

La librairie indépendante, contre-modèle de consommation et espace de résistance culturelle ?

The independent bookshop: an alternative model for consumption and a place of cultural resistance?

Sophie Noël, Maîtresse de conférences
Université Sorbonne Paris Nord- LabSIC
sophie.noel@univ-paris13.fr

Mots clés : librairie – commerce physique – vente en ligne – intermédiation

Key words : retail – bricks and mortar bookshops – online commerce - intermédiation

Résumé

Cette communication aborde la librairie indépendante en tant qu'espace de consommation engagée permettant l'affirmation d'une résistance à certaines évolutions sociales liées à la société numérique, et plus largement à la mondialisation, perçues comme négatives : perte de sens, perte de lien social et standardisation croissante de l'offre. Au-delà des mutations de la distribution des biens culturels et des reconfigurations du commerce physique en direction de « l'expérientiel » et de l'événementiel, on montrera que s'exprime dans le renouveau d'un type particulier de librairies une vision que l'on peut qualifier de politique. S'inscrivant dans le sillage des formes alternatives de consommation et des circuits courts, ces dernières valorisent une expérience d'achat directe, « authentique » et localisée qui présente un certain nombre de limites.

Abstract

This communication analyzes independent bookshops as places of committed consumption and resistance to certain social evolutions linked to the digital society, and more broadly to globalization, which are perceived as negative: loss of meaning, loss of social link and increasing standardization of goods. Beyond the changes in the distribution of cultural goods and the reconfigurations of physical commerce towards the "experiential" and the event-driven, we will show that a kind of political vision is linked to the renewal of particular bookshops. In the wake of alternative forms of consumption and short circuits, the latter promote a direct, "authentic" and localized purchasing experience which is not without limits.

La librairie indépendante, contre-modèle de consommation et espace de résistance culturelle ?

Sophie Noël

La forte progression du commerce en ligne dans le secteur du livre ne s'est pas traduite par la disparition des librairies « physiques », et plus particulièrement des librairies indépendantes qui connaissent un véritable renouveau depuis une dizaine d'années. Diverses études (Obsoco, 2011 et 2013 ; BPI, 2011) soulignent par ailleurs le fort attachement du public à la librairie en tant que commerce traditionnel de centre-ville et espace culturel polyvalent. Tout en achetant également leurs livres sur Amazon ou d'autres sites de vente en ligne comme Fnac.com, les clients valorisent le rapport direct avec le·a libraire, les formes de sérendipité (ou hasard heureux) auxquelles se prête la sélection opérée en magasin, ainsi que le conseil « incarné » et personnel, préféré aux recommandations d'algorithmes.

On s'interrogera ici sur la librairie indépendante en tant qu'espace de consommation engagée permettant l'affirmation d'une résistance à certaines évolutions sociales liées à la société numérique, et plus largement à la mondialisation, perçues comme négatives : perte de sens, perte de lien social et standardisation croissante de l'offre. Au-delà des mutations de la distribution des biens culturels et des reconfigurations du commerce physique en direction de « l'expérientiel » et de l'événementiel, on montrera que s'exprime dans le renouveau d'un type particulier de librairies une vision que l'on peut qualifier de politique. S'inscrivant dans le sillage des formes alternatives de consommation et des circuits courts (Amap, marchés de producteurs, troc...), ces dernières valorisent une expérience d'achat directe, « authentique » et localisée qui s'exprime d'autant plus fortement dans l'univers du bien symbolique par excellence qu'est le livre.

Ces formes de consommation que l'on peut qualifier d'éthique sont l'occasion d'une critique, tant du fait des libraires que de leur clientèle, d'une société dominée par la rationalité technique et économique. Elles sont en résonance avec la critique artiste du capitalisme comme source de désenchantement de l'existence et d'aliénation de l'individu (Boltanski et Chiapello, 1999). La librairie apparaît dans ce cadre comme un espace offrant un refuge contre une société perçue comme désincarnée et déshumanisée.

Après avoir exposé dans une première partie le renouveau des librairies indépendantes en tant que maillon essentiel de la distribution du livre et du maintien de la diversité de l'offre, nous verrons dans un second temps dans quelle mesure ces dernières incarnent une « contre-proposition » efficace face à la concurrence de la vente en ligne, plébiscitée par une clientèle à fort capital culturel, et ses limites.

Cette communication s'inscrit dans une approche socio-économique des acteurs des industries culturelles et propose une réflexion sur la transformation des activités d'intermédiation dans la chaîne du livre à l'ère numérique. Elle s'appuie sur plus de trente entretiens semi-directifs conduits entre 2014 et 2019 avec des libraires indépendants (sur le plan capitaliste et gestionnaire) en région parisienne et en régions, ainsi qu'avec des responsables des pouvoirs publics et d'organisations professionnelles. Ils ont été complétés par une analyse documentaire, des observations pratiquées en librairie – lors d'interactions avec la clientèle et d'animations (lectures, dédicaces, remise de prix, ateliers) - et une analyse de corpus de presse entre 2000 et 2019.

Le renouveau des librairies « physiques » et indépendantes

Les librairies traditionnelles ont dû faire face à d'importantes mutations depuis l'après-guerre du fait du développement de nouveaux canaux de vente comme les Fnac à partir du milieu des années 1970, puis des supermarchés et enfin, à partir de 2000, d'Amazon, qui a profondément modifié les modes d'appropriation des livres, qu'il s'agisse de leur achat effectif comme de leur sélection. La progression constante de la vente en ligne, qui représente 21% des ventes de détail en 2018 (contre 0.5% en 2001)¹, a fragilisé le modèle physique de la distribution du livre. Pénalisée par les charges locatives en centres-villes, d'importants frais fixes et des surfaces limitées face à l'immense stock des librairies virtuelles accessibles 24h sur 24, la librairie a pu sembler condamnée à connaître le même sort que les disquaires indépendants.

Pourtant, les librairies indépendantes ont globalement mieux résisté à la percée du numérique que les grandes surfaces culturelles, dont la part de marché décline de manière régulière (4.8% en 2018²) et que les GSA (- 5.8%). Cette résistance n'est pas vraiment surprenante à l'heure où l'évolution du secteur va dans le sens d'une remise en cause du modèle des chaînes au profit d'espaces à plus forte valeur ajoutée symbolique. Tout ce qui a pu apparaître chez

¹ *Observatoire de l'économie du livre*, 2017 (données 2016).

² Source : Les chiffres de l'édition, 2018-2019, Rapport statistique du SNE.

les librairies indépendantes comme les reliquats d'une époque révolue – situation en centre-ville, nombre d'ouvrages exposé réduit du fait des limites physiques de l'espace, présence de « vrais » libraires, avec les charges salariales afférentes – semble aujourd'hui s'être transformé en avantages comparatifs que ces dernières ont su capitaliser.

Malgré l'immense succès d'Amazon sur le plan commercial, la révélation de l'envers de son modèle économique et humain (évasion fiscale généralisée, conditions de travail dégradées pour le personnel, bilan carbone peu soutenable) a contribué à renforcer la légitimité des libraires traditionnels. Plébiscités par leur clientèle, ces derniers bénéficient par ailleurs d'un soutien accru des pouvoirs publics depuis la publication du rapport Cahart (1987) pointant la fragilité économique des librairies et l'importance du maintien d'un tissu dense de points de vente pour l'ensemble de la chaîne du livre. Du fait de leur rôle dans la mise à disposition d'un assortiment diversifié d'ouvrages, notamment de fonds, leur défense est ainsi devenue une des priorités de la politique du livre dans les années 2000, les aides publiques étant perçues comme une compensation du service d'intérêt général réalisé.

Le Syndicat de la librairie française (SLF) a produit des données montrant que, à chiffre d'affaires égal, une librairie de quartier génère dix-huit fois plus d'emplois que la vente en ligne. Et la note d'analyse rédigée en 2019 par Mounir Mahjoubi, ancien Secrétaire d'Etat au numérique, étend ce calcul à l'ensemble des commerces de détail. Il estime que chaque emploi créé chez Amazon équivaut à 2,2 emplois potentiellement détruits dans les commerces traditionnels (3,5 emplois si l'on y ajoute les vendeurs tiers sur la « marketplace »).

Conseil et proximité

Personnaliser la relation avec la clientèle est le meilleur moyen de se différencier d'Amazon, paradigme du caractère anonyme du capitalisme puisque la relation s'effectue avec des algorithmes. Les libraires indépendants célèbrent ainsi le caractère indépassable du « conseil » en magasin, 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). Le prix n'étant pas un critère de différenciation valide dans l'univers du livre, l'enjeu consiste à inscrire l'achat de livres, acte commercial somme toute banal, dans une expérience plus large et riche d'autres apports, à l'image des artisans d'art mettant en scène leurs productions comme des biens singuliers pour se différencier de la production industrielle. Le lieu physique de la librairie redevient dans ce contexte un atout fortement investi permettant des échanges tangibles entre personnes réelles au sein d'un cadre

« unique ». De nombreuses librairies indépendantes mettent ainsi en scène un espace inspiré, comme un prolongement de leur propre espace domestique visant à créer une atmosphère accueillante et distinctive.

L'affirmation de l'inscription de la librairie dans un quartier et d'un lien avec ses habitants, particulièrement développée par les libraires anglo-saxons autour du mouvement « *Indiebound* » et des initiatives « *buy local* » visant à promouvoir les commerces de proximité, est un élément central de cette rhétorique, avec son idéal de petite communauté, symbole de citoyenneté libre et vertueuse, traditionnellement hostile au *big business* (Miller, 2006). La thématique du quartier-village et du lien social idéalisé s'oppose efficacement à l'anonymat du commerce en ligne et trouve un écho favorable auprès des pouvoirs publics, la librairie indépendante étant présentée comme un « pôle de résistance contre l'uniformisation des centres-villes³ ».

Exalter le caractère singulier et familier de l'espace de la librairie permet de minimiser la dimension commerciale, et ce d'autant plus aisément que les livres sont des biens porteurs de valeurs symboliques fortes - la littérature, les idées, la culture – qui s'opposent traditionnellement aux valeurs marchandes. En ce sens, l'identité que cherchent à projeter les libraires indépendants peut être rapprochée des formes de remise en cause des systèmes d'échange classiques basés sur l'anonymat et l'impersonnalité comme le commerce équitable, avec son idéal de « commerce sans commerçants » et de mise en relation directe avec les petits producteurs (Dubuisson-Quellier, 2009), ou encore les circuits d'agriculture de proximité. Une responsable de petite librairie parisienne présente ainsi la motivation de ses clients :

« Les clients sont très soucieux de ce qu'on devient. Ils ne vont pas sur Amazon ou Fnac.com, ou alors repèrent des livres à la Fnac et les achètent ici. Ils nous protègent, je ne sais pas comment le dire autrement.... Ils ont souvent un discours militant, favorables au petit commerce, et ils font leurs courses à la boutique bio du coin. C'est un vrai discours militant » (entretien, 30 janvier 2013).

³ Source : SLF, 2017. <http://www.syndicat-librairie.fr/accueil> [en ligne, consulté le 11 septembre 2020].

Une forme de commerce alternatif

Un refuge physique et moral

Au-delà d'une forme alternative de commerce à préserver, c'est une vision du monde qui s'affirme, avec une dimension politique sous-jacente. La librairie indépendante apparaît en effet dans le discours de ses défenseurs comme un refuge à la fois physique et moral contre un certain nombre de dérives dommageables à la société toute entière. Cette image est parfois mobilisée en des termes prophétiques, comme l'illustre de manière exemplaire la déclaration de Vincent Monadé en 2011, à l'époque directeur de l'Observatoire du livre et de l'écrit de la Région Île-de-France : « Défendre la librairie indépendante est plus qu'un choix de société, c'est un choix de civilisation. Il s'agit de choisir entre l'âme et le commerce, entre l'intelligence et la vacuité, entre la pensée et les marchands du Temple ».

L'opposition à Amazon cristallise de façon exemplaire l'ensemble des représentations qui viennent opposer une forme de rationalité morale à la rationalité économique aveugle des multinationales délocalisées, l'image de la firme étatsunienne étant inséparable d'une dématérialisation synonyme de perte de liens et de sens. Au travers du repoussoir que constitue Amazon, il s'agit également de critiquer un monde dominé par la rationalité technique, nombreux étant les libraires hostiles aux livres électroniques, perçus comme réduisant leur métier à son expression la moins valorisante, la vente de fichiers informatiques. L'« Appel des 451 »⁴, qui a rassemblé en 2012 plusieurs acteurs de la chaîne du livre (libraires, bibliothécaires, traducteurs...) à l'initiative du responsable de la librairie parisienne Tropiques montre bien ce que cette rhétorique doit à la critique artiste du capitalisme comme source de désenchantement de l'existence et d'aliénation de l'individu (Boltanski et Chiapello, 1999) :

« [...] nous ne pouvons nous résoudre à réduire le livre et son contenu à un flux d'informations numériques et cliquables *ad nauseam* ; ce que nous produisons, partageons et vendons est avant tout un objet social, politique et poétique. Même dans son aspect le plus humble, de divertissement ou de plaisir, nous tenons à ce qu'il reste entouré d'humains. Nous rejetons clairement le modèle de société que l'on nous propose, quelque part entre l'écran et la

⁴ L'« Appel des 451 pour la constitution d'un groupe d'action et de réflexions autour des métiers du livre », dont le nom renvoie au titre d'un roman de Ray Bradbury (*Fahrenheit 451*), a donné lieu à une tribune publiée dans le journal *Le Monde* le 5 septembre 2012 (« Le livre face au piège de la marchandisation »).

grande surface, avec ses bip-bips, ses néons, et ses écouteurs grésillants, et qui tend à conquérir toutes les professions⁵ ».

Dans un même ordre d'idées, le rapport à la consommation est souvent remis en cause dans une posture déplorant les nouveaux modes d'appropriation des biens culturels. Certains libraires critiquent ainsi les acheteurs qui adoptent des comportements typiques du modèle libéral de la satisfaction du client. Ceux qui « veulent tout, tout de suite », incapables d'attendre quelques jours pour obtenir un livre, ainsi rabaissé à n'être qu'un vulgaire produit. Contre le désir illimité de consommation, le libraire, bien que commerçant, se place du côté du détachement traditionnellement associé au monde de la culture : un commerce, certes, mais non dénué de noblesse. La campagne invitant à transformer le *Black Friday* 2019 en un « vendredi noir pour Amazon⁶ » en est l'une des illustrations les plus récentes. La librairie indépendante se vit ainsi comme une enclave pour résister à un monde dont la logique économique est réprouvée, et promouvoir un modèle social alternatif inséparable d'une vision du monde socialement située : « Parce que la librairie, de par la loi Lang, nous met dans un modèle économique qui est, je dirais, presque alternatif. [...] Je pense que c'est un vrai modèle économique pour l'avenir, comme des petites compagnies de théâtre peuvent l'être. On n'est pas là pour faire des rentes et pour s'en mettre plein les poches. On est là pour vivre mieux ensemble, pour qu'on passe de bons moments ensemble⁷ ».

De telles affirmations font écho à l'analyse de Laura Miller (2006 : 18), qui souligne dans son étude sur les chaînes de librairie aux États-Unis le curieux mélange politique caractérisant la rhétorique des libraires indépendants, entre nostalgie conservatrice pour une communauté d'unités de petite taille, affirmation de la liberté d'expression et du libre choix de l'individu typique des libéraux, et critique radicale de la concurrence de marché. Ce syncrétisme idéologique trouve visiblement un écho dans les fractions de la population qui sont tout à la fois tournées vers un passé mythifié et vers la perspective d'un avenir meilleur à construire à l'échelle locale. Chez plusieurs responsables de librairies étudiés, l'exaltation de la communauté aux accents proudhoniens rejoint leur intérêt économique pour la défense du « petit contre le gros », le rejet de la concentration économique ainsi que l'idéal de société réenchanted qui lui est associé. Chez d'autres, c'est la dimension entrepreneuriale et la liberté du commerce qui reste prédominante. Les diverses facettes de l'identité du libraire indépendant dessinent un profil parfois contradictoire : commerçant, entrepreneur, artisan,

⁵ <https://les451.noblogs.org/post/2012/09/05/appele-des-451-version-pdf-imprimable/> [en ligne, consulté le 4 mars 2020].

⁶ <https://www.stop-amazon.fr/L-appel-Contre-Amazon-et-son-monde> [en ligne, consulté le 23 mai 2020].

⁷ Entretien libraire parisienne, 3 novembre 2014.

militant de la culture... l'art d'être un « bon libraire » résidant dans la synthèse singulière opérée par chacun.

Les limites d'un modèle

Le modèle de la librairie indépendante à fort profil culturel qui met en scène sa singularité, son expertise et l'originalité de l'expérience proposée en magasin apparaît comme une réponse convaincante, bien que limitée, à la progression du commerce en ligne. Bien qu'observable dans d'autres commerces de proximité que celui du livre comme les cavistes, les fleuristes ou les artisans pâtisseries (Leblanc, 2017), il n'est cependant pas sans présenter des limites.

Un entre-soi sociologiquement marqué

La première de ces limites est de privilégier un style de librairie plutôt élitiste, sur la base d'un entre-soi cultivé somme toute assez traditionnel, majoritairement accessible aux personnes dotées d'un certain bagage scolaire et culturel. Ce point est rarement pris en compte par les créateurs de librairies rencontrés, qui déclarent presque unanimement vouloir s'adresser « à tout type de public », tout en multipliant les signes d'un espace et d'une proposition très marquées socialement. Bien qu'on puisse le déplorer, la librairie indépendante est généralement un lieu d'affirmation de pratiques culturelles distinctives (Newman, 2009) comme l'illustre le phénomène de « distribution ostentatoire » décrit par Vincent Chabault (2020), en écho à la consommation ostentatoire théorisée par Thorstein Veblen. Il désigne l'importance prise par le magasin « comme espace de définition de soi et lieu de construction identitaire » (p. 158). Le type de circuit où les biens sont achetés en vient en effet à constituer une forme de distinction et un outil de positionnement social, la librairie occupant une place de choix parmi les cavistes, fromagers, épiciers bio et autres fleuristes indépendants pour marquer un certain statut.

Bien sûr, de nombreuses librairies, notamment situées dans des zones peu favorisées et dans le monde rural sont éloignées de ce modèle et adaptent leur assortiment aux réalités de leur zone de chalandise. La librairie indépendante à forte dimension culturelle n'est qu'une des incarnations possibles de la librairie, et nombreux sont les points de vente aux identités variées, avec un caractère plus commercial notamment. C'est néanmoins un modèle qui tend à s'imposer dans les centres-villes gentrifiés, à Paris comme ailleurs, la proximité sociale entre commerçants et clients contribuant à l'embourgeoisement des quartiers (Leblanc, 2017).

Ce modèle conduit à s'interroger sur l'avenir des grandes librairies généralistes, en particulier en régions, à l'heure où les nouveaux libraires font le choix – en partie du fait de contraintes financières - de se resserrer sur une clientèle socialement sélectionnée, avec des surfaces commerciales plus réduites. On songe ici à l'analyse des points de vente du livre menée par Robert Escarpit (1963) à partir d'une enquête conduite à Bordeaux. Escarpit opérait une distinction entre circuit lettré et circuit populaire, le premier étant l'apanage des librairies traditionnelles implantées en zone urbaine, s'adressant majoritairement aux « membres de la bourgeoisie éduquée et des professions libérales, artistiques ou intellectuelles » ; le second des « magasins à succursales multiples » (ou encore « débits de livres ») et autres drugstores. Au-delà de la terminologie un peu désuète utilisée, la situation actuelle ne semble pas avoir tellement évolué depuis les années 1960.

Des espaces hybrides ?

On peut s'interroger, en second lieu, sur la pertinence d'une offre culturelle aussi éclectique que celle constatée dans les librairies étudiées, qui tend à faire de ces dernières des espaces hybrides gommant les frontières entre espace privé et public, entre relation commerciale et gratuité, entre lieu consacré à la valorisation et à la vente de livres et lieu d'animations à vocation sociale et culturelle. On touche ici à un phénomène observé par Jean Caune (2017 : 12) qui relève les multiples fonctions assignées à la médiation culturelle de manière générale dans nos sociétés : maintien du lien social, outil de démocratisation culturelle et de lutte contre l'exclusion, support de transmission de la culture, et bien d'autres encore. Il y voit « le symptôme d'une société qui [...] aspire à renouer le tissu social déchiré ».

L'inquiétude suscitée par le développement exponentiel des animations, perceptible lors des deux ateliers organisés sur le sujet aux Rencontres nationales de la librairie en juin 2019, pointe les ambiguïtés de l'activité d'animateur culturel des libraires, aussi talentueux soient-ils. Ces derniers ont le plus souvent conscience de remplir une fonction étroitement liée à la défense des centres-villes et de la lecture, relevant *in fine* de la politique de la ville et de la politique culturelle. L'imbrication des motifs du désintéressement et de la rationalité économique dans leur discours est en ce sens révélatrice. Si l'existence de subventions publiques et para publiques peut justifier l'existence de cette « mission », elle se heurte néanmoins à l'extrême fragilité du modèle économique de la librairie traditionnelle, dont on peut difficilement imaginer qu'elle puisse accomplir ce rôle immense sans buter sur l'épuisement des ressources, tant financières qu'humaines.

On observe également que la tendance à l'animation culturelle « tous azimuts » confine dans certains cas à « l'événementialisation », un terme que l'on peut définir comme le processus assez large de mise en événement de projets culturels. Fortement lié au marketing territorial (Errecart, Fache et Marien, 2019), le phénomène s'observe, à petite échelle, dans certaines librairies et peut être comparé à la place prise par le spectacle vivant dans le domaine musical. Il participe de l'inflation événementielle caractéristique de la concurrence entre villes, régions et territoires. Le secrétaire général de l'ADELC⁸, Didier Grevel, pointe les dérives d'une activité d'animation qui tend parfois à passer au premier plan au détriment de l'activité centrale des librairies :

« Le problème, c'est que beaucoup de libraires construisent l'activité autour de tas de choses alors que c'est l'inverse qu'il faut faire. Je continue de penser qu'une librairie c'est d'abord une offre, une équipe, un emplacement, un accueil impeccable. Et quand on a tout ça, on peut en plus mettre des fleurs au balcon, faire des animations qui viennent enrichir, fidéliser, renforcer » (entretien, 23 décembre 2019).

Mais de tels propos doivent être resitués par rapport à une implantation géographique, le contexte étant bien différent loin des grandes agglomérations. Car la librairie en tant que tiers-lieu⁹ a le vent en poupe, qui permet de s'implanter sur de nouveaux territoires et de toucher de nouveaux publics. Caractères, qui se présente comme « librairie café social club » à Mont-de-Marsan dans les Landes (30 000 habitants), s'est ainsi vu décerner le premier grand prix *Livres Hebdo* des librairies le 30 juin 2019¹⁰. La librairie a été conçue comme un « pôle culturel global » proposant les habituels débats, lectures, et rencontres d'auteurs, mais aussi des chroniques littéraires sur une radio locale, et diverses actions en faveur des publics empêchés. Le tout en lien avec une association de clients, la « Librairie social club », avec près de 300 adhérents.

La dispersion des habitants dans des départements parfois faiblement peuplés explique la vogue des librairies ambulantes - à vélo, en fourgon ou encore en ancien bibliobus - dont une quinzaine sont à ce jour répertoriées. Ces dernières répondent à la nécessité d'aller chercher les lecteurs là où ils se trouvent, malgré de nombreuses difficultés et de faibles gains. Un phénomène qui reste pour l'instant marginal à l'échelle du réseau des librairies indépendantes

⁸ L'ADELC (Association pour le développement des librairies de création) a été créée en 1988 par quatre éditeurs (Gallimard, Minuit, Le Seuil, La Découverte) avec le soutien du ministère de la Culture, avec pour objectif d'apporter aux librairies aide technique et soutien financier.

⁹ Avec cependant une ambiguïté : les tiers-lieux sont censés être des lieux gratuits pour les usagers, à l'image des bibliothèques.

¹⁰ Le prix a été décerné lors des 5^e RNL à Marseille, le 30 juin 2019 par un jury présidé par l'ancienne ministre de la Culture Aurélie Filippetti. Créée en 1986, la librairie de 270 m² a été reprise en 2010 par une nouvelle équipe.

en France, mais qui reflète la nécessité de faire évoluer les modèles économiques en associant logiques marchandes et non marchandes, le plus souvent avec l'appui des communes et des collectivités locales, très attentives au phénomène. Encore plus qu'en ville, la librairie implantée en territoire rural apparaît comme lieu de vie proposant d'indispensables ressources et services aux habitants, et bénéficie à ce titre du soutien de la population.

Ce mouvement vers une implantation en territoire rural s'inscrit également dans la volonté des aspirants libraires de « changer de vie » et de se réinventer en quittant leur métier et leur lieu d'habitation. C'est le cas d'ex-cadres ayant exercé dans de grandes agglomérations, et autre néo-ruraux autour de 35-45 ans. Yanik Vacher, chargée de mission « Economie du livre » à l'agence Occitanie Livre & Lecture, observe l'attrait que représente le rural pour les jeunes générations, qui ne perçoivent pas forcément la librairie comme une fin en soi, mais comme un passage. Les territoires ruraux constituent de ce fait de véritables laboratoires d'expérimentations pour les librairies indépendantes, contraintes d'inventer de nouvelles formes et de se diversifier en s'adjoignant des activités liées à la restauration (épicerie fine, café-salon de thé, tartinerie ...) et à la vie associative et culturelle. Il s'agit à chaque fois de petites, voire très petites structures, bénéficiant d'une forte adhésion de la population et des collectivités locales, portées par des personnes revendiquant leur engagement et un « esprit de communauté¹¹ » développant un programme d'activités culturelles dense.

Si les librairies ont toujours joué un rôle à l'intersection de l'activité commerciale, sociale et culturelle, avec des dosages différents selon leur identité et leur implantation, la montée en puissance de leur caractère culturel est un phénomène qui pose question au regard des recompositions des industries culturelles. On peut se demander si la transformation du libraire en acteur culturel innovant et polyvalent n'est pas le prix à payer pour la survie de ces commerces traditionnels à l'heure où la vente en ligne modifie radicalement l'expérience et la place du commerce de proximité. Plus éloignés que jamais des simples vendeurs de livres, les libraires apparaissent comme des intermédiaires « condamnés » à être de plus en plus actifs en proposant un espace ouvert, original et singulier où le livre constitue un produit d'appel vers d'autres biens sociaux et artistiques proposés sur le mode de la gratuité.

¹¹ Entretien Yanik Vacher, 1^{er} juillet 2020.

Bibliographie

- Boltanski L. et Chiapello E. (1999). *Le Nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard.
- BPI-Centre Pompidou (2011). De l'espace livre au lieu de vie. Usages et représentations des librairies indépendantes dans la ville.
- Caune J. (2017). *La Médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du vivre-ensemble*. Saint-Martin-d'Hères, Presses universitaires de Grenoble.
- Chabault V. (2020). *Éloge du magasin. Contre l'amazonisation*. Paris, Gallimard.
- Dubuisson-Quellier S. (2009). *La Consommation engagée*. Paris, Presses de Sciences Po.
- Errecart A., Fache Ph. & Marien P. (2019). La Gastronomie : de l'institutionnalisation à l'événementialisation. Des usages culturels en mutation pour un patrimoine immatériel. Une approche communicationnelle de la nouvelle 'scène' gastronomique lyonnaise. *Marché et organisations*, n° 2, p. 51-72.
- Escarpit R., avec Robine N. (1963). *Atlas de la lecture à Bordeaux*. Bordeaux, Centre de sociologie des faits littéraires, Faculté des lettres et sciences humaines.
- Leblanc F. (2017). Être commerçant dans l'est parisien, une opportunité pour 'gentrifieur'. *Ethnologie française*, n°165, p. 87-98.
- Mahjoubi M. (2019). Amazon : Vers l'infini et pôle emploi. Une machine qui détruit 7 900 emplois en France. novembre 2019. Disponible sur <http://d.mounirmahjoubi.fr/AmazonVerslinfiniEtPoleEmploi.pdf>
- Miller L. (2006). *Reluctant Capitalists, Bookselling and the Culture of Consumption*. Chicago, University of Chicago Press.
- Monadé V., (2011), *Libération*, 13 septembre.
- Newman M. (2009). Indie culture: in pursuit of the authentic autonomous alternative., *Cinema Journal*, 48, n°3, p. 16-34
- Observatoire de l'économie du livre (2013 et 2019). Les clients de la librairie indépendante. Mieux les connaître pour les fidéliser. Etude réalisée pour le SLF.
- SNE (2019). Les chiffres de l'édition, 2018-2019 ». Rapport statistique du SNE.