du statut d'engagement politique à celui d'argument de vente, ce glissement commence à s'opérer pour les questions LGBT dans certaines des librairies que nous avons étudiées. Ainsi, nous voyons que Jade ne montre aucun intérêt pour son assortiment LGBT au quotidien, mais que pendant le mois des fiertés elle fait une mise en avant de celui-ci sur son site de vente en ligne ainsi que dans sa vitrine. Elle a conscience qu'en se réappropriant le discours militant LGBT pendant cette période elle rendra sa librairie plus attractive et fera plus de vente. Flore Desvigne<sup>470</sup> explique dans son mémoire comment certaines marques de lingerie se réapproprient le discours militant féministe pour se construire une image de marque progressiste et se « démarquer<sup>471</sup> » de la concurrence. Nous voyons donc que cette « stratégie<sup>472</sup> » est aussi utilisée par certaines librairies généralistes « dans le but de se

---

<sup>466</sup> Annexe IV : page 193

<sup>467</sup> *Ibid.* : page 193

<sup>468</sup> *Ibid.* : page 194

<sup>469</sup> Annexe VI : page 228

<sup>470</sup> DESVIGNES Flore. *Nouvelles représentations de la féminité dans le secteur de la lingerie, entre discours marchands et discours militants*. Mémoire de Master. SU CELSA. Sorbonne Université — Faculté des Lettres, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication. 2019.

<sup>471</sup> *Ibid.*

<sup>472</sup> *Ibid.*

distancier<sup>473</sup> » des autres librairies indépendantes en se construisant une identité unique. L'engagement pour les questions LGBT que nous voyons chez ces libraires est alors un engagement de surface motivé par la volonté de garantir la pérennité de leur librairie en s'érigeant comme un acteur culturel unique et progressiste. Cette « [appropriation du] discours militant<sup>474</sup> » se retrouve aussi dans des librairies dans lesquelles le libraire est réellement engagé pour la cause LGBT. Effectivement, nous pouvons prendre l'exemple de Mélanie qui fait un énorme travail de valorisation de son assortiment LGBT et pour qui les questions LGBT sont au centre de son engagement autant dans son travail de libraire que dans sa vie personnelle. Son engagement est réel et totalement désintéressé par le bénéfice que celui-ci peut apporter à sa librairie, pourtant c'est seulement lorsque les questions LGBT ont commencé à gagner en popularité que sa direction lui a accordé le droit de faire la mise en avant qu'elle souhaitait faire. Elle explique qu'elle n'a la possibilité de défendre ces questions que depuis que « ça fonctionne bien financièrement<sup>475</sup> ». Elle travaille pourtant dans une librairie qui se revendique comme militante.

Il devient alors difficile de faire une vraie séparation entre les deux figures de libraire que nous venons d'évoquer. Nous faisons face à ce qui semble être une incohérence de la part de la librairie militante. Il n'est pas surprenant que certains libraires qui travaillent en librairie généraliste se réapproprient le discours militant pour se démarquer de la concurrence, car cette démarche s'inscrit naturellement dans la tentative de légitimation de la librairie indépendante comme acteur culturel d'exception qui se construit en opposition aux grands groupes. Ces derniers ne sont pas ouvertement politisés. Ainsi, utiliser un discours militant est perçu comme un moyen parfait pour se démarquer non seulement de ces groupes, mais aussi des autres librairies généralistes. Néanmoins, il est plus surprenant de voir cette réappropriation dans des librairies qui se veulent militantes et dans lesquelles les libraires revendiquent une démarche militante dans leur vie professionnelle et personnelle. Nous pourrions alors penser qu'il n'est pas possible de parler de réappropriation du discours militant dans ces librairies qui sont en toute apparence elle-même militante. Pourtant, il est bien question de réappropriation ici, du moins en ce qui concerne le militantisme pro LGBT. En effet, le fait que les gérants de la librairie n'autorisaient pas la mise en avant des livres LGBT avant que les questions LGBT gagnent en popularité et en potentiel de vente montre bien qu'il n'y a pas de réel engagement politique de la part de la direction de cette librairie qui se revendique pourtant comme ayant un

---

<sup>473</sup> *Ibid.*

<sup>474</sup> *Ibid.*

<sup>475</sup> Annexe III : page 173

militantisme progressiste et de gauche. Nous pouvons alors constater que la question de l'engagement est assez nébuleuse en librairie. Nous avons pu remarquer dans nos entretiens qu'il y a en réalité assez peu de corrélation entre la revendication de l'engagement de la librairie et l'engagement réel des libraires y travaillant. Ainsi, un certain nombre des libraires le plus politiquement actifs que nous avons rencontrés travaillent dans des librairies qui ne sont pas définies comme militantes<sup>476</sup> et, au contraire, un nombre assez conséquent de libraires très peu politisés travaillent dans des librairies qui se veulent militantes<sup>477</sup>. Même si cela paraît contradictoire, la construction de l'image de librairie militante est fortement liée à une démarche commerciale. C'est en construisant une marque de fabrique, une réputation et une notoriété pour sa librairie indépendante qu'on garantit sa réussite économique et sa pérennité.

---

<sup>476</sup> Annexe I, II, V, VI

<sup>477</sup> Annexe IV et VII

# CONCLUSION

## **Réponse aux hypothèses :**

La réflexion que nous avons menée dans le cadre de ce travail de recherche nous permet de répondre aux hypothèses élaborées en début d'analyse.

Tout d'abord, notre étude nous permet de valider la première hypothèse évoquant le fait que le libraire est soumis à certaines contraintes lors de l'élaboration de son assortiment. En effet, nous avons montré que malgré le discours des libraires autour de leur entière liberté dans le processus de création d'assortiment, ils sont en réalité soumis à des contraintes économiques et spatiales. Ces contraintes logistiques empêchent certains de travailler avec des microéditeurs ou de prendre des livres en dépôt. Les quantités des livres à faible potentiel de vente sont aussi limitées à cause de celles-ci. Les libraires avec qui nous avons échangé évitent de parler en détail de ces contraintes, car elles mettent à mal l'idéal du métier de libraire qu'ils ont construit et sont une preuve que malgré le capital symbolique possédé par la librairie, celle-ci reste tout de même un commerce.

Malgré le fait que l'hypothèse se confirme, nous avons eu tort de penser qu'il y aurait des pressions exercées de la part des libraires gérant sur les libraires employés. Au contraire, les libraires gérants ne gardent que très rarement un œil sur les commandes d'offices et l'assortiment des libraires. La pression vient plutôt des goûts conservateurs de leur clientèle qui les obligent à adapter leur assortiment en y ajoutant des livres non politisés pour continuer de subvenir à leurs besoins économiques et garantir la pérennité de leur librairie.

Ensuite, la deuxième hypothèse disant que la médiation est une étape essentielle du rôle du libraire et un facteur déterminant dans la vente des livres LGBT semble aussi être confirmée. Nous avons pu voir que beaucoup des libraires avec qui nous avons parlé utilisent le conseil comme un outil politique servant à diffuser leurs idéaux. Ainsi, certains libraires laissent leurs engagements dominer leurs conseils en refusant de conseiller des livres avec lesquels ils sont en désaccord politique et en allant parfois jusqu'à mettre en place des stratégies pour piéger le

client en le faisant acheter des livres LGBT contre sa volonté. Cette méthode de conseil empêche le libraire d'adapter son conseil à la demande et aux besoins de son client et peut rendre difficile la vente. Elle est donc contestée par la plupart des libraires de notre étude.

Effectivement, la plupart des libraires de notre étude choisissent de mettre de côté leurs engagements pour répondre au mieux aux besoins de leur clientèle. Ceci se manifeste par une volonté de neutralité dans leur discours et le désir de traiter leur assortiment engagé de la même manière que le reste de leur rayon. Le fait de traiter l'assortiment LGBT comme n'importe quel autre livre les oblige aussi à renoncer à les conseiller si le client n'y est pas réceptif ou si le contenu du livre ne répond pas à sa demande. Ces libraires tiennent à séparer le travail militant qu'ils fournissent dans la création de leur assortiment de la manière dont ils la mettent en vente et en parlent avec leurs clients.

La troisième hypothèse qui avance que les librairies généralistes indépendantes sont soumises à une forte concurrence entre elles et doivent développer des stratégies pour se démarquer tout en maintenant un équilibre entre identité culturelle et identité commerciale se confirme, mais doit aussi être élargie aux questions militantes. En effet, à travers notre étude, nous avons montré que les libraires engagés de notre enquête considèrent que la librairie est un lieu politique en soi. Ce qui les emmène à porter un regard critique sur le contenu des livres de leur assortiment ainsi que sur les maisons d'édition et les diffuseurs avec qui ils choisissent de travailler ou non. C'est l'identité militante qui domine le rôle commercial de ces libraires, qui met en danger la survie de la librairie et oblige les libraires à mettre en place des stratégies et non leur volonté de faire concurrence aux autres librairies indépendantes. L'équilibre qui doit se trouver est en fait celui des besoins commerciaux de la librairie et de l'engagement politique des libraires qui y travaillent. Les libraires engagés ont alors mis en place des stratégies leur permettant d'allier réussite économique et engagement politique. Ces stratégies consistent en la vente de livres avec lesquels ils sont en désaccord, mais qu'ils ne considèrent pas comme étant dangereux, la prise de commande client, et la vente de meilleures ventes, de classiques de la littérature jeunesse et de livres scolaires. Ces ventes leur permettent de financer leur assortiment de livres engagés et de maintenir une stabilité économique.

Un autre aspect important de notre étude que nous n'avons pas relevé lors de la création de cette hypothèse est le fait que la place qu'occupe le libraire au sein de sa librairie est un facteur déterminant dans la manière dont il met en place son engagement. Ainsi, nous avons remarqué que les libraires employés sont moins enclins à compromettre leurs engagements politiques. D'ailleurs, ils sont moins inquiétés par les aspects commerciaux du métier qu'ils

peuvent aller jusqu'à mépriser. Cette nonchalance vis-à-vis de la pérennité de leur librairie se manifeste, entre autres, par leur volonté d'imposer leurs idées à leurs collègues et leurs clients allant parfois jusqu'au refus de la prise de commande client. Les libraires gérants, quant à eux, mettent à distance leur subjectivité pour garantir le bien être de leur librairie. Ils sont plus tournés vers l'aspect commercial de leur métier et font souvent des compromis à leurs convictions politiques pour permettre à la librairie de mieux s'adapter à sa zone de chalandise et répondre aux désirs de sa clientèle.

Là où notre troisième hypothèse a été très juste, c'est dans la notion du besoin de création d'une forte identité culturelle permettant aux librairies indépendantes de se démarquer les unes des autres. Ainsi, nous avons démontré que certains libraires se servent de leur assortiment LGBT pour créer une identité de marque. L'assortiment engagé est utilisé en stratégie de vente et sert à attirer une nouvelle clientèle, notamment en créant des vitrines LGBT au moment du mois des fiertés. L'identité de librairie militante peut donc devenir une stratégie commerciale permettant aux librairies de se construire en opposition à leur concurrence.

Enfin, notre dernière hypothèse avançant qu'il y avait une volonté d'inclusivité basée sur la notion d'intersectionnalité dans les librairies proposant des albums LGBT se confirme elle aussi. Cette volonté d'inclusivité s'inscrit dans la croyance que la littérature peut ouvrir au monde et joue un rôle majeur dans le développement de l'identité des enfants. Les libraires défendent alors des livres jeunesse LGBT, féministe et avec des représentations positives de personnages de couleur ou appartenant à des minorités ethniques dans le but d'aider les enfants à devenir des adultes plus ouverts et tolérants. Cette volonté d'inclusivité s'inscrit aussi dans l'identité même des libraires de notre étude qui cherchent à offrir aux enfants minorisés des représentations positives de personnes leur ressemblant, car eux-mêmes se sont construits en étant invisibilisés ou mal représentés par le monde de la culture et en ont souffert.

Ce constat nous permet de remarquer que l'identité politique des libraires de nos études est dominée par leurs identités et vécu personnels. Ainsi, leur engagement personnel s'est construit en fonction de leur *habitus* et cherche avant tout à défendre les causes par lesquelles ils sont touchés personnellement. Ceci entraîne l'échec de leur projet d'inclusivité, car le traitement qu'ils font des sujets qui ne les renvoient pas à leur propre vécu est moins bon que ceux des livres avec des sujets qui font écho à ceux-ci. De plus, un nombre important des libraires de notre étude ont construit un assortiment fortement politisé et exigeant, qui exclut en grande majorité des livres plus faciles d'accès, tout en étant implanté dans des quartiers

populaires. Ceci participe à l'exclusion d'une partie conséquente de leur zone de chalandise ne possédant pas le capital culturel nécessaire pour se sentir à l'aise dans un tel lieu. Nous voyons alors apparaître dans ces librairies engagées un entre-soi culturel qui s'inscrit dans la reproduction des dominations de classes et de races que ces libraires cherchent pourtant à faire évoluer.

### **Expositions des limites de notre étude :**

Tout d'abord, la première limite provient de la délimitation du terrain d'enquête. En travaillant uniquement sur des librairies indépendantes politisées et implantées dans des quartiers soutenant des valeurs progressistes, nous ne pouvons établir qu'une vision restreinte de comment l'engagement politique des libraires se manifeste sur leur lieu de travail. En effet, notre terrain ne nous permet de tirer des conclusions qu'à partir de libraires ayant la possibilité d'allier leur identité personnelle et leur identité professionnelle. Les tensions que nous avons pu relever entre ces deux identités sont donc majoritairement de l'ordre économique ou spatial. Nous n'avons pas pu étudier les tensions venant de conflits entre collègues ne partageant pas les mêmes engagements ou entre le libraire et des clients plus conservateurs.

La deuxième limite que peut rencontrer notre enquête est la quantité restreinte d'entretiens qui nous empêchent de porter un regard exhaustif sur le phénomène que nous avons étudié.

Enfin, nous avons rencontré des difficultés à obtenir des chiffres concrets sur la production et la vente d'albums jeunesse LGBT. Effectivement, cette production n'est pas délimitée comme une catégorie en tant que telle dans les études faites sur les chiffres d'affaires et de vente du milieu de l'édition. Il est alors difficile d'évaluer l'ampleur réelle du phénomène. De plus, il nous a été impossible d'avoir accès aux données chiffrées des librairies que nous avons étudiées, cela étant, nous avons dû croire sur parole les libraires de notre étude pour ce qui concerne la quantité de leurs ventes, retours, et achats d'albums jeunesse LGBT.



### **Proposition de suite d'étude :**

Pour avoir une vision plus complète de la manière dont se joue l'engagement d'un libraire travaillant en librairie généraliste, il serait intéressant de faire une deuxième étude se centrant cette fois-ci sur des librairies implantées dans l'Ouest parisien, dans des quartiers plus conservateurs. Ceci nous permettrait d'évaluer plus concrètement la manière dont l'engagement du libraire est influencé par sa zone de chalandise ainsi que par les engagements politiques de leur clientèle. En travaillant sur des librairies non politisées, nous pourrions aussi étudier les nouvelles stratégies mises en place par le libraire pour concilier son identité politique à ses obligations professionnelles. Ainsi, nous pourrions constater comment le militantisme des libraires s'adapte et s'exprime différemment dépendant des conditions dans lesquelles ils travaillent.

# BIBLIOGRAPHIE

## CORPUS PRIMAIRE

### Albums jeunesse LGBT :

- BRUEL Christian. *Histoire de Julie qui avait une ombre de garçon*. Les Livres du sourire qui mord. 1976. 9782364745018.
- GALLI Letizia, TURIN Adela. *Jamèdlavie*. Éditions des Femmes. Paris. 1977. 9782721000958.
- BARTON Byron. *La Petite Poule rousse*. École des Loisirs. Paris. 1993. 9782211025836.
- MONLEON Jean. *Les deux mamans de Petirou*. Gautier-Languereau. Vanves. 2001. 9782012385290.
- ALAOUI Latifa, POULIN Stéphane. *Marius*. L'Atelier du poisson soluble. Le Puy-en-Velay. 2004. 9782913741072.
- TEXTIER Ophélie. *Jean a deux mamans*. École des Loisirs. Paris. 2004. 9782211317665.
- COLE Babette. *Vive la princesse finemouche*. Seuil jeunesse. Paris. 2005. 9782020802192.
- BOULANGER Anne. *Papa, c'est quoi un homme haut sekçuel ?*. Zoom. Nancy. 2007. 9782919934447.
- LESAFFRE Laetitia. *Je veux un zizi !*. Talents Hauts. Vincennes. 2007. 9782916238159.
- QUARELLO Maurizio A. C., QUINTIA Xerardo. *Titiritesse*. OQO. Pontevedra, Espagne. 2008. 9788496788268.
- SCOTTO Thomas, TALLEC Olivier. *Jérôme par Cœur*. Actes Sud Junior. Arles. 2009. 9782742786947.

- BRIERE-HAQUET Alice, LARCHEVEQUE Lionel. *La Princesse qui n'aimait pas les Princes*. Actes Sud Junior. Arles. 2010. 9782742789450
- CHABBERT Ingrid, CHAIBI-LOUESLATI Chadia. *La fête des deux mamans*. Les Petits Pas de Ioannis. 2010. 9782953691306.
- DOURU Muriel. *Cristelle et Crioline*. Éditions KTM. Paris. 2011. 9782913066502.
- MARURIE Jean-Christophe. *Philomène m'aime*. P'tit Glénat. Boulogne-Billancourt. 2011. 9782723480949.
- RENAUDIN Christine, STEIN Julie. *Théo a deux mamans*. Le Verger des Hesperides. Nancy. 2012. 9782917642535.
- AYMON Gaël, RIOLAND Lucie. *Le Fils des géants*. Talents Hauts. Vincennes. 2013. 9782362660931.
- BEAL Marjorie, PARACHINI-DENY Juliette. *Mes deux papas*. Des ronds dans l'O. Vincennes. 2013. 9782917237564.
- BRUEL Christian, CLAVELOUX Nicole. *L'heure des parents*. Thierry Magnier. Paris. 2013. 9782364742604.
- COLE Henry, PARNELL Peter, RICHARDSON Justin. *Et avec tango, nous voilà trois !*. Rue du monde. Voisins-le-Bretonneux. 2013. 9782355042881.
- VALENTE Anaïs. *Drôles de familles !*. Tournez la page. Écotay-l'Olme. 2013. 9782364730489.
- WALCKER Yan. *Camille veut une nouvelle famille*. Auzou. Paris. 2013. 9782733822975.
- BOUTIGNON Béatrice. *Tango a deux papas, et pourquoi pas ?*. Le Baron Perché. Issy-les-Moulineaux. 2014. 9782360800087.
- DESMAZIERES Sandra, VALENTIN Elsa. *Le Garçon qui voulait se déguiser en reine*. Initiale. Marseille. 2014. 9782917637326.
- REGNAUD Jean. *Mais... Comment naissent les parents ?*. Magnard Jeunesse. Paris. 2014. 9782210960275.
- BERTOUILLE Ariane, FAVREAU Marie-Claude. *Ulysse et Alice*. Remue-Ménage. Montréal. 2015. 9782890915282.
- CIAEE, TYNER Christy. *Le safari de Zak*. 2015. 9781507872864.
- KOVESH-BRUN Sophie, REVEL Sandrine. *Le voyage de June*. Des Ronds dans l'O. Vincennes. 2015. 9782917237861.
- COUSSEAU Alex, DUTERTRE Charles. *Le Chat qui se sent chien*. Rouergue. Arles. 2016. 9782812611353.

- DOUZOU Olivier. *Buffalo Belle*. Rouergue. Arles. 2016. 9782812610554.
- LAFRANCE Marie, POULIN Andrée. *Deux garçons et un secret*. Les Éditions de la Bagnole. Montréal. 2016. 9782897141691.
- VOLTZ CHRISTIAN. *Heu-reux*. Rouergue. Arles. 2016. 978-2812610578.
- CHAZERAND Emilie, SOUPPART Gaëlle. *Les papas de Violette*. Gautier-Languereau. Paris. 2017. 9782017024323.
- HEGARTY Patricia, WHEATCROFT Ryan. *Familles*. Père Castor. Paris. 2017. 9782081397149.
- KUHL Anke, MAXEINER Alexandra. *La Famille dans tous ses états*. La Joie de lire. Genève. 2017. 978-2889083459.
- NEBBACHE Arnaud, OUYESSAD Myriam. *Moi, mon papa*. Points de suspension. Paris. 2017. 9791091338448.
- TIENI Daniela, YTAK Cathy. *Ça change tout*. L'Atelier du poisson soluble. Le Puy-en-Velay. 2017. 9782358711029.
- ESCOFFIER Mickaël, GARRIGUE Roland. *Princesse Kevin*. Glénat. Boulogne-Billancourt. 2018. 9782344026700.
- LATTEUX Catherine, Mam'zelle Rouge. *Boum Boum*. Pour penser. Cholet. 2018. 9782371760714.
- MORICEAU, MRZYK. *Amour, beauté et crottes de nez*. Fourmis Rouges. Montreuil. 2018. 9782369021018.
- BOUTIGNON Béatrice. *Un air de famille*. Le Baron perché. Issy-Les-Moulineaux. 2019. 9791091978903.
- BRUNNER Fabienne, LAROCHE Agnès. *Un jour mon prince viendra*. Talents Hauts. Vincennes. 2019. 9782362662591.
- CHOIGNARD Géraldine, RUST Eva. *Hilda et la princesse*. Cambourakis. Paris. 2019. 9782366244625.
- DOURU Muriel. *Dis... mamans*. Éditions KTM. Paris. 2019. 9782913066670.
- DOURU Muriel. *L'Arc en ciel des familles*. Éditions KTM. Paris. 2019. 9782913066687.
- ELLIOTT Mélanie. *La petite fille qui avait deux papas*. Circonflexe. Paris. 2019. 9782878339871.
- FELICOLI Jean-Loup. *Je suis Camille*. Syros. Paris. 2019. 9782748526646.
- MARIKO. *Avoir deux papas, avoir deux mamans*. Nats. Paris. 2019. 9783958582484.
- PITTAU Francesco. *Thomas et la jupe*. École des Loisirs. Paris. 2019. 9782211239707.

- CHIELENS Trui, MINNE Brigitte. *Princesse Pimprenelle se marie*. Cotcotcot. Belgique. 2020. 9782930941257.
- DARLING Geneviève, DE PESLOUAN Lucile. *C'est quoi l'amour ?*. Éditions de L'Isatis. Montréal. 2020. 9782924769928.
- LOVE Jessica. *Julian est une sirène*. École des Loisirs. Paris. 2020. 9782211306669.
- MARLEAU Brigitte. *Mes deux mamans à moi*. Boomerang. Québec. 2020. 9782897093891.
- PERRAULT Mélanie. *Deux papas pour moi*. L'Art de s'appriivoiser. Paris. 2020. 9782898038952.
- BELLIERE Charlotte, DE HAES Ian. *Et toi, ta famille ?*. Éditions Alice. Braine-l'Alleud, Belgique. 2021. 9782874264535.
- BREDELET Fiola. *Gisele, c'est pas grave !*. Fiola Bredelet. 2021. 9782957636402.
- CALDIN Ariane, CELIER Ophélie, PIET Thomas. *Toutes les familles de mon village*. Petit Kiwi. Paris. 2021. 9782492533020.
- CALI Davide, RAMOS Fatinha. *Tourmaline*. Alice. Belgique. 2021. 9782874264719.
- DOCKRILL Laura, KARIPIDOU Maria. *Le rouge à lèvres*. Talents Hauts. Vincennes. 2021. 9782362664007.
- FOURNIER Caroline, MAULUCCI Elodie. *La Voix blueue*. On ne compte pas pour du beurre. 2021. 9782957170029.
- GREEN Bernadette, ZOBEL Anna. *Mes deux mamans*. Talents Hauts. Vincennes. 2021. 9782362664298.
- HEN Sophie. *Familles du monde*. Circonflexe. Paris. 2021. 9782378623630.
- KEDADOUCHE Elsa, MAULUCCI Elodie. *On n'est pas petits*. On ne compte pas pour du beurre. 2021. 9782957170036.
- LOVE Jessica. *Julian au mariage*. Ecoles des Loisirs. Paris. 2021. 9782211312189.
- RUST Eva. *Hilda et Mélusine trouvent un œuf*. Cambourakis. Paris. 2021. 9782366245929.
- WOODGATE Harry. *Le Camping-car de papy*. Kimane. Paris. 2021. 9782368088388.
- CALMO Amélie-Anne, KEDADOUCHE Elsa. *L'amoureuse de Simone*. On ne compte pas pour du beurre. 2022. 9782957170067.
- FOURNIER Caroline, STORM Carolane. *La Vallée du miel*. On ne compte pas pour du beurre. 2022. 9782957170050.
- FOURNIER Caroline, THE FOX Laurier. *Je m'appelle Julie*. On ne compte pas pour du beurre. 2022. 9782957170081.

- KEDADOUCHE Elsa, MAULUCCI Elodie. *Pareils et différents*. On ne compte pas pour du beurre. 2022. 9782957170043.
- KEDADOUCHE Melody, ROSIER Adam. *Léo là-haut*. On ne compte pas pour du beurre. 2022. 9782957170074.
- PERRAULT-ARCHAMBAULT Mathilde, VAN HERTEM Stéphanie. *Papa Max et Papa Lou*. Alice. Belgique. 2022. 9782874264788.
- POMMET Claire, DE TARRAGON Pauline. *Sous les paupières*. La Ville Brûle. Montreuil. 2022. 9782360121489

# CORPUS SECONDAIRE

## ARSENAL JUDICIAIRE :

- « Loi relative au prix du livre ». Légifrance, le service public de la diffusion du droit. Loi n° 81-766. Paris. 10 août 1981.
- « Loi sur les publications destinées à la jeunesse ». *Légifrance, le service public de la diffusion du droit*. Loi n° 49-956. Paris. 16 juillet 1949.

## LA CENSURE :

### Censure en bibliothèque :

- « National groups condemn increasing attacks on LGBTQ books ». *National coalition against censorship*. NCAC.org. New York. 2020. Lettre ouverte.
- FAUCHER Ghislain, GALAUD Nicolas, JOUBERT Laure. « Politique(s) et bibliothèques : table ronde, les bibliothèques face aux pressions politiques, sociales et économiques ». *Balises, le Magazine de la BPI*. Bordeaux. 2019. Captation audio.  
<https://webtv.bpi.fr/#>
- LACOUR Cécilia. « Une bibliothécaire suspendue pour avoir défendu un livre sur l'homoparentalité ». *Livres Hebdo*. 2017.  
<https://www.livreshebdo.fr/article/une-bibliothecaire-suspendue-pour-avoir-defendu-un-livre-sur-lhomoparentalite>
- *Missing From the Shelf: Book Challenges and Lack of Diversity in Children's Literature*. Pen America : The Freedom to Write. New York. 2016. Rapport.
- SOULE Véronique. « Censure et autocensures : autour du livre jeunesse ». *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. N° 3. 1999. p.44-48.  
<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1999-03-0044-005>

## Censure et autocensure en général :

- « Les (nouveaux) visages de la censure ». *Tire ligne, La revue d'Occitanie Livre et Lecture*. Toulouse. 2019.
- LEVEQUE Mathilde. « Une liberté sous contrôle : la loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse ». *Liberté e(s)t choix : Verhandlung von Freiheit in der französischen Literatur*. Erich Schmidt Verlag. Berlin. 2019. p.189-202.
- MARTIN Laurent, ESCOUBET Camille, BOUCHET Francine, ARCHI Kaoutar, ITIER-CŒUR MARTINE, DUSSERT Éric, MAUVIGNIER Aliénor, TAIA Abdellah, HEDDE Clémence, CARRIQUE Violaine. « Journée d'étude : La Censure invisible ». *Occitanie livre et lecture*. Toulouse. 2019. Captation audio. <https://www.occitanielivre.fr/journee-detude-la-censure-invisible>

## La censure dans la presse :

- BARROS Christine. « La censure en littérature jeunesse : qui de l'adulte ou de l'enfant est choqué ? ». *ActuaLitté, les Univers du livre*. 2019. <https://www.actualitte.com/article/reportages/la-censure-en-litterature-jeunesse-qui-de-l-adulte-ou-de-l-enfant-est-choque/97016>
- CADO Camille. « Un livre pour ado jugé “pornographique”, menacé de censure dans un lycée ». *ActuaLitté, les Univers du livre*. 2020. <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/un-livre-pour-ado-juge-pornographique-menace-de-censure-dans-un-lycee/98969>
- COTE Jean-Denis. « La littérature jeunesse, victime de censure ? ». *Littérature de jeunesse : regards croisés. La Censure d'hier à aujourd'hui*. Revue Québec français. N° 120. Québec. 2001. p.85-88.
- DELBRASSINE Daniel. « Censure et autocensure dans le roman pour la jeunesse ». *Parole, revue de l'Institut Suisse Jeunesse et Médias*. N° 2/08. Suisse. 2008
- LOLLIOZ Marie-Charlotte. « Littérature jeunesse et censure ». *Hypotheses*. 2014. <https://mondedulivre.hypotheses.org/2097>



- OURY Antoine. « La censure méthodique qui s'exerce sur les livres avec des personnages LGBT ». *ActuaLitté, les Univers du livre*. 2016.  
<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/la-censure-methodique-qui-s-exerce-sur-les-livres-avec-des-personnages-lgbt/67200>
- PIERRAT Emmanuel. « Protéger la jeunesse et en finir avec les livres ». *Livre Hebdo*. 2018.  
<https://www.livreshebdo.fr/article/protoger-la-jeunesse-et-en-finir-avec-les-livres>
- SOLYM Clément. « LGBT, Q, I ou A : touche pas à mes livres, homophobe ! ». *ActuaLitté, les Univers du livre*. 2020.  
<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/lgbt-q-i-ou-a-touche-pas-a-mes-livres-homophobe/100465>

## LA LIBRAIRIE :

### Identité professionnelle du libraire indépendant :

- CHABAULT Vincent. « L'idéal de métier des libraires spécialisés en littérature jeunesse ». *La Nouvelle revue du travail*. 2017.
- LEBLANC Frédérique. *Libraire, un métier ?* L'Harmattan. Paris. 1998. 9782738462756.
- NOËL Sophie. « Le petit commerce de l'indépendance. Construction matérielle et discursive de l'indépendance en librairie ». *Sociétés contemporaines*. N° 111. Cairn. 2018. p.45-70.
- PINHAS Luc. « La librairie indépendante française entre passé et devenir ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Cairn. 2009. p.109-118.

### La sélection des ouvrages :

- MAILLET Anne. *Le métier de libraire et la sélection des ouvrages en librairie spécialisée jeunesse : étude du rôle de la librairie de jeunesse dans la promotion*

*de la lecture à travers la sélection des ouvrages*. Mémoire de Master. Lille-3 UFR IDIST. Université Lille 3 — UFR Information, documentation, information scientifique et technique. 1998. dumas-01716106.

- SLF, SNE. Le protocole d'accord sur les Usages commerciaux de l'édition avec la librairie. Paris. 2008.

### **État des lieux de la librairie indépendante à Paris :**

- COLLECTIF. « Au cœur des centres-villes, les librairies franciliennes ». *CROCIS, L'économie en Ile-de-France*. CCI Paris Ile-de-France. 2020. Rapport.
- COLLECTIF. *Les Librairies Parisiennes : Résistance et mutations, évolution 2003-2014*. APUR, Atelier parisien d'urbanisme. 2016. Rapport.

### **SOCIOLOGIES :**

#### **Sociologie des professions :**

- DUBAR Claude, TRIPIER Pierre, BOUSSARD Valérie. *Sociologie des professions*. Armand Colin. Paris. 2015. 9782200603021.
- DUBAR Claude. *La socialisation : construction des identités sociales et professionnelles*. Armand Colin. Paris. 2015. 9782200601874.

#### **Sociologie de l'engagement politique et militant :**

- DEMAZIERE Didier, HORN Françoise, ZUNE Marc. « Concilier projet militant et réussite économique du produit : le cas des logiciels libres ». *Réseaux*. N° 181. 2013. P. 25-50.

- DESVIGNES Flore. *Nouvelles représentations de la féminité dans le secteur de la lingerie, entre discours marchands et discours militants*. Mémoire de Master. SU CELSA. Sorbonne Université — Faculté des Lettres, École des hautes études en sciences de l’information et de la communication. 2019. dumas02558588.
- FILLIEULE Olivier. « Propositions pour une analyse processuelle de l’engagement individuel. Post scriptum ». *Revue française de science politique*. Vol. 51. 2001. p. 199-215.
- GAXIE Daniel. « Rétributions du militantisme et paradoxes de l’action collective ». *Revue suisse de science politique*. Vol. 11. No.1. 2005. p. 157-188.
- MATONTI Frédérique. « L’engagement politique dans les sociétés démocratiques ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2020. Article et captation vidéo.  
<http://ses.ens-lyon.fr/articles/lengagement-politique-dans-les-societes-democratiques>
- NOËL Sophie. « Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne. Le cas de quelques éditeurs “engagés” ». *Communication & langages*. Vol. 170. No. 4. 2011. p. 73-85.
- OLSON Mancur. *Logique de l’Action Collective*. Presses universitaires de France. Paris. 1978. 9782130401728.

### **Construction de l’identité personnelle :**

- BOURDIEU Pierre. « Les trois états du capital culturel ». *Actes de la recherche en sciences sociales*. L’institution scolaire. Vol. 30. 1979. pp. 3-6.

# L'IMPORTANCE DE LA REPRÉSENTATION DE MINORITÉS DANS LA LITTÉRATURE :

## **Lutter contre les discriminations et les stéréotypes :**

- COLLECTIF. « Inclusi(.f.v.e.s), Le monde du livre et de l'écrit : quelles diversités ? ». *La Revue Bibliodiversité, les Mutations du livre et de l'Écrit*. Double Ponctuation. Paris. 2022. 9782490855261.
- CRENSHAW Kimberle. "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color". *Stanford Law Review*. Vol. 43, No. 6. 1991. p. 1241-1299
- NGOZIE ADICHIE Chimamanda. *The danger of a single story*. TEDGlobal. 2009. Captation vidéo.  
[https://www.ted.com/talks/chimamanda\\_ngozi\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story/transcript?language=en](https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=en)

## **Sexualités, homosexualités et transidentités :**

- « Mental Health Disparities: LGBTQ ». *Division of Diversity and Health Equity*. American Psychiatric Association. 2017. Rapport.
- BOZON Michel, SALLE Muriel, BUISSON-FENET Hélène, DETREZ Christine, SANTELLI Emmanuelle. « Colloque genre et jeunesse : "panique morale" autour des sexualités juvéniles ». *Ressources en sciences économiques et sociales*. SES ENS. Lyon. 2016. Article et captation vidéo.  
<http://ses.ens-lyon.fr/articles/colloque-genre-jeunesses-paniques-morales-autour-des-sexualites-juveniles>
- COFFIN Alice. *Le Génie Lesbien*. Grasset. Paris. 2020. 9782246821779.

### **Les dangers de la lecture :**

- ROLLAND Annie. *Qui a peur de la littérature ado ?*. Thierry Magnier. Paris. 2008. 9782844207128.
- SAPIRO Gisèle. « Responsabilité légale et responsabilité morale de l'écrivain : une perspective socio-historique ». *Revue Droit & Littérature*. Lextenso. 2017. N° 1. p.9 à 23.