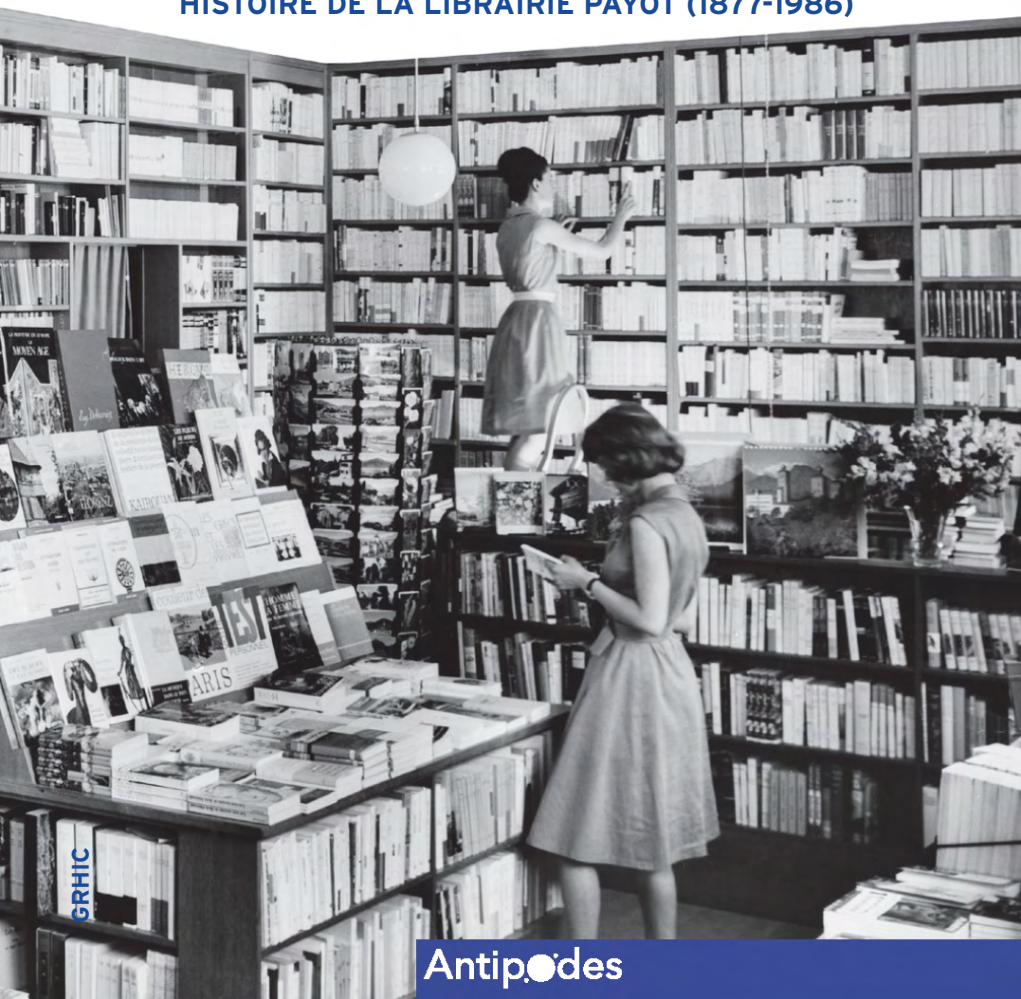


Carine Corajoud

LA LIBRAIRIE, UN UNIVERS EN MUTATION

HISTOIRE DE LA LIBRAIRIE PAYOT (1877-1986)



**LA LIBRAIRIE,
UN UNIVERS EN MUTATION**

REMERCIEMENTS

L'édition de ce livre a reçu le soutien de la Société académique vaudoise et du Fonds des publications de l'Université de Lausanne.

L'étape de la préresse de cette publication a été soutenue par le Fonds national suisse de la recherche scientifique.

**Société
Académique
Vaudoise**

Unil
UNIL | Université de Lausanne

FN-SNF
FONDS NATIONAL SUISSE
DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Les Éditions Antipodes bénéficient d'une prime d'encouragement de l'Office fédéral de la culture pour les années 2021-2024.

MISE EN PAGE

Fanny Tinner | chezfanny.ch

CORRECTION

Isabelle Sbrissa

TRAITEMENT DES IMAGES

Images3, Renens

COUVERTURE

Payot Vevey. Cote IS 5178/IV/09/09/10. Fonds Payot, BCU Lausanne.



Ce texte est sous licence Creative Commons: elle vous oblige, si vous utilisez cet écrit, à en citer l'auteur-e, la source et l'éditeur original, sans modification du texte ou de l'extrait et sans utilisation commerciale.

© 2021, Éditions Antipodes

École-de-Commerce 3, 1004 Lausanne, Suisse

www.antipodes.ch – editions@antipodes.ch

DOI: 10.33056/ANTIPODES.11742

Papier, ISBN: 978-2-88901-174-2

PDF, ISBN: 978-2-88901-954-0

EPUB, ISBN: 978-2-88901-955-7

Carine Corajoud

**LA LIBRAIRIE,
UN UNIVERS EN MUTATION**

HISTOIRE DE LA LIBRAIRIE PAYOT (1877-1986)

REMERCIEMENTS

Cette étude n'aurait pu être menée sans les nombreux soutiens qui m'ont été apportés durant son élaboration. Le Fonds national suisse de la recherche scientifique m'a permis d'entreprendre ces recherches dans le cadre du projet dirigé par les professeurs Laurent Tissot et François Vallotton autour de «L'histoire économique et culturelle de la Librairie Payot». Je remercie tout particulièrement mon directeur de thèse François Vallotton pour sa grande disponibilité, ses encouragements et, surtout, pour ses retours constructifs tout au long du travail. Je remercie également les professeurs Jean-Yves Mollier, Alain Clavien et Laurent Tissot, membres de mon jury de thèse, pour leurs commentaires précieux lors du colloque de thèse. Je salue aussi Joseph Allimann qui a collaboré au projet du Fonds national à ses débuts.

J'ai eu l'opportunité d'accéder à plusieurs fonds d'archives dans de bonnes conditions, notamment lors de ma consultation régulière du fonds Payot au département des manuscrits de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (BCUL). Je remercie également Jacques Scherrer, ancien secrétaire général de l'Association suisse des diffuseurs, éditeurs et libraires (ASDEL, devenue aujourd'hui Livresuisse), qui m'a ouvert les archives de l'association. Pascal Vandenberghe, président-directeur général de la librairie Payot, m'a aussi remis des documents de l'entreprise datant de l'époque étudiée. De même, Olivier Ducommun, de la librairie du Lac, m'a aimablement prêté des ouvrages et des articles relatifs au livre en Suisse romande. La rencontre avec les anciennes et les anciens employé·e·s de la librairie Payot lors d'entretiens a été des plus instructives. Je les en remercie chaleureusement. Enfin, je tiens à exprimer ma reconnaissance à Jean-Marc Payot, qui m'a permis de comprendre certaines logiques de son ancienne activité.

Un grand merci à Isabelle pour l'élaboration des tableaux chiffrés, à Julien qui a mis à profit ses connaissances informatiques pour l'établissement des cartes, à Anne et Melissa pour leurs compétences linguistiques, et à Geneviève et Jean-Michel. Une pensée particulière s'adresse à mes amies et amis, à mes collègues et à ma famille, qui m'ont soutenue et encouragée. Enfin, je dédie ce travail à mes enfants, Aloys et Basile, pour leur patience et leur affection.

INTRODUCTION

Depuis l'entrée en vigueur de la loi sur le prix unique instaurée en France en 1981, la librairie a acquis une visibilité qu'elle ne connaissait pas précédemment. Le soutien à la librairie consistait en effet à reconnaître l'utilité publique d'un commerce fondé sur la valorisation d'un bien culturel, le livre, dont la vente ne répondrait pas aux mêmes standards que les produits de consommation courante. Alors que la santé économique des librairies se fragilisait, elles paraissaient comme suffisamment importantes sur le plan culturel pour être protégées par une législation. La loi Lang sur le prix unique devait ainsi garantir le maintien d'une densité de librairies face à l'importance acquise par la vente du livre en grandes surfaces qui exerçaient une pression sur le prix des livres, cela au nom de la diversité culturelle.

En Suisse romande, pays où le prix unique n'existe pas, cette prise de conscience s'est cristallisée dans le courant des années 1990. Le cartel du livre, fonctionnant comme une régulation interprofessionnelle depuis plus d'un siècle, a alors été dénoncé par la Commission de la concurrence sous la pression des grandes structures de diffusion/distribution françaises importatrices¹. La pratique du « prix conseillé »² devenait illégale et l'implantation de la FNAC à Genève, en 2000, puis à Lausanne, a déclenché une « guerre des prix » à laquelle sa concurrente directe, la librairie Payot, a répondu par une politique offensive. Les mêmes années, une déprise des librairies indépendantes

1. Vallotton, 2014, pp. 91 et ss.

2. Le « prix conseillé » est fixé par l'édition, qui propose également les remises (les marges) octroyées aux libraires. Ce système de prix a prévalu dans l'organisation des métiers du livre jusque dans la seconde moitié du XX^e siècle pour limiter la concurrence par le prix entre les détaillants. Deux autres systèmes de prix existent : le « prix unique », régulé par une législation, ou au contraire le « prix net », fixé sans restriction par les détaillants. Voir dans le chapitre 1 de la partie 3 « Le prix conseillé : une réglementation qualitative ? »

a été constatée. Depuis, la longue marche pour la création d'un prix unique initiée en 2004 s'est soldée, après plusieurs rebondissements politiques, par un échec populaire en votation en mars 2012. Mais la campagne de sensibilisation menée par les libraires auprès de la population leur a valu un plébiscite en Suisse romande et leur a fait gagner en capital sympathie ce qu'ils ont perdu en espoir de voir une limitation de la concurrence par le prix.

Ce bref rappel replace le contexte actuel de cette étude. La reconnaissance des librairies considérées comme des actrices centrales dans la vie du livre, de leur rôle de promotion de la lecture, de leur importance aussi dans l'espace urbain, semble aujourd'hui acquise parmi la population. La librairie n'est plus considérée aujourd'hui comme un simple commerce, mais bien comme un « commerce pas comme les autres » pour lequel une aide des pouvoirs publics se justifie³ ; une expression qui fait référence au slogan avancé par les libraires à la fin des années 1970, « le livre, un produit pas comme les autres », dans leur lutte contre la déréglementation du prix du livre.

Comment la librairie a-t-elle acquis cette importance sociale et culturelle au point d'obtenir une protection étatique ? Comment et pourquoi ce commerce s'est-il attaché à préserver une qualité de service malgré l'accroissement de la pression commerciale ? Au nom de quels principes, de quels héritages ? Et, à l'inverse, en quoi la librairie est-elle devenue un lieu d'accès démocratique au savoir, ce qui a simultanément supposé d'élaborer des stratégies entrepreneuriales et commerciales pour capter un nouveau public ? Aussi, la question qui traverse cette étude est-elle de savoir comment la librairie a su maintenir un équilibre entre une forte identité culturelle et la possibilité, voire la nécessité, d'un plus grand rendement économique.

Ce regard croisé entre logiques culturelles et économiques structure ce travail. L'équilibre entre ces deux pôles évolue en fonction des mutations qui traversent le marché du livre dès son entrée dans l'ère des industries de la culture à la fin du XIX^e siècle. Les libraires, qui fondent encore à cette époque leur identité sur une image de commerçants lettrés alors que la culture écrite se popularise, feront évoluer leur commerce après la Seconde Guerre mondiale vers un

3. Les mesures de soutiens publics de la librairie en France issues du *Rapport Gallimard* en 2007 ont par exemple abouti à la création d'une labellisation des librairies, en reconnaissant le coût des services de qualité comme l'entretien d'un vaste assortiment et l'emploi de libraires qualifiés. Gallimard, 2007.

statut moins élitaire et parfois plus lucratif, même s'ils cherchent à se démarquer d'une vente de livres trop banalisée. L'étude des stratégies opérées par la librairie Payot, grande entreprise du livre en Suisse romande qui traverse le XX^e siècle, nous permettra de dessiner cette transformation. Mais, si la mutation commerciale de la librairie s'opère surtout dans la seconde partie du XX^e siècle, celle-ci s'enracine au siècle précédent, processus que nous souhaitons exposer en précisant l'évolution du terme « librairie ».

LA LIBRAIRIE, UN TERME ÉQUIVOQUE

Le terme de « librairie » a recouvert des réalités différentes au cours de l'histoire, de telle façon qu'il semble plus aisé de définir le champ de cette activité par la négative en précisant ce qu'elle *n'est pas* ou *plus* : la librairie n'est progressivement *plus une édition*, car elle se centre sur une fonction proprement commerciale ; elle n'est toutefois pas un simple commerce, dont l'unique finalité serait de *vendre des livres* puisqu'elle s'inscrit historiquement dans les métiers traditionnels du livre. Enfin, la librairie, après la Seconde Guerre mondiale, n'est *plus un magasin uniquement élitaire* puisqu'elle s'ouvre à de nouveaux publics. Nous proposons de retracer la construction historique de ce modèle de librairie en fonction de ces trois caractéristiques.

LA LIBRAIRIE N'EST PLUS UNE ÉDITION

La librairie aux vitrines ornées et aux rayonnages généreux agrémentant les flâneries citadines est le fruit d'une évolution qui s'explique par l'essor de la « culture du papier » apparue à l'ère industrielle. L'avènement du marché de masse, qui se dessine tout au long du XIX^e siècle, mais qui prend sa véritable ampleur dès la Belle Époque, a en effet des répercussions profondes sur l'organisation des métiers du livre. La première conséquence d'un accroissement de la production et de la vente de livres se lit dans la spécialisation de l'édition et de la librairie de détail, jusqu'alors réunies en une seule enseigne de « librairie », dont le terme recouvrait les deux activités. La librairie « ancienne », celle de l'Ancien Régime, s'inscrivait dans le régime des corporations et désignait un artisan qui se chargeait aussi bien de la production des ouvrages que de leur diffusion, voire de leur impression s'il possédait un atelier de typographie. Les libraires-éditeurs diffusaient alors leur propre fonds éditorial et

celui des confrères avec lesquels ils échangeaient leurs ouvrages sur le principe du troc⁴.

Les premiers signes de la séparation entre les logiques éditoriales et commerciales remontent à la fin du XVIII^e siècle, où la fonction d'intermédiaire entre les producteurs et le public devient une activité autonome. L'alphabétisation de la population progresse déjà⁵, ce qui permet une diversification des types d'imprimés et des publics. Cette augmentation de la demande suppose une première spécialisation des métiers du livre pour pouvoir écouler une offre plus importante. Avec la fin des corporations, la pratique du troc est progressivement abandonnée et des intermédiaires commerciaux apparaissent. Des commissionnaires, qui ont déjà une fonction de diffuseurs et de distributeurs, agissent entre les éditeurs et les libraires et vendent aux libraires détaillants une production qui émane d'une diversité d'éditeurs. Ils peuvent ainsi rationaliser et accélérer la circulation d'une offre plus importante.

Un moment fondateur est celui où, en 1764, le libraire Philipp Erasmus Reich décide de fonder une foire du livre selon cette nouvelle perspective, en boudant la traditionnelle foire de Francfort qui fonctionnait encore sur le principe du troc. Il y introduit le paiement comptant directement à la foire⁶. Ce passage au paiement monétaire suppose l'achat d'ouvrages par les libraires qu'ils devront ensuite arriver à écouler en développant leurs propres techniques commerciales. Les libraires doivent ainsi vendre plus pour rentabiliser leur commerce et posséder suffisamment de liquidités pour l'achat des ouvrages. L'amont (production) et l'aval (commercialisation) se spécialisent donc.

Selon Frédéric Barbier, ces transformations devancent les facteurs techniques dans la transition vers un marché de masse, car la production doit d'abord pouvoir être absorbée au niveau du lectorat et l'organisation nouvelle des métiers du livre doit rendre possible l'essor de la production imprimée⁷. C'est donc plus tard, à partir des années 1830, que les innovations dans l'imprimerie vont permettre l'accroissement de la production, d'abord dans le secteur de la presse. La rationalisation du travail, accompagnée d'une cadence accrue, augmente l'efficacité et fait baisser le coût de l'exemplaire

4. Sur la diffusion des ouvrages sous l'Ancien Régime, voir Febvre et Martin, 1971 (1958).

5. En Allemagne, Frédéric Barbier estime le nombre de lecteurs à 5 % en 1700, 10 % en 1750, et 25 % en 1800, nombre qui passera à 90 % en 1900. Barbier, 2002, pp. 60-61.

6. Barbier, 1995 et 2001.

7. Barbier, 2011, pp. 222 et 232.

pour toucher un public élargi. En France, la production éditoriale est multipliée par cinq en une centaine d'années, passant de 6000 titres en 1828 à près de 33 000 à la veille de la Première Guerre mondiale⁸. Si le développement des industries de la culture est le fait d'un processus qui s'observe au long du XIX^e siècle, les années 1860 sont celles où la demande s'accorde progressivement avec l'offre, puis les années 1900, selon Dominique Kalifa, «viennent apporter ce "grand public" qui seul permet le passage à une consommation de masse»⁹.

Le grand gagnant de ce nouveau régime est l'éditeur. Véritable «maître du jeu»¹⁰, il donne les impulsions en termes d'innovation de contenu, de forme (aspect matériel des livres), mais aussi, plus généralement, de mode de production et d'organisation. La logique d'efficacité économique touche les éditeurs les plus stratèges et des empires économiques profitent des nouveaux débouchés surtout dès la Belle Époque¹¹. De patrons de maisons modestes et artisanales, certains éditeurs passent au rang d'entrepreneurs culturels, comme le note Jean-Yves Mollier : «Une autre logique, industrielle, s'est substituée à la logique artisanale et la rationalité économique, la division du travail, la recherche de l'optimisation du capital investi ont remplacé les anciennes règles qui régissaient la vie des petites structures de fabrication du livre.»¹² Les fortunes accumulées dénotent d'une nouvelle culture capitaliste qui place au cœur de la production éditoriale la confrontation désormais structurante entre les logiques financières et la valeur sociale de la culture fondée sur un principe de désintéressement. C'est à ce moment que le mode de production industriel et l'entrée de capitaux extérieurs à l'entreprise, notamment des banques, apparaissent. Toutefois, le modèle dominant de ces entreprises reste celui d'une structure familiale centrée sur la transmission d'un capital non seulement économique, mais aussi culturel et social, comme cela a été le cas dans la maison Payot.

Qu'en est-il, dans ce contexte, de la vente du livre? Face à la force acquise par la fonction éditoriale, la division du travail dans les métiers du livre se précise¹³. Les libraires deviennent de «simples» commerçants et se concentrent sur le lien avec la clientèle

8. Kalifa, 2001, pp. 14-15.

9. Kalifa, 2006, p. 25.

10. Barbier, 2011, p. 269.

11. Mollier, 1988.

12. Mollier, 1999b, p. 33.

13. Rebollo-Dhuin, 2011, p. 24.

en développant de nouvelles pratiques de vente par un plus fort accent porté sur la mise en scène de la marchandise. L'«ère de la culture-marchandise», selon l'expression de Dominique Kalifa, ne peut nier cette importance :

On sait combien la matérialité même des objets culturels construit leur signification, combien leur forme et leur structure commandent leur usage. C'est [...] la «fonction expressive»¹⁴ du dispositif formel, dont les transformations peuvent modeler les effets du sens et agir sur la consommation. Autant que les formes, les rythmes de diffusion et les rythmes de circulation qu'ils induisent, pèsent sur les usages sociaux.¹⁵

L'activité de la vente s'autonomise donc par rapport au travail éditorial et la librairie doit écouler une offre plus vaste soumise à une cadence accélérée. Dernier maillon d'une chaîne qui la place dans la confrontation directe avec la clientèle, la librairie développe des stratégies de «savoir-vendre» en recourant à des dispositifs marchands (vitrines, aménagement des magasins) qui renforcent la mise en scène des ouvrages. Éloignés de la fonction éditoriale, les libraires perdent surtout le prestige d'une appartenance à la tradition lettrée et artisanale, déficit qu'ils cherchent à combler par la valorisation de leurs compétences culturelles. De cette manière, ils se distinguent des formes commerciales plus populaires qui apparaissent avec l'évolution du profil social du public.

LE LIBRAIRE N'EST PAS UN « VENDEUR DE LIVRES »

Corrélativement à la spécialisation dans le domaine de la vente, le second facteur qui caractérise le nouveau régime de la librairie de détail au XIX^e siècle tient dans les nouvelles formes de concurrences commerciales qui lui font face. Qui dit augmentation de l'offre éditoriale dit augmentation du nombre de commerces et surtout diversification des types de canaux de diffusion. L'idée d'une librairie «pure» spécialisée dans le livre et généralement urbaine se construit par opposition aux commerces «mixtes», qui vendent des ouvrages à côté d'autres biens de consommation plus courants.

14. Expression que Dominique Kalifa emprunte à Donald F. McKenzie dans son ouvrage *La bibliographie et la sociologie des textes* (1991), où l'auteur travaille sur la mise en texte et son impact sur la lecture.

15. Kalifa, 1999, p. 8.

Épiciers, papetiers, tenanciers de bazars, en plus de représenter une concurrence, ont tendance à banaliser la valeur sociale du livre. Ainsi, ces boutiques atteignent l'identité professionnelle des libraires qui cherchent à s'en démarquer en réaffirmant leur mission culturelle. Le hiatus entre gens de métier spécialisés dans le livre et les « vulgaires » vendeurs de livres devient alors structurant¹⁶.

Une des caractéristiques de ces nouvelles formes de commerce du livre, qui émergent dans la seconde moitié du XIX^e siècle, est d'aller à la rencontre d'un nouveau lectorat non familier des boutiques de librairies. En France, par exemple, la création en 1853 des bibliothèques de gare concentrées dans les mains d'un distributeur unique – Hachette –, qui se calque sur le modèle anglais inventé par W. H. Smith en 1848, favorise l'étendue des points de vente le long des réseaux ferroviaires¹⁷. La culture populaire se diffuse ainsi dans un réseau dense de commerces sur tout le territoire, aussi dans des lieux non urbains. Outre les bibliothèques de gare, secondées par la création d'un réseau de kiosques, des formes de commerces non sédentaires apparaissent : camelot¹⁸, commerce de rue, vente à la criée, étals de bouquinistes qui écoulent les surplus de la production¹⁹, mais également un mode de diffusion particulièrement novateur, celui des distributeurs automatiques de livres dans les bâtiments publics (hôpitaux, gares) de l'édition allemande Reclam en 1912 pour écouler les ouvrages à très bas prix de la collection Universal Bibliothek. La solution trouvée par l'éditeur est d'éviter la médiation du commerçant et de développer par lui-même de nouveaux modes de commercialisation. Ce principe prévaut aussi dans le phénomène des clubs de livres qui réussit à amener le livre dans les foyers d'un public plus populaire. Ce type d'entreprises construit un modèle éditorial nouveau, qui se fonde sur la fidélisation de la clientèle par l'inscription au club et intègre dans sa conception même l'efficacité de la distribution (par envoi postal). Les clubs connaissent dans l'entre-deux-guerres un essor rapide tant aux États-Unis²⁰ qu'en Europe²¹.

Mais il est un autre type de détaillants qui attire particulièrement l'attention des libraires : les grands magasins qui proposent dans

16. Sur cette dévalorisation symbolique des libraires : Leblanc, 1998.

17. Parinet, 1993 et 2008 ; Taveaux, 1999.

18. Mollier, 2004.

19. Mollier, 1997, pp. 233-241.

20. Radway, 1997.

21. Dragowski, 1992 ; sur la Suisse romande : Mermoud, 1987 et Pochon, 1987.

leurs rayons une offre en livres au même titre que d'autres produits de consommation et qui agissent sur les prix. Dès le XIX^e siècle, ils procèdent à des *discounts* sur les livres d'étrennes, en profitant de pratiques de prix encore peu régulées²². L'essor de la grande distribution après la Seconde Guerre mondiale cristallisera la peur des libraires face à une concurrence dont les logiques échappent notamment à la régulation du marché du livre par les associations professionnelles.

Ainsi, les formes de concurrence de la librairie se précisent à la Belle Époque puis dans l'entre-deux-guerres : kiosques, multiples revendeurs dans des commerces non spécialisés, grands magasins, vente à distance. À l'opposé, la boutique de librairie « pure » demeure un commerce lettré, marqué par l'identité et la personnalité des libraires qui, le plus souvent, entretiennent des liens de proximité avec les élites intellectuelles de leur ville. Pourtant, malgré la peur de la concurrence, la diversification des canaux de distribution ne signifie pas fondamentalement un mélange des publics. L'entrée de l'imprimé dans l'« ère des masses » à la Belle Époque correspond plutôt, selon Dominique Kalifa, à une cristallisation des fractures sociales et se présente comme une « ère de la diffraction, de l'éparpillement et de l'atomisation de la scène culturelle en une multitude de "publics" de plus en plus différenciés »²³. La culture de masse ne signifie pas culture unifiée, mais bien une culture *des masses*²⁴ qui ne fréquentent pas les mêmes lieux de diffusion. Dans la cartographie des canaux de vente de l'imprimé, la librairie demeure l'espace d'une culture savante, ce qui, d'une manière générale, la caractérise encore jusqu'à la Seconde Guerre mondiale.

LA LIBRAIRIE N'EST PLUS UN MAGASIN ÉLITAIRE

La librairie acquiert un visage plus démocratique après la Seconde Guerre mondiale en quittant sa position « de surplomb ». Même si des héritages de la conception traditionnelle se perçoivent toujours, la librairie fait évoluer son image et ses pratiques dans le sens d'une ouverture à de nouveaux publics. Les années d'après-guerre connaissent, dès le milieu des années 1950, un essor de la production de livres qui, en France par exemple, double en vingt ans, entre 1950

22. Parinet, 1997 ; Mollier, 2008a.

23. Kalifa, 1999, p. 12.

24. Signorelli, 1990, pp. 3-4.

et 1970²⁵. Sur le plan de la demande sociale, le prolongement des études, le développement des loisirs grâce à l'augmentation du pouvoir d'achat et à la réduction du temps de travail²⁶, ainsi que l'idée d'un progrès social passant par l'accès à la culture expliquent le virage pris par la librairie. Le livre devient le symbole de l'ascension sociale tout en perpétuant l'image d'une culture lettrée à préserver, comme antithèse notamment aux nouveaux médias audiovisuels (radio et télévision) alors en essor. Généraliser l'accès au livre favoriserait une « démocratisation par le haut ».

Dans ce contexte, la librairie se trouve face à un tournant : il s'agit pour elle d'atteindre ce nouveau public de lecteurs en s'affranchissant de sa posture élitiste, qui la caractérise encore, par des techniques commerciales nouvelles. En introduisant par exemple le principe du libre-service, elle fait évoluer ses anciennes pratiques puisque, dans la conception traditionnelle, les livres étaient uniquement accessibles par l'échelle des libraires qui en connaissaient le classement par édition, ce qui supposait une médiation forte entre le livre et le public et pouvait intimider une clientèle peu familière. Ces transformations sont le propre d'une mutation progressive entre deux modèles du magasin de librairie, qui se lit surtout dès les années 1960.

L'histoire de la maison Payot est au cœur de ces transformations. Entreprise du livre qui remonte à la fin du XIX^e siècle, elle a su prendre les virages nécessaires pour s'adapter à ces principales mutations, tout en cultivant une identité plus classique. Pour une maison comme Payot, réussir sa mue commerciale revenait ainsi à préserver ses « stratégies de conservation qui visent à maintenir intact le capital accumulé (le "renom de qualité") »²⁷, tout en adaptant cet héritage et son aura²⁸ aux nouvelles normes du secteur. Entre la boutique traditionnelle attachée au maintien d'une culture pointue pour un public sélectif et la grande distribution comme la FNAC²⁹ ou les rayons des supermarchés, un autre type de magasins s'est en effet dessiné, celui de la *grande librairie généraliste*, à laquelle correspond une enseigne comme celle de Payot³⁰.

25. Renard et Rouet, 1998, p. 689.

26. Rauch, 2002.

27. Bourdieu et Delsaut, 1975, p. 8, cités par Herpin, 2001, p. 35.

28. Selon le terme de Walter Benjamin dans son essai *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, publié en 1936, qui oppose les œuvres d'art sérialisées grâce à la reproduction technique et les œuvres singulières qui maintiendraient une aura grâce à leur dimension unique.

29. Chabault, 2010.

30. Rouet, 2000, chapitre « le commerce de la librairie ».

UN OBJET QUI CONJUGUE L'ÉCONOMIQUE ET LE CULTUREL

Sur le plan méthodologique, cet ouvrage vise à réfléchir aux articulations possibles entre les logiques culturelles et économiques dans le domaine de la librairie. Des études en histoire culturelle ont mis en évidence l'importance des logiques économiques dans le mode d'organisation des métiers du livre. Dans leur ouvrage fondateur, *L'apparition du livre*, datant de 1958³¹, consacré à l'évolution historique du champ du livre depuis le début de l'imprimerie jusqu'à la fin de l'Ancien Régime, Lucien Febvre et Henri-Jean Martin mettent en évidence la place acquise par les logiques financières dès lors que le livre devient un bien reproductible. Dès son origine, le livre imprimé se conjugue avec la nécessité de trouver des fonds suffisants pour se doter du papier onéreux et du matériel d'impression, ce qui peut déjà impliquer l'engagement de capitaux provenant d'acteurs extérieurs au monde du livre dans les plus grosses maisons.

Cet ouvrage demeure une référence puisqu'il montre les mécanismes qui lient tous les acteurs du livre, depuis la création jusqu'à la production et à la commercialisation. Sur le plan historiographique, il propose une histoire « totale », conjuguant les enjeux culturels, économiques, politiques et sociaux pour retracer une histoire générale du livre, qui reflète la position nodale de cet objet dans les sociétés occidentales. L'histoire du livre, devenue une discipline de recherche institutionnelle dans les années 1980, a systématisé cette approche. Dès ce moment, l'histoire culturelle francophone a ouvert un champ de recherches qui s'attache à analyser les modes de production et de circulation des biens culturels, en y intégrant les logiques économiques. L'ouvrage fondateur de Jean-Yves Mollier, *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition*³², paru en 1988, retrace la création de grandes entreprises éditoriales parisiennes, comme Hachette, Calman-Lévy, Garnier frères ou encore Flammarion. L'auteur décèle les stratégies déployées par ces nouveaux temples du livre pour capter des monopoles sur des créneaux de marché et diversifier leurs activités pour maîtriser l'ensemble de la chaîne de production/distribution.

Les études révélant ces logiques capitalistes défont ainsi la « dénégaration de l'économie »³³ et entérinent l'abandon d'une lecture autonome du domaine de la culture en montrant les multiples imbrications dans les stratégies des acteurs qui les incarnent. Dès l'entrée

31. Febvre et Martin, 1971 (1958).

32. Mollier, 1988.

33. Bourdieu, 1977.

dans le régime des industries de la culture, toute production culturelle transite, en effet, par des intermédiaires économiques (producteurs et distributeurs) qui engagent les biens sur le marché. Notre étude s'ancre dans cette perspective méthodologique puisqu'elle est consacrée à une entreprise, la maison Payot, qui profite de l'avènement d'un marché de masse en Suisse romande pour se développer selon une logique d'accroissement et de diversification de ses activités.

Toutefois, tout en évaluant la « contamination » de la logique de rentabilité capitaliste dans le champ de la culture, nous proposons aussi de confronter cette lecture à ce qui relève du « culturel » dans le contexte du marché de masse. La librairie, et notamment la maison Payot, ne construit pas uniquement son identité sur sa dimension commerciale, mais aussi sur son capital culturel qui est au fondement de ses valeurs et qui lui confère son prestige. Elle est une actrice économique *et* culturelle et répond en ce sens à des stratégies plurielles qui s'entremêlent. Jacques Marseille et Patrick Eveno le soulignent en définissant les industries culturelles comme des « organismes (entreprises, associations, collectivités locales ou États) qui exercent des activités industrielles ou de services, mettant en jeu des hommes, des produits et des marques, dégageant des recettes et acquittant des charges. Toutefois, ces industries culturelles interviennent sur un marché spécifique, celui où la référence culturelle, entendue au sens large, demeure prépondérante dans l'acte d'achat par le consommateur »³⁴. Si Payot profite de l'essor du marché du livre dès la fin du XIX^e siècle, elle se place aussi comme une actrice culturelle possédant, comme le disent ces auteurs, des références propres au champ de la culture, qu'elle se destine d'abord à une élite bourgeoise ou, après la Seconde Guerre mondiale, en se démocratisant et en affirmant sa spécificité culturelle face à des formes de vente plus standardisées.

Dans notre étude, nous cherchons ainsi à articuler les « nœuds » où les deux dimensions économiques et culturelles se rejoignent, dans une lecture plus dynamique que forcément antinomique. Le profit symbolique fait entièrement partie des stratégies plus générales de Payot qui ne se limite pas à des investissements de pure rentabilité économique; de même, la défense du métier de libraire ne se réduit pas à un protectionnisme économique, mais elle se présente également comme une lutte pour la diversité culturelle. Payot ouvre, par exemple, de nouvelles surfaces de vente entièrement modernisées

34. Eveno et Marseille, 2002, p. 9.

dans le courant des années 1960, mais elle maintient simultanément les anciens magasins afin de répondre à une clientèle attachée à l'image traditionnelle de la maison. Payot poursuit donc une double stratégie qui se juxtapose le plus souvent.

Le commerce spécifique de la librairie n'a pas fait l'objet d'un nombre important d'études sur la période contemporaine, à tel point qu'il serait le « parent pauvre » de la recherche en histoire du livre³⁵. Des travaux pionniers ont toutefois ouvert la voie. Dans le domaine francophone, *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle*, dirigé par Jean-Yves Mollier³⁶ est le fruit d'un colloque qui a porté, comme son titre l'indique, sur le siècle de la seconde révolution du livre. Des études portant sur les librairies de l'espace parisien, provincial et international, ainsi que sur l'organisation commerciale et professionnelle constituent le cœur de l'ouvrage. L'article de François Vallotton sur « La conquête d'un marché et d'une position sociale: regard sur la librairie de Suisse romande au XIX^e siècle »³⁷ apporte des éléments sur l'espace romand et sur la clientèle de la librairie Jullien à Genève. Un second ouvrage poursuit cette première impulsion et offre un panorama complet sur les multiples dimensions de la librairie aux XIX^e et XX^e siècles. Dirigée par Frédérique Leblanc et Patricia Sorel, *L'histoire de la librairie française*³⁸ réunit un important panel de contributeurs, des historiens comme des professionnels de la librairie. Cet ouvrage aborde des thématiques diversifiées sur l'évolution de l'activité de libraire avec des articles consacrés à la professionnalisation, à la concurrence commerciale, au prix du livre, aux formes de diffusion/distribution, aux nouvelles clientèles et aux méthodes de vente.

Les tomes III et IV de l'*Histoire de l'édition française* offrent aussi un regard sur la période contemporaine avec l'étude de Frédéric Barbier dans son chapitre « Libraires et colporteurs »³⁹ qui propose un panorama de la librairie au XIX^e siècle en pointant la densification des commerces et leur localisation en France. Cette double perspective est reprise par Alfred Fierro sur la période suivante (1900-1950) dans le quatrième tome⁴⁰. Les pages de Martyn Lyons consacrées à la densification du réseau de librairies dans la France du XIX^e siècle dans son ouvrage *Le triomphe du livre. Une histoire sociologique de*

35. Mollier, 2015, p. 20.

36. Mollier, 1997.

37. Vallotton, 1997.

38. Sorel et Leblanc, 2008.

39. Barbier, 1985.

40. Fierro, 1986.

la lecture dans la France du XIX^e siècle donnent aussi une vision des facteurs d'implantation des commerces en fonction du développement des régions⁴¹, ce que propose Frédéric Barbier sur l'Allemagne du XIX^e siècle autorisant des comparaisons entre espaces géographiques⁴². Enfin Jean-François Botrel consacre une étude à l'Espagne dans *La diffusion du livre en Espagne (1868-1914) : les librairies*⁴³.

Des études sociologiques abordent le statut du métier de libraire au XX^e siècle. Vincent Chabault a consacré sa thèse à l'évolution du statut des employé·e·s de la FNAC, publiée sous le titre *La FNAC, entre commerce et culture*⁴⁴ et Frédérique Leblanc s'est penchée sur l'évolution sociale du métier de libraire dans son livre *Libraire, un métier*⁴⁵. Jean-Philippe Mazaud a, pour sa part, traversé l'histoire de Hachette selon une perspective d'histoire des entreprises, en consacrant des chapitres au développement du secteur de la distribution de la maison française, qu'il poursuit dans plusieurs articles sur ses stratégies de vente⁴⁶.

Sur la période plus actuelle, Laura J. Miller a travaillé sur le commerce de librairie dans l'espace américain dans *Reluctant Capitalists. Bookselling and the Culture of Consumption*⁴⁷. Dans une autre perspective, le rapport d'étude de Sonja Kellenberger et Fabrice Raffin, *De l'espace livre au lieu de vie. Usages et représentations des librairies indépendantes dans la ville*⁴⁸, insiste sur la librairie comme un lieu de sociabilité urbaine. Enfin, aujourd'hui, la focale se centre aussi sur le développement du commerce en ligne, thématique que Vincent Chabault aborde dans son ouvrage *Librairies en ligne. Sociologie d'une consommation culturelle*⁴⁹.

Si ces études dessinent l'évolution de l'activité du libraire, elles se centrent surtout sur le début de l'ère industrielle ou alors sur un contexte récent. Notre travail propose, quant à lui, de retracer l'histoire d'une entreprise du livre sur une centaine d'années, ce qui permet de dessiner les mutations du modèle de librairie dans le contexte d'une densification de la production du livre, et plus généralement de l'imprimé. Pour cela, nous travaillons, dans une première partie,

41. Lyons, 1987, pp. 193-220.

42. Barbier, 1995, pp. 152-183.

43. Botrel, 1988.

44. Chabault, 2010.

45. Leblanc, 1998.

46. Mazaud, 2002.

47. Miller, 2007.

48. Kellenberger et Raffin, 2011.

49. Chabault, 2013.

sur l'évolution de la logique entrepreneuriale de la direction Payot en abordant l'histoire de la maison sur un plan structurel. Dans une seconde partie, nous nous centrons uniquement sur le secteur de la librairie, en montrant l'évolution de l'identité commerciale des magasins à partir de la seconde moitié du XX^e siècle. Enfin, dans un troisième temps, nous réfléchissons à l'évolution de la culture professionnelle des libraires, qui ont lutté pour la valorisation de leur rôle comme acteurs culturels. Ces trois volets dessinent l'identité économique et culturelle d'une maison comme la Librairie Payot, premièrement à travers le type d'entrepreneuriat qu'elle développe, secondement à travers ses pratiques de vente, enfin, dans un troisième temps, à travers la conception qu'elle défend de son métier.

Ces questions s'inscrivent dans une réflexion plus générale sur le rôle d'intermédiaire de la librairie entre le livre et son public, répondant à des logiques de rentabilité économique, mais également à des dispositions sociales et culturelles. Celles-ci engagent notamment les libraires à affirmer que le livre n'est pas un produit comme les autres, ni la librairie un commerce comme les autres. Ils seraient alors un bien et un commerce «singuliers» qui nécessiteraient une vente moins standardisée que dans d'autres secteurs commerciaux. Nous nous proposons de réfléchir à ces dimensions par un cadre d'analyse plus général sur le rôle des intermédiaires dans le circuit des industries culturelles.

LA LIBRAIRIE COMME INTERMÉDIAIRE

La notion de « bien singulier » s'ancre dans une réflexion plus générale sur la standardisation des biens de consommation. Elle s'inscrit dans un champ de recherche autour de l'« économie de la qualité »⁵⁰, qui propose une alternative à la lecture économique classique qui serait fondée sur le présupposé d'un ajustement automatique de l'offre et de la demande. Cette lecture met en avant l'existence de sous-secteurs économiques qui fonctionneraient selon des critères peu réductibles à la seule notion de prix. Des critères de jugements avant tout « qualitatifs » seraient alors nécessaires pour que les consommatrices et les consommateurs puissent évaluer la valeur des biens. C'est ce que le sociologue de l'économie Lucien Karpik met en évidence lorsqu'il évoque, selon son expression, les « économies de la singularité »⁵¹ :

50. Callon, 2002.

51. Karpik, 2007, pp. 40-43.

Lorsque l'offre et la demande se définissent principalement par la qualité et qu'une relation asymétrique interdit au client, à la différence du vendeur, de séparer aisément la bonne qualité de la mauvaise, l'échange relève plus du jugement que du prix, il dépend plus d'une organisation sociale fondée sur le réseau et la confiance que des forces du marché néo-classique. Cette interprétation [...] permet d'avancer que le jugement représente, à côté de l'autorité et du prix, un principe d'organisation de la vie économique.⁵²

Ces biens et services⁵³ seraient ainsi finalisés par la recherche du « meilleur » et proposeraient une consommation « d'expérience »⁵⁴, à savoir que l'appréciation du bien est véritablement possible une fois qu'il a été « consommé ». Selon Lucien Karpik, le marché de ce type de biens serait donc « opaque »⁵⁵ et nécessiterait plus qu'en d'autres secteurs l'intervention d'intermédiaires pour les accompagner dans leur commercialisation.

Cette lecture offre des clés de compréhension intéressantes pour appréhender le secteur culturel. Les études en économie de la culture⁵⁶ mettent en effet en évidence qu'une forte incertitude prévaut dans ce secteur en termes de réussite commerciale et expliquent en quoi ce marché peut être considéré comme « opaque ». Du côté de l'offre, le processus de création demeure encore souvent artisanal⁵⁷ et résiste à des formes de sérialisation. Difficile de remplacer un livre par un autre, malgré les tentatives de standardisation des contenus dans certains créneaux. Comme le souligne Richard E. Caves :

Deux chansons, deux peintures, deux films d'« action » peuvent être assez semblables dans leurs caractéristiques et dans les qualités perçues par le public, mais ils ne sont pas totalement identiques. [...] La plupart des produits créatifs peut différer des autres à bien des égards : les peintures peuvent, par exemple, varier dans leur

52. Karpik, 1989, p. 187.

53. Comme les consultations médicales ou d'avocats, les conseils d'entreprise et de gestion, les vins, les biens culturels, la grande cuisine, les biens de luxe, le tourisme, l'artisanat, les formes d'expertise. Karpik, 2007, p. 9.

54. Throsby, 2006, p. 7.

55. Karpik, 2007, pp. 40-43.

56. Nous nous appuyons notamment sur les travaux de Françoise Benhamou, de Richard Caves et David Hesmondhalgh, qui évoquent tous trois ces caractéristiques de l'économie de la culture dans la logique du marché.

57. François Rouet met en évidence ce caractère encore « pré-industriel » des industries de contenu, comme celle du livre. Rouet, 2000, p. 15.

taille, leur couleur, le type de représentation, selon l'habileté du dessinateur. [...] C'est la propriété de la *variété infinie*.⁵⁸

De plus, l'élaboration des produits empêche une réelle division du travail et des formes de routine, puisque le credo du secteur est celui d'une innovation créatrice qui permet notamment de renouveler le public⁵⁹. En effet, les coûts liés à l'activité créatrice sont ainsi peu compressibles et c'est ce qui explique que la recherche de profit et de rationalisation se concentre d'abord dans les mains des entrepreneurs qui tentent d'anticiper le potentiel de succès sur un type de produits donné (genres littéraires par exemple), mais sans savoir précisément quel produit marchera en particulier⁶⁰.

Du côté de la demande, les principales difficultés d'anticipation du succès sont de deux ordres. Premièrement, la consommation des biens culturels fait appel à des dispositions sociales et à des critères de valeur qui seraient « volatiles et imprévisibles »⁶¹, donc difficiles à quantifier. Selon Françoise Benhamou :

L'économiste est embarrassé pour rendre compte de ces consommations plus sensibles a priori aux déterminations psychologiques ou sociologiques qu'économiques. La théorie économique standard suppose que le consommateur est rationnel : ses goûts sont stables, et il est capable d'ordonner ses choix et de prendre en compte les contraintes de revenu auxquelles il est soumis. [...] Les consommations culturelles se prêtent mal à ce type d'analyse. [...] Le plaisir et l'envie de consommer s'accroissent au fur et à mesure de la consommation. De fait, les goûts semblent évoluer au fil du temps, contrairement au principe de la rationalité des consommateurs.⁶²

Deuxièmement, le jugement porté par le consommateur sur les biens culturels n'est pas immédiat, mais intervient seulement après en avoir découvert le contenu, soit à la fin d'un film ou de la lecture

58. Caves, 2000, p. 6.

59. Françoise Benhamou montre l'importance d'un renouvellement des contenus pour satisfaire le public et la stratégie des plus grands de laisser cette part d'innovation aux entreprises moins lucratives, tout en sachant récupérer ensuite les formules à succès. Benhamou, 2011, pp. 70-72. Richard E. Caves et David Hesmondhalgh insistent, quant à eux, sur la conception romantique de l'art pour expliquer l'opposition entre l'innovation requise dans l'acte artistique et les formes de routine que présentent les procédés de production et de distribution. Caves, 2000, pp. 3-6 et Hesmondhalgh, 2013, pp. 27-29.

60. Huet, 1978, p. 26.

61. Hesmondhalgh, 2013, p. 27.

62. Benhamou, 2011, pp. 12-13.

d'un livre. Ainsi, les produits culturels sont des « biens d'expérience » : il faut les avoir « consommés » pour en connaître la valeur. Ces dimensions ont un impact certain pour le libraire, puisqu'il s'agit d'encourager à lire un livre dont ni l'aspect matériel, ni le prix ne renseignent réellement sur la valeur de l'ouvrage⁶³ : un livre ressemble matériellement à un autre livre (d'où la recherche, par exemple, d'innovations graphiques par les éditeurs pour pallier cette carence) et un livre cher peut décevoir comme un livre bon marché peut procurer de la satisfaction. Les conditions entourant l'acte de consommation sont à ce titre essentielles. Un même livre n'aura pas la même valeur s'il est acheté en grande surface ou dans une librairie de quartier (fidélité à un commerce), dans la mesure où, selon Françoise Benhamou, « à travers le lieu d'achat [...] le consommateur se situe sur un sous-ensemble de l'offre auquel il limite son choix [...]. Le coût associé à son achat et le risque d'erreur, malgré l'ampleur de la production, s'en trouvent réduits »⁶⁴. La « mise en marché » des biens par les intermédiaires transformerait en ce sens sa valeur d'usage.

Quelles stratégies les industries culturelles ont-elles développées pour endiguer les risques propres à cette incertitude commerciale ? Sur le plan structurel, la maîtrise de l'ensemble de la chaîne de production et de la distribution selon un processus d'intégration verticale est un des moteurs de l'entrepreneuriat culturel pour rationaliser les coûts et obtenir des monopoles en rachetant notamment de plus petites entreprises. François Rouet insiste sur le fait que ce principe de concentration est déjà au cœur des stratégies de croissance des grandes entreprises de la culture dès le XIX^e siècle et n'a fait que croître au cours des XX^e et XXI^e siècles, pour atteindre à l'heure actuelle des proportions considérables par la constitution de groupes monopolistiques⁶⁵. L'augmentation de la production pour lancer sur le marché suffisamment de produits afin que les réussites épongent les mauvais résultats est une autre stratégie. Cette logique se prolonge dans l'idée d'une péréquation entre une offre à succès rapide et plus assuré (ventes rapides) et une offre difficile d'accès, plus innovante, où l'acclimatation de la demande requiert du temps (ventes lentes).

Mais les intermédiaires culturels n'ont pas non plus nié l'importance des « dispositifs de jugement »⁶⁶ qui permettent de guider le public en

63. Lallement, 1993, pp. 107-108.

64. Benhamou, 2011, p. 17.

65. Rouet, 2000, pp. 14-15 et 21-23.

66. Karpik, 2007, pp. 68-81.

induisant des effets prescriptifs⁶⁷. Comme le résume l'historien de la littérature Anthony Glinoe en se référant à Lucien Karpik, « face à la prolifération des produits (par exemple la surproduction de titres littéraires) et face à la méconnaissance relative des clients quant aux qualités respectives de ces produits, les dispositifs de jugement servent à faire des tris selon différents critères. [...] Il s'agit [...] des médiations littéraires (ou culturelles) qui agissent entre la production et la réception des œuvres. Il s'agit ensuite de la prise en considération, d'un même tenant, des interventions humaines (les experts, les journalistes) et non humaines (les guides, les critiques) [...] »⁶⁸, ce à quoi nous ajouterions : la librairie, dont la particularité est d'utiliser des dispositifs propres à la médiation commerciale (aménagement du magasin, conseil des libraires, etc.) pour guider le public dans ses choix.

Ainsi, les intermédiaires de la culture, ces « hommes doubles »⁶⁹ pris entre la création et le public, possèdent un rôle décisif dans les sanctions opérées sur la valeur des biens : « Par conséquent, les intermédiaires culturels façonnent conjointement la valeur et la valeur d'échange, et cherchent à gérer la façon dont ces valeurs sont liées à la vie des gens à travers les différentes techniques de persuasion et de marketing et par la construction de marchés. »⁷⁰ Ce travail de requalification des biens culturels semble d'autant plus important à l'époque industrielle que le public s'accroît, devient anonyme, géographiquement disséminé et surtout pluriel sur le plan des pratiques de consommation culturelle. L'intermédiaire possède donc un rôle actif dans la construction du marché culturel, n'étant pas, comme le dit Antoine Hennion, « le fonctionnaire passif qui applique les lois (musicales, économiques, culturelles), il produit les mondes qu'il veut faire travailler pour lui »⁷¹. Olivier Roueff avance, pour sa part, que les intermédiaires ont pour rôle de faire se rencontrer au plus près l'offre et la demande :

Sous cet angle, l'activité des intermédiaires consiste à tenter de réduire cette incertitude pour assurer les meilleures conditions de valorisation aux produits qu'ils investissent. Il s'agit d'anticiper les catégories de la réception et de faire intervenir ces catégories

67. Lucien Karpik classe ces dispositifs en cinq catégories : le « réseau » (réputation du commerce) ; les « appellations » (identité du commerce, mise en valeur des autrices et des auteurs et des éditions/collections) ; les « cicérones » (critiques et guides) ; les « classements » (classements hiérarchisés, les prix) ; les « confluences » (techniques de captation dans la vente).

68. Glinoe, 2010, p. 3.

69. Charle, 1992, pp. 73-85.

70. Negus, 2002, p. 504.

71. Hennion, 1983, p. 460.

supposées à différents moments du processus de production et de diffusion des produits, afin de favoriser l'obtention des sanctions attendues de la part des consommateurs.⁷²

La librairie a jusqu'alors été peu étudiée sous cet aspect d'intermédiaire, comme ont pu l'être d'autres acteurs culturels (éditions, bibliothèques, médias, institution scolaire). Les travaux consacrés à l'industrie du livre n'omettent pas l'importance des distributeurs commerciaux, mais ils se focalisent souvent sur leur rôle structurel en décrivant les enjeux auxquels ils sont confrontés face aux restructurations économiques. Si le libraire n'est pas oublié de la chaîne du livre dans sa fonction de distribution matérielle, sa dimension plus immatérielle est peut-être moins spontanément thématisée. Pourtant, comme le montre John B. Thompson, à la chaîne matérielle du livre, la *supply chain* (chaîne de « fourniture » ou distribution), qui structure la mise sur le marché des livres, vient s'ajouter une chaîne plus symbolique, la *value chain* (chaîne de la valeur) qui met en avant le rôle proprement culturel des intermédiaires dans le secteur du livre⁷³. Cela expliquerait, par exemple, que l'éditeur soit prêt à payer les intermédiaires en aval de la chaîne dans la mesure où ils permettent une diffusion plus large de son travail.

C'est en insistant sur ce rôle d'intermédiaire que les libraires ont réussi à se forger une identité professionnelle qui les distingue des autres vendeurs de livres. Dans le contexte d'une massification de la vente du livre, les libraires se sont placés en défenseurs de chaque ouvrage considéré dans la singularité de son contenu. Ils ont insisté sur la relation commerciale créée avec leur clientèle, que ce soit par leur propre personnalité ou par le nom et la réputation de leur maison, par l'ambiance et l'esthétique des dispositifs marchands ou encore par leurs conseils. Ils en ont fait leur prestige : le livre, les libraires, la librairie sont présentés comme des biens, des commerçant-e-s et des commerces non interchangeables, à l'opposé de la grande distribution qui incarnerait le symbole de la commercialisation standardisée.

Notre monographie sur la librairie Payot explique la construction de cette identité professionnelle après la Seconde Guerre mondiale, mais qui s'ancre, nous le verrons, dans un héritage plus ancien. Sur le plan de la librairie, elle permet de montrer l'équilibre recherché entre des processus de profit économique et une activité fondée sur

72. Roueff, 2013, p. 159.

73. Thompson, 2010, pp 14-18.

la défense de la valeur culturelle du livre. Cette perspective est une autre manière de qualifier l'interaction entre économie et culture, en parlant d'une plus ou moins grande standardisation ou singularisation des biens proposés par la vente, qui passe par une relation plus ou moins anonyme ou personnalisée créée par les libraires avec leur clientèle.

STRUCTURE, CHRONOLOGIE ET MATIÈRE DOCUMENTAIRE

La première partie de cet ouvrage retrace l'histoire de l'entreprise familiale Payot sur la longue durée à travers les quatre générations qui se sont succédé, entre 1877 et 1986, pour montrer les changements structurels de la maison et les transformations du modèle entrepreneurial à chaque passation de génération. Nous abordons donc ici les logiques économiques dans les stratégies de la direction Payot. Le premier moment va jusqu'en 1900 et correspond surtout aux débuts éditoriaux. Le second moment s'arrête au début des années 1950 et concorde avec d'importants processus d'intégration verticale et horizontale. Enfin, le troisième moment est celui des années qui suivent la Seconde Guerre mondiale, avec le *boom* économique des Trente Glorieuses qui se lit dans la croissance de l'entreprise. Pour chaque étape, nous reprenons les mêmes domaines d'activités en cernant leur évolution et leur poids respectif dans l'équilibre général de la maison⁷⁴.

Les deuxième et troisième parties du travail se centrent sur les années ultérieures à la Seconde Guerre mondiale et sur la seule activité de librairie de Payot. Ce choix s'explique par le fait que les activités de l'aval se développent dans la maison Payot durant cette période et par le fait que les sources documentaires sont nettement plus nombreuses que sur la première moitié du XX^e siècle. La seconde partie porte plus particulièrement sur les pratiques de vente en s'arrêtant sur le rôle concret d'intermédiaire de la librairie entre le livre et le lecteur. Nous envisageons cette question selon quatre axes. Le premier propose une cartographie à la fois quantitative et qualitative de la librairie en Suisse romande pour dessiner la typologie des librairies dès la Belle Époque, afin de contextualiser l'émergence de ce modèle. Les trois axes suivants analysent les commerces Payot. Le premier compare les magasins de

74. Les principales sources sont constituées des bilans de l'entreprise (1923-1948 et 1953-1971), ainsi que des documents administratifs liés à la gestion de la maison qui portent principalement sur la seconde moitié du XX^e siècle. Pour les années antérieures, nous nous fondons sur les travaux de François Vallotton (Vallotton, 2001), ainsi que sur des documents qu'il nous a transmis. Aucun procès-verbal d'assemblées de la direction n'a, en revanche, été retrouvé.

la maison situés dans différentes villes suisses, le second porte sur les assortiments sur lesquels mise l'enseigne, enfin, nous abordons les dispositifs matériels de vente qui changent le mode d'accès à la librairie. Ainsi nous répondons aux trois questions relatives à l'activité du commerce de détail : où vendre ? quoi vendre ? Et comment vendre ? Avec en filigrane la question centrale : à qui vendre ?⁷⁵

Enfin, après cette focale sur le lieu de vente, la troisième partie aborde les actrices et les acteurs qui font vivre ce commerce, soit les libraires qui valorisent leur métier en le professionnalisant. Pris entre des contraintes économiques propres au commerce de détail, tout en voulant défendre la particularité de leur activité en tant que commerçant culturel, ils sont pris dans un *double bind*. Leur revendication est de valoriser la singularité de leur commerce, que ce soit par un protectorat commercial régulé par le cartel de la branche, par la revendication des employé-e-s pour un meilleur statut social, par l'importance accordée à la formation professionnelle ou encore par les valeurs véhiculées et l'identité générale du métier. Nous abordons ces quatre axes, qui s'enracinent dans les années 1940, mais qui s'intensifient après la Seconde Guerre mondiale⁷⁶.

Sur le plan chronologique, la période retenue dans ces deux dernières parties, principalement entre 1950 et 1980, insiste sur le moment de croissance du marché du livre dans le monde francophone. Si le début des années 1950 représente encore une phase difficile pour le livre français, la reprise se dessine entre 1954 et 1959 pour arriver à un *boom* éditorial entre 1959 et 1973⁷⁷. Quant à la borne en aval, les années 1980 constituent un virage dans le marché du livre avec les mouvements de concentration dans le monde éditorial français qui ont un impact en Suisse romande sur les structures importatrices au niveau de la diffusion/distribution et donc sur les librairies. Les dates retenues permettent donc d'étudier le moment de croissance économique qui facilite une modernisation de la branche tout en montrant les premiers signes de basculement vers une nouvelle situation. Elles recouvrent grosso modo l'activité de la troisième génération Payot, qui

75. Différents types de sources sont mobilisés principalement issues du fonds Payot : iconographie, plans de la transformation des magasins, catalogues publicitaires, inventaires, rapports des cadres à la direction, correspondances de la direction avec ses partenaires commerciaux, presse professionnelle, réponses à une enquête statistique.

76. Nous nous fondons principalement sur des documents issus du fonds de l'Association professionnelle des libraires et éditeurs (ASDEL, ex-SLESR), ainsi que sur des correspondances tirées du fonds de La Baconnière dont le directeur, Hermann Hauser, a été très actif dans l'association. Par ailleurs, nous utilisons la presse des syndicats des employé-e-s (ARPLE, puis SREL).

77. Renard et Rouet, 1998, pp. 646-648.

prend les rênes de l'entreprise en 1953 et se retire progressivement de la direction au début des années 1980.

Sur le plan historiographique, la confrontation de documents pluriels a permis de reconstituer les jalons de l'histoire de l'entreprise Payot et, plus généralement, du commerce de la librairie en nous fondant sur du matériel iconographique, architectural, comptable, commercial, journalistique, statistique, ainsi que sur des sources orales. Cette variété de sources est riche dans sa diversité, mais elle présente aussi la contrainte d'une discontinuité dans le temps. Ceci explique l'option pour cette étude d'une structure thématique et non chronologique. Mais, d'une manière plus générale, ce « panachage » archivistique est caractéristique de l'objet étudié. Les archives d'entreprises familiales et de taille moyenne sont généralement peu conservées par les directions⁷⁸, et notamment en ce qui concerne le commerce de détail, qui demeure une zone d'ombre de l'historiographie⁷⁹. Que dire alors du commerce de la culture, rendu facilement invisible, puisqu'il demeure dans les coulisses d'acteurs plus prestigieux comme les éditions ou les médias qui font office d'un plus grand nombre de travaux universitaires ? Les archives de la maison Payot, entreprise suffisamment importante pour que des documents aient été conservés⁸⁰, apparaissent quasiment comme une exception qui confirme la règle ; des archives de librairies pourtant d'autant plus précieuses à conserver et à valoriser à l'heure actuelle, où la révolution du numérique marque un nouveau temps historique pour le secteur du livre⁸¹.

78. Olivier, 2010, p. 6.

79. Chessel, 2012.

80. Et pourtant sauvés *in extremis* par François Vallotton et Danielle Mincio, alors conservatrice de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, lors de la fermeture du magasin Payot de la rue de Bourg.

81. Entre parenthèses figurent les sommes indexées en francs suisses pour la valeur 2017 selon l'indice suisse des prix à la consommation au moyen de la calculatrice de renchérissement de l'Office fédéral de la statistique suisse qui remonte à 1915. Pour les sommes antérieures, nous avons laissé les montants en francs courants. Pour la conversion en euros, 1 franc suisse correspond à 0,9 centimes d'euros en juillet 2019.

PARTIE I
HISTOIRE DE L'ENTREPRISE PAYOT

En plus d'un « capitalisme d'édition » décrit par Jean-Yves Mollier à travers les empires éditoriaux français du XIX^e siècle¹, un nouveau type de librairie apparaît avec l'essor de la culture de masse fondé sur un « capitalisme de librairie ». Au modèle traditionnel de la boutique se superpose alors celui de magasin de plus large envergure, qui implique une plus grande division du travail entre la vente et les activités de coulisse. En une génération, c'est-à-dire entre celle du fondateur Fritz Payot à la fin du XIX^e siècle et celle de son successeur, Samuel Payot, au début du siècle suivant, la librairie-édition Payot a suivi ce développement. Elle est passée d'un modèle centré sur une « maison » d'édition et de librairie, où le patron fondateur demeure la figure de référence pour une équipe de petite envergure, à celui d'une « entreprise » d'édition et de librairie qui voit s'éloigner les dirigeants de la base de l'activité pour se retirer dans les sphères décisionnelles². Le directeur devient alors un entrepreneur qui fait passer sa maison au rang d'une petite et moyenne entreprise par son changement de taille et de mode d'organisation.

Cette évolution de la librairie Payot se dessine dans celle, plus générale, de l'ensemble des activités de la famille, qui se lisent sur deux plans. Le premier se cantonne à l'entreprise Payot, réunissant les secteurs de la librairie et de l'édition depuis ses débuts, puis intégrant un secteur de diffusion dans les années 1970. Le second plan est celui d'activités que la famille développe hors de la librairie-édition *stricto sensu*, en investissant dès l'entre-deux-guerres d'autres domaines de l'imprimé.

1. Mollier, 1988.

2. Sur ces deux modèles dans le secteur éditorial, voir Mollier, 1998, p. 107.

Dès sa création, Payot utilise les potentiels du marché du livre qui, en Suisse romande, connaît sa « seconde révolution » surtout dès la Belle Époque³. À la première génération, son fondateur, Fritz Payot, profite du développement de l'édition scolaire. Au début du XX^e siècle, ses successeurs, Samuel et Gustave Payot font preuve d'un fort sens commercial, en refaisant totalement à neuf leur magasin de librairie et en développant un réseau de succursales, chose encore inhabituelle à cette époque. Ils ouvrent aussi une succursale d'édition rapidement réputée à Paris. Cette double activité de librairie et d'édition perdurera après la Seconde Guerre mondiale, avec toutefois une attention marquée sur l'aval de la chaîne du livre (la diffusion et la vente).

Mais, la famille Payot ne se cantonne pas à ce développement. Elle y ajoute, dans l'entre-deux-guerres, une intégration verticale en investissant des sociétés actives dans d'autres secteurs de la communication. Son intérêt est multiple : la création d'une société financière, Lousonna SA, qui chapeaute des entreprises d'impression, d'édition de presse, de kiosques et de médias, lui permet d'exercer un contrôle sur des secteurs autres que ceux de sa propre maison. Cette position offre aussi l'avantage de bénéficier de bonnes conditions d'achat et de vente auprès d'entreprises partenaires et de s'assurer une fidélité dans les relations commerciales. Payot et ses partenaires, dont les importantes Imprimeries Réunies de Lausanne (IRL), ont progressivement acquis une place de choix sur le marché de la communication en Suisse romande.

Si cette pluriactivité est une explication de la longévité de la maison, d'autres facteurs sont significatifs. L'importance de liens commerciaux avec les entreprises sœurs offre, en plus d'un profit économique direct, un réseau sur lequel bâtir son assise. Comme le montre Jean-Marc Olivier, une des clés de réussite des petites et moyennes entreprises, occupant de 10 à 100 employé·e·s, tient à ce capital social qui assure une compétitivité⁴ grâce à une action sur le long terme par des jeux d'alliances. Cette dimension est redoublée, dans le cas du secteur du livre en Suisse romande, par la force du cartel interprofessionnel régulé au sein de l'association patronale, la Société des libraires et éditeurs de la Suisse romande (SLESR), dont Payot est une actrice centrale. Malgré sa position de force dans la branche, Payot croit fermement à l'importance du cartel, participant

3. Vallotton, 2001, pp. 99 et ss.

4. Olivier, 2010, p. 3.

d'un « libéralisme modéré » caractéristique de l'économie helvétique de cette époque, pour limiter la concurrence et préserver la valeur qualitative du livre. À l'opposé du système anglo-saxon, le marché suisse se fonde en effet sur une « économie de marché coordonnée »⁵, soit sur des alliances fortes entre firmes. Pour aller dans le sens d'Alain Cortat et de Jean-Marc Olivier, la logique poursuivie n'est donc pas celle d'une visée sur le court terme, mais bel et bien la préservation de « profits réguliers à moyen et long terme »⁶ grâce à la régulation de conditions de vente favorables aux professionnels du livre.

L'importance de structures familiales dans ces PME explique aussi cet équilibre en bâtissant des liens professionnels fondés sur une proximité relationnelle. La direction familiale offre la possibilité pour des entreprises de cette taille de ne pas disperser le capital en gardant la majorité des actions en mains familiales et de maintenir le pouvoir décisionnel sur la politique des sociétés⁷. Certes, la croissance de l'entreprise Payot suppose progressivement la nomination de « fondés de pouvoir » à qui l'on confie la gestion courante, mais les directeurs issus de la famille gardent le contrôle sur les décisions majeures ; certes, l'actionnariat de la maison s'ouvre à des personnes extérieures aux membres de la famille dans les années 1960, mais le cercle d'actionnaires ne dépasse pas celui des plus fidèles employé.e.s. Globalement, le modèle est donc celui d'une entreprise qui maintient le patrimoine au sein de la famille. La logique financière est aussi fondée sur la recherche d'une autodétermination et d'une autonomie financière vis-à-vis des emprunts bancaires que les directeurs ont cherché à limiter, même s'ils ont été par moment indispensables. Toutefois, comme nous le verrons, la perdurance et la prudence lisibles dans la gestion des affaires de l'entreprise n'ont pas rimé avec une attitude « frileuse ». Bien au contraire, la direction Payot a su opérer d'importants investissements lorsque les occasions se présentaient.

Pour dessiner cette évolution structurelle sur le long terme, nous nous appuyons sur le modèle classique des grandes étapes de l'entreprise de famille, tel que Dominique Barjot le définit en parlant de la constitution du capitalisme familial, puis de sa pérennisation, de son développement et de sa cessation⁸. Il met en évidence la

5. Ginalski, 2015.

6. Cortat et Olivier, 2014, p. 13.

7. Ginalski, 2015, pp. 87-88.

8. Barjot, 2003, pp. 207-209.

«loi des trois, voire quatre générations» qui correspond à notre objet. La première génération (1877-1900) de Payot est en effet celle de son *essor*, grâce à une politique essentiellement fondée sur l'édition à une période où ce segment de marché est propice au développement des affaires; la seconde (1900-1953) est celle de son *expansion*, où les directeurs jouent d'une diversification des activités qui donne lieu à des phénomènes d'intégration verticale et horizontale; la troisième génération (1953-1980) est celle de la *pérennisation* dans une logique d'accroissement des acquis en insistant spécialement sur l'aval de la chaîne du livre; enfin, à la quatrième génération, l'entreprise est vendue en 1986. C'est donc la fin du capitalisme familial à une période charnière, où il s'agissait de prendre le virage des années 1980 et 1990 qui connaissent des vagues de concentration et des dérégulations dans la branche.

1. LA PREMIÈRE GÉNÉRATION: LE POIDS DE L'ÉDITION (1877-1906)

Les historiques commémoratifs de la maison Payot¹ se plaisent à faire remonter l'origine de l'entreprise en 1835². Pour prestigieuse qu'elle puisse paraître, cette date témoigne plus d'une mythologie que d'une réalité historique. En effet, le premier représentant de la famille, Fritz Payot, intègre le métier en 1875 en tant que comptable. Bien sûr, au moment où il devient associé, deux ans plus tard, du libraire-éditeur Arthur Imer-Cuno, la maison est l'héritière d'une longue tradition de libraires, à commencer par Marc-Auguste Ducloux qui fonde son imprimerie en 1833, puis sa librairie deux ans plus tard, en association avec François et Georges Noir. Déménageant de la place Saint-Laurent à la rue Neuve, puis à la Palud en face de l'Hôtel de ville, Ducloux baptise sa maison « Librairie religieuse et d'éducation » et devient un des instigateurs les plus dynamiques de l'édition lausannoise en profitant de l'essor de l'académie, avec des personnalités comme Alexandre Vinet, Charles Secrétan, Juste Olivier, Louis Vuillemin et en se profilant dans le domaine religieux. Il vend son commerce en 1844 et s'installe à Paris après avoir pu faire « en dix ans une petite fortune »³, même s'il caressait l'espoir initial de s'envoler pour les Amériques.

Son successeur, Georges-Victor Bridel continue son activité en centrant sa production sur les ouvrages religieux, académiques et sur la littérature suisse romande, auxquels il ajoute progressivement des publications notamment destinées à la jeunesse. En 1851, Bridel,

1. Deux historiques de la maison ont été tracés : une note commandée par Samuel Payot à Georges-Antoine Bridel en 1935 pour une plaquette commémorative à l'occasion du « centième » anniversaire de la maison, qui n'a finalement pas été publiée ; et un « Historique au 1^{er} juillet 1978 » commandé par Jean-Pierre Payot à un employé, non publié également.

2. C'est cette date qui est choisie comme frontispice à l'immeuble Payot de la rue de Bourg édifié en 1912-1913.

3. Lettre de Mme Ducloux à sa tante, 3 septembre 1844, citée par Corsini, 1993, p. 77.

de santé fragile, se concentre sur ce travail éditorial, qu'il complète par la suite par une imprimerie prospère, et décide de vendre son fonds de commerce de librairie à trois de ses employés, Auguste Delafontaine, François Panchaud et Louis Dupuis. Ces deux derniers associés se retirent rapidement, ce qui amène Delafontaine à continuer l'exploitation de la librairie avec François Rouge en 1862. En 1866, ils rachètent le fonds de la librairie Chavannes et s'installent à la rue de Bourg 1, lieu emblématique de la future maison Payot. En 1867, Delafontaine décède et Rouge s'installe à la rue Haldimand, où cette enseigne demeure longtemps, créant un pôle du livre universitaire à Lausanne. Du côté de la rue de Bourg, les directions s'enchaînent : P. Dardel, auquel succèdent S. Blanc, A. Imer-Cuno et D. Lebet, qui quittent ensuite la maison pour la laisser à Arthur Imer-Cuno en solo dès 1875, date à laquelle il embauche Fritz Payot.

GÉNÉALOGIE DE LA LIBRAIRIE PAYOT

AVANT SA REPRISE PAR FRITZ PAYOT

- 1833 Fondation par Marc-Auguste Ducloux d'une imprimerie typographique.
- 1835 Ducloux y ajoute une librairie-édition (livres religieux et d'éducation). Installation à la place Saint-Laurent et plus tard à la place de la Palud.
- 1844 Ducloux cède son entreprise à Georges-Victor Bridel.
- 1851 Bridel cède la librairie à ses employés et maintient la maison d'édition. La librairie est d'abord tenue par Auguste Delafontaine, François Panchaud et Louis Dupuis. Puis Delafontaine reste seul.
- 1862 Association de Delafontaine avec François Rouge.
- 1866 Leur librairie est transférée à la rue de Bourg n° 1 en reprenant la librairie E. Chavannes fondée en 1848 (sise à la rue de Bourg dès 1857).
- 1867 Décès de Delafontaine. Rouge s'installe à la rue Haldimand et P. Dardel reprend la librairie de la rue de Bourg.
- 1868 Rachat de la librairie de Bourg par S. Blanc, D. Lebet & A. Imer-Cuno.
- 1873 Blanc et Lebet se retirent. Arthur Imer-Cuno garde seul la maison.
- 1875 Fritz Payot entre comme comptable chez Imer-Cuno.

1877 Fritz Payot devient associé de la Librairie Imer & Payot.

1886 Fritz Payot garde seul l'exploitation de l'édition et de la librairie.

Fritz Payot est un nouvel entrant dans le monde du livre. Il est, en effet, issu d'une famille d'agriculteurs originaire de Corcelles sur Concise dans le nord du canton de Vaud. Né en 1850, il entre un peu par hasard dans le métier, alors que sa mère le destine à une carrière d'enseignant au vu de ses résultats scolaires prometteurs. En 1869, il obtient son brevet d'instituteur et parfait sa formation à l'étranger, comme précepteur en Prusse, puis comme professeur de français à Thuringe et à Bradford en Angleterre. À son retour, et dans l'attente d'un poste dans l'enseignement secondaire, il entre à titre provisoire à la librairie Imer en qualité de comptable. Le provisoire se transforme rapidement en définitif puisque Fritz Payot décide, après un temps d'hésitation, d'embrasser la carrière de libraire. Il devient d'abord collaborateur de Imer puis son associé en 1877, alors que Imer-Cuno cherche à développer son activité éditoriale à côté du magasin. Leur collaboration dure jusqu'en 1886, date à laquelle Imer-Cuno décide d'abandonner définitivement l'activité de librairie pour se concentrer sur l'édition et laisse la maison à Payot qui la reprend à son propre compte.

Tout en maintenant la librairie de détail, Payot sent rapidement des opportunités du côté éditorial. Selon François Vallotton, c'est à la Belle Époque que le monde éditorial connaît une mutation, passant de maisons qui trouvaient leur public parmi les élites religieuses, académiques et politiques à des maisons qui optent pour une politique commerciale plus offensive. L'ancienne génération de libraires-éditeurs était en effet entrée en scène dans les années 1830 trouvant dans les luttes politiques et religieuses la voie à une production d'ouvrages et de journaux au service de l'élite intellectuelle. Les libraires-éditeurs faisaient tourner les presses par la publication de journaux, pamphlets, documents administratifs, ainsi que par des ouvrages d'édification religieuse et morale. Comme le remarque François Vallotton, ces éditeurs « militants » ont trouvé une insertion sociale dans « la prise en charge d'un rôle idéologique et la promotion d'une littérature destinée prioritairement à un public suisse francophone »⁴.

4. Vallotton, 2001, p. 63.

La politique de Fritz Payot rompt avec cette conception. Il abandonne rapidement le secteur traditionnel de la littérature religieuse⁵, précédemment porté par un Imer-Cuno fervent défenseur de la tradition libriste, pour investir deux principaux créneaux. Le premier est celui de la littérature suisse romande⁶ et qui représente environ 30 % du catalogue Payot entre 1880 et 1900⁷. Le second, et c'est là la véritable mine d'or de la maison, est le marché du livre scolaire. Sur le modèle de Louis Hachette qui, cinquante ans plus tôt, avait percé les milieux pédagogiques parisiens, Payot s'assure les bons soins du Département de l'instruction publique vaudois dont il devient l'éditeur quasi attiré à partir des années 1880. Comme Hachette, mais sur une toile de fond moins politisée⁸, il entre dans le métier de libraire après avoir esquissé l'espoir refoulé d'entrer dans l'enseignement secondaire (et non primaire), malgré ses années passées à l'étranger. Il mettra donc à profit sa connaissance des milieux pédagogiques pour investir un marché nouveau tout en utilisant les acquis de ses prédécesseurs: Blanc, Lebet et Imer ont été les éditeurs mandatés par l'État en 1865 lors de la loi supracantonale sur les manuels scolaires. Ceux-ci étaient en effet encore quasi inexistantes dans le canton de Vaud jusqu'à cette époque⁹, mais ils se sont systématisés sous l'effet de la diversification des branches enseignées qui ne se limitaient plus aux matières de base, soit la lecture, l'écriture et les mathématiques. En 1865, un plan d'études fixant les règles de priorité des branches¹⁰ débouche sur un processus d'uniformisation du matériel scolaire, légiféré en 1889, qui implique une intervention toujours plus importante de l'État dans le choix des manuels, afin de lutter contre l'anarchie des méthodes d'enseignement. Ce phénomène s'accroît encore en 1891, lorsque les fournitures scolaires, manuels et articles de papeterie, deviennent gratuits dans le canton de Vaud, ce qui enlève à l'enseignant le choix de la méthode utilisée¹¹. Cette centralisation des directives dans les mains étatiques a des implications

5. Entre 1880 et 1920, la part dévolue à la littérature religieuse aux Éditions Payot passe de 11,41 % à 1,65 %, avec une baisse flagrante au tournant du siècle. *Ibid.*, p. 406.

6. Sur l'importance acquise par la littérature suisse romande durant cette période, Maggetti, 1995.

7. Vallotton, 2001, p. 406.

8. Louis Hachette a dû abandonner ses velléités d'embrasser une carrière d'enseignant à la suite de la fermeture de l'École normale par le pouvoir royaliste en 1822, ce qui l'aurait poussé à développer le secteur de l'édition scolaire. Mollier, 1999a, pp. 95-99.

9. Vallotton, 2001, p. 141.

10. Giddey, 1953, pp. 260-261.

11. Sur la mise en place de la gratuité scolaire, *Chère gratuité*, 1991.

non négligeables sur le champ éditorial, puisqu'elle suppose de privilégier quelques éditeurs qui collaboreront activement avec les milieux pédagogiques romands.

Fritz Payot en est un des principaux adjudicataires. Sur le plan vaudois, il acquiert un quasi-monopole à partir des années 1880, à tel point que sa maison édite 240 ouvrages scolaires entre 1880 et 1920, fournissant en moyenne les trois quarts du matériel scolaire sur cette période¹². Sur le plan romand, les Éditions Payot sont aussi mandatées dans les années 1890 aux côtés de collègues genevois et neuchâtelois par la commission intercantonale ayant pour but d'harmoniser les manuels d'histoire, de géographie et de français des cantons de Vaud, Genève et Neuchâtel qui connaîtront de nombreuses rééditions et représenteront un apport supplémentaire pour Payot en lui permettant de s'implanter dans les cantons voisins.

François Vallotton avance plusieurs facteurs qui expliquent le poids acquis par Payot dans le créneau de l'édition scolaire. Fritz Payot rachète tout d'abord la « papeterie et librairie classique » de Martheray, spécialisée dans la vente de fournitures scolaires à laquelle Payot s'associe avec Félix Gaillard-Pousaz, secrétaire de la commission des écoles. Il reprendra cette structure à son compte en 1890, période qui coïncide avec une augmentation franche de la production annuelle générale de titres parus aux Éditions Payot, puisqu'elle double quasiment en 1892 (annexe 2). Payot reprend aussi la publication du journal *L'École*, édité précédemment par Imer, où il rassemble les plumes des milieux de l'éducation et dont il fait évoluer la ligne vers un plus fort relais des positions prises par les milieux politiques. Il saura toutefois en interrompre la publication en 1899 pour ne pas faire d'ombre à *L'Éducateur*, organe officiel des milieux pédagogiques vaudois qui, en l'occurrence, fait de la publicité pour les manuels Payot. Enfin, Fritz Payot est appelé à participer aux commissions de recommandations des « bonnes lectures » pour la jeunesse, où il met en avant ses propres publications littéraires. L'édition est en effet bien vue des milieux de lutte contre la littérature immorale, les « bonnes » et les « mauvaises » lectures destinées à la jeunesse étant scrupuleusement contrôlées par les instances pédagogiques, religieuses et associatives qui dénoncent les

12. Les éléments qui suivent sont tirés du travail de François Vallotton sur les débuts de la librairie Payot, qui relève le pourcentage de la maison Payot dans les fournitures scolaires vaudoises entre 1898 et 1920. Vallotton, 2001, pp. 145-146.

éditeurs et les commerçants peu scrupuleux¹³. Une loi vaudoise de 1909 permet aussi de punir les commerçants qui vendent des livres, journaux et périodiques non respectables, décision juridique que la SLESR appuie en défendant à ses membres d'exposer et de vendre toute production littéraire jugée malsaine¹⁴. Quant à la « Société romande pour la diffusion des bons écrits » fondée sous les auspices de la Société d'utilité publique, sa mission consiste à désigner les publications recommandables de Suisse romande, comme la future collection « le Roman romand » des Éditions Payot¹⁵.

À côté de la vente au détail en librairie, qui s'élevait à cette époque à environ 50 % du chiffre d'affaires de la maison, Fritz Payot s'est donc spécialisé dans l'édition scolaire, qui a représenté 10 % puis 20 % du total de la production éditoriale totale en Suisse romande dans le dernier tiers du XIX^e siècle¹⁶. En s'engageant dans l'édition scolaire, Fritz Payot a donné une assise pérenne à son entreprise, cela par un triple avantage : économique, bien entendu, grâce au monopole du livre scolaire dans le canton de Vaud sur plus d'un demi-siècle comme l'atteste une lettre de Payot à la Bibliothèque nationale suisse en novembre 1950, qui affirme que leurs éditions ont été jusqu'alors le fournisseur quasi exclusif du DIP vaudois pour l'enseignement primaire¹⁷ ; social, puisque Fritz Payot a su s'approcher des réseaux d'influence parmi les élites scolaires et politiques, siégeant lui-même comme membre au Conseil communal lausannois dès 1894 dans le camp des libéraux¹⁸ en affichant une sensibilité plutôt progressiste¹⁹ ; enfin symbolique, l'édition Payot devenant en quelque sorte le « double » de l'instituteur, prenant par la main chaque petit écolier vaudois dans le lent processus d'apprentissage scolaire et cela sur plusieurs générations. Comme ont pu en témoigner plusieurs ancien-ne-s employé-e-s de Payot, cette enseigne était directement associée à la marque de l'entreprise imprimée sur les livres d'école et notamment sur la première méthode de lecture *Mon premier livre* rééditée à de multiples reprises. Le nom

13. Pitteloud, 1998.

14. Heller, 1988, pp. 133-134.

15. *Ibid.*, p. 134.

16. De Leonardis et Vallotton, 1997, p. 22.

17. Lettre des Éditions Payot à la Bibliothèque nationale suisse, 30 novembre 1950, Fonds Payot, I/003.

18. Fichier des conseillers municipaux et communaux, n° 175, Archives de la Ville de Lausanne.

19. Un article de *La Revue* indique que, comme conseiller communal libéral, il a souvent voté avec la gauche sur des questions importantes. [Non signé], *La Revue*, 1^{er} août 1900.

de l'entreprise Payot faisait en quelque sorte partie de l'inconscient collectif de tout individu scolarisé à l'école vaudoise.

Toutefois, si l'entreprise atteint en 1900 un important chiffre d'affaires, pour pouvoir poursuivre une politique d'investissement, Fritz Payot a besoin de liquidités par des apports financiers nouveaux. Pour cela, il privilégie la voie de fonds privés. En 1889, il contracte un prêt auprès d'un dénommé Fernand d'Albis, propriétaire terrien à Jouxens que Fritz Payot a pu rencontrer dans le cadre du Parti libéral. Trois ans plus tard, il réengage un prêt auprès de Marc Hebmann qu'il embauche aussi comme employé dans la maison. Sur le plan structurel, la maison change de statut en 1900: Fritz Payot transforme la maison en une société en commandite, la Société Payot et C^{ie}, type de société où une personne extérieure investit de l'argent, mais sans participer à sa gestion et en étant responsable des dettes à la seule hauteur de sa commandite. Fritz Payot engage alors une commandite auprès de Georges Tissot-Balmer, dont les liens avec la famille Payot demeurent inconnus.

À son décès subit quelques mois plus tard, Fritz Payot laisse ainsi une entreprise prospère. Marc Hebmann reprendra la direction *ad interim* puisque les enfants de Fritz Payot sont pour la plupart mineurs. Pour assurer la pérennité financière, la veuve de Fritz, Valérie Payot (née Barbey), constitue une nouvelle société en commandite sous la raison sociale de «Payot & Cie, Société lausannoise d'édition» (1900-1908) que se partagent ses enfants et Georges Tissot-Balmer. Ainsi, même si Marc Hebmann dirige l'entreprise, Valérie Payot en garde le contrôle jusqu'à ce que ses fils en reprennent la direction.

2. LA DEUXIÈME GÉNÉRATION: ACCROISSEMENT ET DIVERSIFICATION (1906-1953)

Représentant de la deuxième génération, Samuel Payot (1885-1953) reprend le flambeau de l'entreprise au décès de Marc Hebmann en 1906, accompagné par son frère Gustave Payot (1884-1960). Le premier a accompli son apprentissage de libraire dans la maison familiale entre 1901 et 1903, formation qu'il parfait par des stages en Suisse alémanique et en Allemagne; un parcours quasi obligé pour un jeune libraire qui, outre avec la langue, se familiarise avec l'organisation de la librairie germanique qui diffère en plusieurs points des méthodes françaises¹. Maintenant le patrimoine en cercle proche, Samuel Payot épouse à 21 ans Thérèse Kamm, la belle-fille de Marc Hebmann. Son frère, Gustave Payot, est licencié en sciences sociales à l'Université de Lausanne, où il a été l'étudiant de Vilfredo Pareto. Cette différence de formation entre les deux successeurs s'explique par leurs inclinations différentes qui se concrétisent à travers leur fonction respective dans l'entreprise: alors que Samuel Payot se profile rapidement comme le meneur d'affaires, Gustave est le « lettré » de la fratrie qui, côtoyant des sommités intellectuelles, fondera des éditions à Paris rapidement reconnues pour la qualité de leurs publications dans les sciences humaines. Deux faces donc d'une même pièce, l'un qui porte la part commerciale et l'autre le prestige intellectuel². À leurs côtés, le reste de la fratrie se répartit les activités selon une savante division des tâches: Fritz (junior) s'occupe de la comptabilité et, plus tard, de la gestion des succursales, cela jusqu'à sa retraite en 1961; Henri, plus mondain,

1. Une des différences majeures vient du système de librairie de gros que connaît l'Allemagne où les éditeurs passent par un diffuseur « indépendant » des éditeurs pour distribuer leurs ouvrages.

2. Une correspondance entre les deux frères révèle un Samuel Payot qui dispense à Gustave des conseils financiers et de stratégies de placements (notamment immobiliers) et qui gère la comptabilité annuelle de Payot-Paris en 1927, alors que la société est déjà indépendante de la maison lausannoise. Correspondance entre Samuel et Gustave Payot, 1927-1950, fonds Payot, VII 209/1.

a une fonction d'«entregent» auprès de la clientèle et des réseaux de sociabilité parmi la bourgeoisie locale (Société de belles-lettres, Rotary club et Cercle littéraire de Lausanne, notamment); enfin Suzanne et Auguste s'occupent pendant un temps de la vente. Cette génération correspond à la période de forte croissance de l'entreprise. Sous l'impulsion de Samuel Payot, d'importants investissements sont en effet opérés dans les différents secteurs, évolution que nous allons dans un premier temps présenter dans ses grandes lignes.

ÉVOLUTION STRUCTURELLE DE LA MAISON PAYOT

Une première période, entre 1906 et 1913, correspond au développement des activités déjà existantes dans la maison. Elle débute surtout en 1908, lorsque Samuel et Gustave Payot rachètent l'immeuble qu'ils occupent à la rue de Bourg. Pour cela, ils empruntent la somme importante de 450 000 fr. et hypothèquent l'immeuble auprès de différents créanciers. Il est frappant de constater que les principaux prêts proviennent pour une large part de personnes privées et non d'institutions financières, afin de maintenir une indépendance vis-à-vis d'emprunts bancaires³ trop importants. Relevons également que cette propriété restera en possession de Samuel et Gustave Payot à titre personnel et n'appartiendra pas à la maison Payot qui leur paiera un loyer pour l'utilisation des locaux.

Bien que les affaires de la maison semblent bénéficiaires, Georges Tissot-Balmer retire sa commandite en 1910. Gustave et Samuel prennent alors les rênes de la maison, dont ils ont la responsabilité financière, tandis que les autres membres de la famille (mère et fratrie) en sont commanditaires à hauteur de 60 000 fr. pour Mme Valérie Payot et de 11 111 fr. pour chaque frère et sœur. Le géographe Maurice Borel, sur lequel nous ne possédons pas de renseignements, souscrit aussi une commandite à hauteur de 50 000 fr.⁴, montant qu'il doublera en 1912. Pour financer sa maison, la famille Payot a donc encore uniquement recours à l'apport familial et à des commandites de personnes privées.

3. Le prêt principal est fourni par Mme Alice Lévy, dont nous ignorons malheureusement le lien entretenu avec la famille Payot. La famille du négociant Manuel, chocolatier situé sur la place Saint-François, leur prêtera aussi de l'argent. Enfin, la Banque Cantonale Vaudoise leur prêtera quand même le manque pour obtenir la totalité de la somme à amener en liquidités. Obligations hypothécaires du 24 septembre 1908, papiers Vallotton.

4. Selon la convention passée entre Samuel Payot et Maurice Borel, ce dernier aura droit annuellement à 8 % du montant de sa commandite soit 4000 fr. qu'il engage jusqu'en 1916.

En 1912, Samuel et Gustave décident de démolir l'immeuble de la rue de Bourg et de le reconstruire selon des normes architecturales plus modernes et pour agrandir leur espace de vente. Face au coût élevé, ils réengagent une importante hypothèque auprès, cette fois-ci, de l'assurance La Genevoise, ainsi qu'auprès de Daniel Peter, administrateur délégué de la société Peter-Cailler & Kohler et directeur de la fabrique de chocolat du même nom⁵. Ces investissements attestent de la bonne santé de l'entreprise puisque, selon les données de François Vallotton⁶, son chiffre d'affaires s'élève en moyenne à 800 000 fr. entre 1911 et 1914, alors qu'il était de 491 000 fr. au décès de Marc Hebmman en 1906. Les investissements opérés dans l'immeuble ont notamment des répercussions directes : l'ouverture du nouveau bâtiment en 1913 dope les ventes, puisqu'elle rime avec une augmentation de 25 % des achats, dont 14 % au comptant⁷, qui sont une source de liquidités directes et qui relèvent d'une autre conception de la vente que celle d'un crédit ouvert chez le commerçant, pratique encore courante en librairie.

Sur le plan des éditions, ces années correspondent également à plusieurs développements. Elles perpétuent leurs efforts sur les ouvrages scolaires et académiques, qui s'élèvent à environ 50 % des titres annuels⁸. Elles rachètent notamment le fonds Borgeaud, en 1912, qui leur permet d'accroître encore leur monopole sur les manuels scolaires. Mais elles investissent aussi d'autres domaines. Elles diversifient par exemple leur production en augmentant la part attribuée aux ouvrages documentaires, qui traitent de sujets sociaux, historiques, de sciences naturelles. Ce genre, nous le verrons, ira s'accroissant dans le catalogue des Éditions Payot. En littérature, elles créent la collection « Le Roman romand » en 1910 qui propose à prix avantageux les auteurs en vogue de la littérature romande. Avec cette collection « populaire », les Éditions Payot développent leur catalogue littéraire qui représente, en 1910, un tiers des titres annuellement publiés⁹. Sous l'impulsion de Gustave Payot, les éditions sortent aussi des livres de bibliophilie, dont *Le Village dans la montagne* de Ramuz illustré par Edmond Bille en 1908. Toutefois, sur le plan éditorial, le fait le plus significatif durant cette période est l'ouverture des

5. Obligations hypothécaires du 5 août 1912 et du 1^{er} décembre 1913, papiers Vallotton.

6. Vallotton, 2001, pp. 293 et 287.

7. *Ibid.*, p. 294.

8. *Ibid.*, p. 406.

9. Selon le relevé du dépôt annuel des titres de Payot à la Bibliothèque cantonale universitaire de Lausanne (BCU).

Éditions Payot-Paris en 1912, succursale de la maison lausannoise. Gustave Payot arrive rapidement par son entregent à s'imposer dans la capitale française, même pendant la Première Guerre mondiale.

Les années de guerre ne sont pas réellement déficitaires pour l'ensemble de la maison, une situation qui peut s'expliquer par les retombées des différents investissements entrepris précédemment. Certes, la production des éditions a décéléré puisque, de la septantaine de titres parus en 1910, qui constituent un pic dans l'histoire de la maison (annexe 2), elle redescend à une moyenne de 40 titres pendant les années de guerre. Certes, le chiffre d'affaires général de la maison baisse pendant ces années, puisqu'il s'élevait à 820 368 fr. constants en 1914 pour tomber à 483 000 fr. constants en 1919¹⁰. Mais, la maison engrange quand même des bénéfices pendant cette période, à tel point que Samuel Payot se dit lui-même surpris par ces résultats avouant, en 1917, que « le développement des affaires a dépassé notre attente en rapidité et en importance »¹¹.

C'est ce qui le pousse peut-être à relancer rapidement les affaires à la fin de la guerre. Dès 1918, Samuel Payot développe les activités de la librairie sur un plan horizontal par la création d'un réseau de succursales dans plusieurs villes. Cette forme commerciale, qui se développe en Suisse romande dans plusieurs branches dès le début du siècle, comme l'alimentaire, la chaussure et le textile¹², demeure encore rare dans le livre. Samuel Payot innove donc en profitant des années de crise pour reprendre des fonds de commerces tombés en faillite. Les retombées des succursales sont avantageuses pour la maison. Lors de résultats ultérieurs, la nouvelle exploitation des magasins de Neuchâtel en 1923 et de Bâle en 1930 fait par exemple augmenter le chiffre d'affaires de la maison respectivement de 95 000 (596 000) fr. et de 98 500 (640 000) fr.¹³.

À partir de cette époque, le secteur de la librairie gagne donc en importance. À titre comparatif, alors que la part du chiffre d'affaires de l'édition s'élevait à 50 % au début du XX^e siècle, elle représente environ 30 % dans les années 1930 (annexe 5). Pourtant, comme en librairie, Samuel Payot procède à des rachats de fonds éditoriaux, notamment celui des Éditions lausannoises Bridel vendues à Payot en 1923 et celui de l'édition-imprimerie genevoise Atar qui décide,

10. Vallotton, 2001, p. 293.

11. Lettre de Samuel Payot à Maurice Borel, 20 septembre 1917, papiers Vallotton.

12. Jornod, 2019, pp. 100-103.

13. Rapport du C. A., 1924-1925 et 1929-1930.

en 1926, de se concentrer uniquement sur l'imprimerie. Mais, d'une manière générale, Samuel Payot poursuit dans l'entre-deux-guerres la ligne éditoriale engagée avant la guerre, sans investir de nouveaux créneaux et laissant à son frère le soin d'élaborer, à Paris, une ligne plus prestigieuse au rayonnement aussi plus large qu'à Lausanne.

Cette optique différente explique la dissociation sur le plan juridique des maisons de Lausanne et de Paris en 1923, qui deviennent deux entreprises entièrement indépendantes. En effet, Samuel et Gustave s'opposent dans leur manière de diriger. Le premier, beaucoup plus gestionnaire, a progressivement perdu le contrôle de l'affaire parisienne et considère que Gustave, certes extrêmement pointu dans son catalogue, mais endetté par ailleurs, se montre trop dilettante sur le plan financier. Samuel l'écrit lui-même dans une longue lettre à son frère où il explique ce processus progressif de séparation après l'installation de Gustave à Paris en 1916 :

J'ai fait ce que j'ai pu pour te retenir à Lausanne et donc aller le moins souvent à Paris, ayant toujours le pressentiment que seul à Paris tu serais mal entouré et que Lausanne perdrait à ton départ pour ce qui est de la direction intellectuelle de la maison. Mais ta décision était prise et tu me l'as imposée. Lausanne ne t'intéressait plus et tu voulais te fixer coûte que coûte à Paris. [...] J'ai réalisé à ce moment la perte que je faisais et la rupture de notre vraie collaboration. Dès ce moment et de plus en plus, tu as demandé à jouir d'une entière liberté à Paris. Ce n'était plus de la collaboration. Mon rôle était réduit à celui de contrôleur qui constate après coup, mais qui ne peut ni prévenir ni guérir. Combien de fois n'ai-je pas attiré ton attention à des choses qui me paraissaient des folies, sur une augmentation de frais généraux effarante, mais sans obtenir de résultat. Il aurait fallu être sur place pour collaborer avec toi. Que d'erreurs aurais-je pu t'éviter, par conséquent de pertes. [...] Juge un peu à ce que mon contrôle aurait évité en retirages inutiles. Le seul point est pour pleurer tant nous avons payé de factures de papier d'imprimeurs et de brocheurs qui auraient pu être évitées.¹⁴

Ces propos manifestent bien que les éditions lausannoises ont perdu au départ de Gustave Payot la personnalité qui aurait pu leur conférer une empreinte plus innovante sur le plan littéraire.

14. Lettre de Samuel Payot à son frère Gustave le 8 décembre 1923, retranscrite par François Vallotton, 2001, pp. 421-423.

Ainsi, ce sera surtout le secteur de la librairie et, plus tard, celui de la diffusion sur lesquels se porteront les principaux investissements de la maison.

En 1923, Samuel Payot profite de cette division avec Paris pour transformer le statut de sa maison en société anonyme ce qui lui permet de dissoudre les anciennes commandites et d'augmenter le capital à 600 000 fr. (3,7 millions) réparti en 1200 actions. Il préserve toutefois le profil familial de sa maison, puisque celles-ci sont entièrement détenues par les membres de la famille. Le premier conseil d'administration est constitué de Samuel Payot, président, et de ses frères Gustave¹⁵, Fritz et Henri. La création de la société anonyme est corrélative d'un important emprunt bancaire de 400 000 fr. (2,5 millions), « dans le but notamment de rembourser ses obligations à terme »¹⁶.

Les relations entre les deux frères ne sont pas entièrement gelées. Samuel continue à superviser la gestion financière de Paris dont il détient encore des parts. De même, il demeure attentif à un éventuel développement des affaires en France. Il se montre prêt à investir des fonds pour acheter un immeuble à Paris et pour développer un autre réseau de librairies :

Je m'intéresserais très volontiers à la création d'une Société anonyme qui, sous une forme ou une autre, rappellerait le nom Payot. Ce devrait être une troisième Société anonyme complètement distincte de celle de Paris ou de Lausanne au point de vue juridique et administratif. Le capital devrait être fourni en majorité par Payot-Paris et Payot-Lausanne. On se préoccuperait de reprendre, sinon de créer, des librairies tout d'abord dans les villes universitaires françaises, et dans quelques grandes agglomérations. On pourrait, en outre, créer ou reprendre des librairies dans Paris. Mais cela pourrait venir plus tard. Il faut, pour réaliser un tel programme, un minimum de capitaux liquides. Peut-être est-il prématuré de passer à la création d'une telle Société. Il faut y songer parce que l'idée est intéressante. Je crois que nous la réaliserons fatalement un jour ou l'autre.¹⁷

Mais ce projet, qui germe en 1927, ne verra pas le jour, étant donné la récession des années 1930.

15. Remplacé plus tard par Édouard Payot.

16. « Prospectus Librairie Payot et C^{ie} S. A. à Lausanne », fonds Bridel, 212, MHL.

17. Lettre de Samuel Payot à Gustave Payot, 15 mars 1927, fonds Payot, VII 209/1.

Les investissements ralentissent ainsi à partir de cette période. Dès 1933, la situation chute continuellement jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, avec une forte décroissance en 1935-1936 puisque le bénéfice net ne représente plus que le 10 % de celui enregistré l'année précédente¹⁸, passant de 35 000 fr. (280 000) à 3 500 fr. (27 600), lequel était déjà en recul l'année précédente (annexe 4). En 1936, et pour la première fois, la société décide de ne pas verser de dividende aux actionnaires, ce qui est accepté puisque tous sont issus de la famille. Tournant autour des 8 % durant les premières années de la société anonyme (et même 9,3 % en 1929-1930), les dividendes tombent en effet à 5 % en 1934-1935, un versement rendu possible grâce à une pioche dans la réserve et à une diminution des amortissements. Durant ces années de crise qui touche tout le secteur du livre, la direction reste attentive au fait de ne pas diminuer le personnel et de maintenir intacts les traitements salariaux, excepté le versement des étrennes. Pour pallier ces déficits, elle affiche une prudence qui l'a toujours caractérisée : politique d'amortissement très franche et attention rigoureuse au volume des stocks qui sont une source majeure d'immobilisation des capitaux.

Étonnamment, le déclenchement du second conflit mondial permet à la maison Payot de redresser la situation. La cause en est l'essor pris par les éditions lausannoises « du fait de la carence de l'édition française »¹⁹. En effet, le secteur éditorial a été, pendant le conflit, la véritable locomotive du marché du livre en Suisse romande²⁰, alors que l'approvisionnement en librairie depuis la France devenait problématique. Les éditions suisses trouvent un écoulement inespéré dans les rayons des librairies, comme le souligne Albert Regamey, collaborateur de la maison Payot, dans l'organe de presse professionnelle à la sortie de la guerre :

Les retours aux éditeurs de Neuchâtel, Genève ou Lausanne se firent microscopiques alors que les relevés trimestriels prenaient des proportions jamais atteintes jusqu'à ce jour. Enfin, suprême étonnement pour un éditeur romand, certains de ses titres se trouvèrent épuisés

18. Face à ces difficultés, les Payot décident notamment de ne pas commémorer le centenaire du début de la filiation de leur maison, alors qu'ils avaient commandé un historique à Bridel. Lettre de Samuel Payot à Georges-Antoine Bridel du 24 décembre 1935, fonds Bridel, 213, MHL.

19. Rapport du C. A., 1940-1941.

20. Sur la force de l'édition romande pendant la guerre, voir Clavien, Gullotti et Marti, 2003.

du jour au lendemain. Des réimpressions durent être décidées sur-le-champ. De telles mœurs constituaient une espèce de révolution pour nos librairies, un peu trop habituées à ne point pouvoir se passer d'une production littéraire exclusivement parisienne.²¹

Si le domaine éditorial suisse romand a connu des heures de gloire durant la guerre, il est difficile de mesurer précisément les répercussions du conflit sur le commerce de la librairie. Relevons cependant que les statistiques suisses d'importation d'ouvrages montrent une réduction importante, puisque 25 630 quintaux sont comptabilisés en 1940 contre 2807 en 1945 sur la totalité des importations suisses (annexe 7). Comme l'indique le rapport annuel de la SLESR de l'année 1943-1944, les stocks en livres français sont exsangues et toutes les importations d'outre-Jura sont suspendues dès juin 1944²². Mais, chose surprenante dans ce contexte, la maison Payot n'accuse aucune perte, et même, elle voit son chiffre d'affaires augmenter (annexe 4). La librairie notamment, qui n'a pas enregistré d'augmentation au début du conflit²³, réajuste sa situation à partir de 1943, année où tous les secteurs de la maison affichent de bons résultats²⁴.

Paradoxalement, Payot connaît donc une augmentation de 35 % de son chiffre d'affaires à la sortie de la guerre, selon le rapport du conseil d'administration de 1945-1946 qui ne précise malheureusement pas l'apport respectif de l'édition et de la librairie. Les investissements opérés au niveau des locaux en sont une explication, avec l'achat en 1944 de l'immeuble contigu à celui de la rue de Bourg qui permet une extension du magasin. Les bons résultats s'expliquent ainsi, selon le directeur, par une « augmentation sensible du choix des livres en stock dans tous les domaines, une augmentation qui a été permise par le développement considérable des locaux de la maison centrale ; dans une certaine mesure, une augmentation des prix de vente ; d'autre part une augmentation du personnel ; enfin, l'intervention des forces jeunes et entreprenantes dans la direction de la maison »²⁵.

21. Albert Regamey, « Hommage aux éditeurs romands », *13/12. Organe de l'ARPLE*, n° 2, décembre 1945, pp. 17-20.

22. Rapport du C. C., 1943-1944.

23. Rapport du C. A., 1940-1941.

24. Rapport du C. A., 1943-1944 et 1944-1945.

25. Rapport du C. A., 1945-1946.

Dès son entrée à la direction de l'entreprise, Samuel Payot a donc procédé à de nouveaux investissements allant dans le sens d'une diversification progressive. Dans les années 1908 à 1913, il commence par renforcer les activités existantes de librairie et d'édition, pour ensuite, dès 1918 débiter un processus d'*intégration horizontale* dans la distribution en créant un réseau de succursales. Ce mouvement se poursuit dès 1925 par le développement d'autres activités que celles de la maison Payot qui vont dans le sens, cette fois-ci, d'une *intégration verticale*. À cette date, Samuel Payot crée la société financière Lousonna, qui n'exploite pas d'infrastructures concrètes, mais qui regroupe le capital de plusieurs entreprises dans le secteur de l'imprimé. C'est ce que nous allons désormais analyser en détail en traçant le développement de ces différentes activités.

DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS EXISTANTES: LA LIBRAIRIE ET L'ÉDITION

LE MODERNISME ARCHITECTURAL : L'IMMEUBLE DE BOURG

Alors que l'immeuble de la rue de Bourg avait déjà subi d'importantes transformations en 1898, qui l'inscrivaient dans l'architecture des magasins environnants du début du XX^e siècle²⁶, Samuel et Gustave Payot décident de le reconstruire en 1912. Ils cherchent à le mettre en conformité avec les nouvelles normes commerciales privilégiant les espaces ouverts et volumineux sur le modèle des grands magasins. Pour cela, ils font appel à Eugène Monod et au fameux architecte Alphonse Laverrière, concepteur d'un nombre considérable de bâtiments publics et privés lausannois, qui adopte une technique alors novatrice: le béton armé²⁷, utilisé pour l'ossature de l'immeuble, constituée de quatre piliers porteurs sur lesquels reposent les planchers également en béton. Ce matériau permet un fort dégagement et ouvre la surface de vente sur deux étages en privilégiant un espace plus aéré. Innovation importante, la façade repose sur un unique sommier de béton situé au rez-de-chaussée qui autorise un dégagement visuel et permet une ouverture sur la rue, la vitrine devenant ainsi un élément important de l'« appel du client ». Enfin, la diminution de la

26. L'architecte en charge de ce chantier, Francis Isoz bâtit, deux ans plus tard, les grands magasins Bonnard, en face de Payot, à l'actuel emplacement du Bon Génie. Sur le développement de l'architecture commerciale lausannoise, voir Frey, 1992.

27. Jost, 2008.

maçonnerie grâce à cette technique permet de rationaliser l'espace, en faisant gagner à l'immeuble 33 m² de surface pour une emprise totale de 180 m²²⁸ dans le maillage médiéval de la rue de Bourg qui autorise peu l'agrandissement des bâtiments.

Samuel Payot s'inscrit dans une conception nouvelle de la librairie, où la mise en scène du commerce lui-même (l'immeuble, dont l'image va orner pendant des années la page de couverture des catalogues Payot) et de la marchandise prend une valeur patente²⁹. L'image de la firme autour du nom « Payot » est aussi soignée, puisqu'une série de « P » orne la façade de l'immeuble, ainsi qu'une gerbe de blé. Ces deux symboles deviennent des signes distinctifs de la maison, comme le souligne Samuel Payot en 1940, alors qu'il lui faut choisir une illustration pour la couverture des livres: « Sans doute aurais-je préféré le retour à la gerbe, d'autant qu'elle est incorporée de manière définitive tout d'abord dans le P sur la porte de chêne à l'entrée de la librairie, puis ensuite sur la porte de pierre donnant sur la rue Saint-François, avec le P³⁰ ». L'ornementation de l'immeuble est ainsi particulièrement soignée et crée une identité de la maison à travers ces signes emblématiques.

Le recours aux services de la menuiserie Held pour l'aménagement intérieur n'est pas non plus anodin. La manufacture montreuusienne de meubles et de vitrines est la plus recherchée pour l'achalandage commercial. Elle est particulièrement réputée puisqu'elle a aménagé la majeure partie des bâtiments qui ornent la place Saint-François et la rue de Bourg, comme les banques, la poste ou les commerces. Par ailleurs, comme le montre Pierre Frey³¹, la construction en hauteur du bâtiment intensifie la sensation de verticalité, ce qui inscrit l'immeuble dans l'ensemble de la zone, puisque le magasin Bonnard est conçu selon les mêmes normes afin de mettre en valeur la fonction commerciale de luxe de la rue de Bourg, créant une rupture avec les immeubles plus massifs de la place Saint-François dévolue aux espaces administratifs et financiers.

Le trio Laverrière-Held-Payot se rejoint au sein de l'association l'Œuvre, nouvellement fondée (1913) par les architectes

28. Le *Bulletin technique de la Suisse romande* cite la construction de cet immeuble comme un exemple réussi d'utilisation du béton armé. [Non signé], « L'immeuble de la librairie Payot, à Lausanne », *Bulletin technique de la Suisse romande*, vol. 41, 1915, p. 77.

29. Dès le milieu du XIX^e siècle, les premiers grands magasins ont été conçus selon ce principe de mise en scène de la marchandise. Le Bon marché à Paris en a été le prototype, puisqu'il a été le premier grand magasin à miser sur le gigantisme et l'animation de l'espace. Voir Miller, 1987.

30. Lettre de Samuel Payot à Gustave Payot, 9 février 1940, fonds Payot, VII 209/1.

31. Frey, 1992, p. 117.

Laverrière, Charles L'Eplattenier et Charles Édouard Jeanneret (futur Le Corbusier). Sur le modèle de la *Werkbund* allemande, cette société a pour but de rapprocher les milieux de l'art, de l'industrie et du commerce en cherchant à concilier deux dimensions a priori antinomiques, celle du progrès technique et industriel et celle de la défense du savoir-faire artisanal et artistique, afin de lutter contre les formes de standardisation dans la production industrielle. Ces mouvements donneront lieu au design industriel (ou aux arts appliqués) qui connaîtra son essor dans l'Allemagne de l'entre-deux-guerres avec l'apogée du Bauhaus³². Les Payot sont parmi les premiers adhérents à ce mouvement romand, Gustave dès 1913, relayé par Samuel en 1915. Bien que n'appartenant pas directement aux professions artistico-industrielles, les frères Payot adoptent les valeurs de ce mouvement centré à la fois sur le progrès technique et sur le respect de la belle facture. Leur engagement sera toutefois limité puisque, en juin 1916 déjà, Samuel Payot se voit contraint de démissionner au vu de ses charges professionnelles, et cela malgré l'insistance de Laverrière³³. Un investissement à distance, donc, mais qui témoigne bien de la place acquise par le commerçant et éditeur Payot dans des milieux qui dépassent le simple secteur du livre. L'association réunit en effet une magnifique brochette de personnalités composée principalement d'architectes, de peintres, de journalistes et de critiques littéraires. Ainsi, l'immeuble édifié par Samuel Payot articule de manière équilibrée une modernité technique dans les choix architecturaux et un luxe dans la décoration intérieure et extérieure, puisqu'elle s'adresse, à cette époque encore, à la bourgeoisie locale ; une identité double, entre l'ouverture à des opportunités nouvelles et une continuité avec l'image plus traditionnelle de la maison, qui se lit également dans les choix opérés au sein des éditions.

32. «Précurseur du design industriel, un nouveau mouvement se développe à travers l'Europe: le *Werkbund*, qui [...] cherche, d'une part, à adapter le langage formel aux possibilités techniques du machinisme industriel, à travers une adéquation absolue entre le moyen et le produit; il propose d'autre part, dans une approche que l'on pourrait appeler humaniste, de redonner à l'artiste et à l'artisan un rôle de médiateur entre l'homme et le produit industriel. Né d'une prise de conscience de la menace que la civilisation industrielle fait peser sur la qualité de la vie, le *Werkbund* prône une collaboration étroite entre les créateurs et l'industrie pour réaliser son rêve social et esthétique: promouvoir un mode de vie dans lequel l'habitat se débarrasserait des signes extérieurs de luxe et des surcharges décoratives au profit d'objets clairs et dépouillés, fonctionnels et faciles à produire en série, à un prix accessible au plus grand nombre.» *L'Œuvre OEV: historique / aujourd'hui / objectifs*, octobre 2000, fonds de l'Œuvre, PP 807/14, ACV.

33. Lettre de Samuel Payot à Alphonse Laverrière, 15 juin 1916, fonds de l'Œuvre, PP 807/702, ACV.



1 Immeuble Payot avant sa reconstruction sur le catalogue d'Étrennes 1909. Source: Musée historique de Lausanne, fonds Bridel, 213.

LES ÉDITIONS PAYOT

Les Éditions Payot, nous l'avons vu, ont connu une phase d'expansion avant la Première Guerre mondiale, grâce aux ouvrages scolaires et aux publications académiques. Ces deux secteurs forment sur le long terme les piliers de l'édition puisque, à eux deux, ils représentent environ 50 % des titres parus annuellement jusqu'au début des années 1960 (annexe 3)³⁴. Payot pense donc sa politique éditoriale dans la continuité dans ces domaines spécialisés, qui requièrent des

34. Pour la lecture diachronique du catalogue des Éditions Payot, nous nous sommes fondés sur celui de la Bibliothèque cantonale universitaire de Lausanne (BCUL), où la majorité des titres de Payot est déposée. Bien que le dépôt légal ait été instauré dans le canton de Vaud en 1937, nous n'avons pas vu à cette date une nette augmentation en termes de nombre de titres, ce qui laisse supposer que les ouvrages antérieurs aient dans l'ensemble déjà été déposés à la bibliothèque. Nous avons opéré un décompte des titres annuels en les répartissant en huit principaux sous-secteurs éditoriaux qui caractérisent le catalogue Payot sur la longue durée: scolaire, jeunesse, littérature, documentaire, livres historiques, vie pratique, technique et universitaire, autres. Les résultats montrent que les quatre principaux genres sont ceux du scolaire, du technique et universitaire, du documentaire et de la littérature.



2

Immeuble Payot
après sa reconstruction
sur le catalogue
d'Étrennes 1914.
Source: Musée
historique de Lausanne,
fonds Bridel, 213.

compétences pointues en termes de contenus et de fabrication des ouvrages, ainsi que de tisser des liens fidèles avec des auteurs issus de mondes professionnels variés (médecins, professeurs d'université, enseignants) et avec des clients étatiques, comme le Département de l'instruction publique. Il s'agit donc de répondre à une demande précise et de procéder à des rééditions régulières en adaptant les contenus aux évolutions des branches spécifiques. Le risque financier est aussi réduit puisque le volume des ventes peut être anticipé.

Le domaine littéraire n'est toutefois pas oublié, lorsque Gustave Payot reprend les rênes des éditions. Ses efforts se concentrent d'abord sur la littérature suisse romande avec le lancement de la collection « Le Roman romand ». Entre 1910 et 1927, Payot propose des ouvrages qui se distinguent par leur forme matérielle, par leur format réduit avec des textes compacts dans de petits volumes (128 pages), par leur prix abordable, ainsi que par la stratégie publicitaire qui les accompagne (bonne diffusion en kiosques notamment) :

En 1910, la maison Payot, qui se taille une part de plus en plus grande dans l'édition suisse française, lance une série sous le label « Le Roman romand », qui s'insère dans une politique éditoriale, bien sûr, mais aussi dans le climat national de l'époque : on a envie que le public lise les auteurs romands, et l'on peut enfin les mettre à la disposition de chacun sous une forme à tous égards accessible³⁵.

Les publications se situent entre l'almanach et le livre, puisque leur contenu constitue une entité textuelle littéraire, mais que leur support est de facture légère et que des annonces publicitaires entourent le texte pour réduire les coûts. Cette forme de publication est ainsi conçue sur le modèle des collections de livres populaires et fait cohabiter des auteurs reconnus (Édouard Rod, Philippe Monnier) et des auteurs plus confidentiels, mais qui, en leur temps, trouvent leur public. Chaque première édition s'élève en effet à plusieurs milliers d'exemplaires et donne généralement lieu à des rééditions³⁶.

Quant à Payot-Paris, elle fonde sa réputation sur des œuvres de choix dans le domaine des sciences humaines et forge, dans le même temps, un nom de marque pour Payot dans l'espace français. Même pendant la Première Guerre mondiale, Gustave Payot a réussi des coups de maître. Très francophile, il a publié pendant le conflit des ouvrages de propagande en faveur de la France³⁷, qui lui vaudront plus tard de recevoir la Légion d'honneur. Ses réseaux d'influence (il était l'ami personnel de Clemenceau) peuvent expliquer ces débuts prometteurs malgré la difficulté de la conjoncture. Son principal succès tient à la sortie, en 1915, du pamphlet *J'accuse* d'un auteur allemand, dirigé contre la politique belligérante de son pays et qui permettra un beau développement des éditions alors à leurs débuts³⁸. Par la suite, Gustave Payot crée deux collections qui connaissent un beau succès, la Petite bibliothèque romantique, où la réédition de textes classiques, dont les droits sont tombés dans le domaine public, est le prétexte à des trouvailles graphiques surprenantes, ainsi que la Bibliothèque miniature qui propose la réédition de textes s'adressant à un large public. D'après François

35. Francillon et Jakubec, 1991, p. 31.

36. *Ibid.*, p. 32.

37. Gustave Payot a même engagé de nombreuses démarches auprès des autorités pour être enrôlé dans l'armée française, ce qui n'a pas pu aboutir pour des questions de santé. Agence consulaire de France, 9 août 1914, papiers Payot.

38. Vallotton, 2001, p. 301.

Vallotton, certaines de ces publications ont été vendues à plus de 150 000 exemplaires pendant la guerre³⁹. Le réapprovisionnement de papier en terre helvétique, les garanties financières provenant de Lausanne et la non-obligation pour Gustave Payot de servir sous les drapeaux, contrairement à ses collègues français, expliquent la possibilité de faire prospérer les éditions en ces temps défavorables⁴⁰. La vente des ouvrages de l'édition parisienne dans les librairies Payot en Suisse romande permet aussi certainement d'assurer un écoulement, comme l'indique une lettre ultérieure de Samuel Payot à son frère, où il pointe l'intérêt de la collaboration entre édition et librairie : « Tu peux te rendre compte de l'importance qu'il y a pour les Éditions Payot-Paris à avoir le concours de Lausanne qui donne la meilleure place à tes éditions dans ses six magasins de vente au détail. Cela est contrôlé, sinon chaque semaine, au moins deux fois par mois. Le rendement est excellent. »⁴¹

Après la Première Guerre mondiale, lorsque Samuel Payot s'occupe seul des éditions lausannoises, il maintiendra les mêmes créneaux que ceux initiés auparavant. En littérature romande, il perpétue la collection « Le Roman romand ». Par ailleurs, il poursuit l'idée lancée par son frère de rééditer des textes d'auteurs classiques, en traduction ou non, comme Hugo, Baudelaire, Jonathan Swift, *Alice au pays des merveilles* de Carroll, *Don Quichotte* de Cervantes ou les *Contes* d'Andersen. Ce choix se confirme encore pendant la Seconde Guerre mondiale, alors qu'il s'agit certainement de publier des livres devenus introuvables. Les livres de littérature connaissent notamment un bel essor durant cette période (annexe 3). Ainsi, Samuel Payot poursuit le créneau littéraire, qui représente encore en 1940 environ 25 % des titres annuels, mais il ne renouvelle toutefois pas réellement le catalogue. Il constate lui-même un fléchissement de ses éditions dans l'entre-deux-guerres et avoue, en 1927, que « le mouvement du service des éditions aurait plutôt tendance à diminuer, par le fait que nous nous en tenons, pour ainsi dire, strictement aux scolaires et que la concurrence française se fait de plus en plus sentir dans l'enseignement secondaire. »⁴²

39. *Ibid.*, p. 294.

40. « Pendant toute la durée de la guerre, il a publié les ouvrages politiques et économiques favorables à la cause de la France. Il a en outre soutenu toutes les œuvres de diffusion de livres aux armées, dans les dépôts et les hôpitaux. » Note anonyme, 28 novembre 1919, F/12/8693/Gustave Payot.

41. Lettre de Samuel Payot à Gustave Payot, 15 mars 1927, fonds Payot, VII 209/1.

42. Note de Samuel Payot, 1927, papiers Vallotton.

Ainsi, peu enclins à prendre des risques sur le plan éditorial, ses investissements se centrent d'abord sur le secteur de la librairie, considérant dans la même lettre que « les deux sections : Librairie-Lausanne et succursales pourront développer dans une certaine mesure le chiffre d'affaires. Je ne serais pas opposé, pour ce qui me concerne, au contraire, à la création de nouvelles succursales dans la mesure où nous pourrions reprendre des affaires existantes. »⁴³ Le succursalisme, nous l'avons vu, était alors encore passablement nouveau lorsque Samuel Payot a commencé à racheter, en 1918, de petites enseignes pour construire son réseau de commerces en Suisse romande, puis en Suisse alémanique.

INTÉGRATION HORIZONTALE: LE SUCCURSALISME

En effet, cette forme commerciale est encore nouvelle au tournant du siècle et s'imposera progressivement⁴⁴ à côté des grands magasins, comme le note l'historien du commerce Emmanuel Chadeau :

À travers le succès et les échecs de nombreuses tentatives [...] vont naître alors deux des formules fondamentales du commerce de détail organisé. D'un côté c'est la chaîne succursaliste [...] porteuse de deux outils durables, la centrale ou le groupement d'achat et la centrale de référence. De l'autre, c'est le grand magasin, généralisé ou spécialisé. Il revendiquera pour slogan « tout sous un même toit », formule qui revivra dans le supermarché et plus encore dans l'hypermarché.⁴⁵

Dans le domaine du livre, un modèle existe en France, celui de la maison Flammarion, qui possède déjà cinq librairies parisiennes en 1890 et continue ensuite son expansion en province, à Marseille en 1891 et à Lyon en 1908⁴⁶. Flammarion devient, par ces rachats, la plus grosse maison de librairie de Paris à la fin du XIX^e siècle. Et, comme le montre Élisabeth Parinet, les nouvelles pratiques commerciales introduites par Flammarion, attractives auprès d'un plus large public, expliquent peut-être que la maison française traverse

43. *Ibid.*

44. La chaîne alimentaire Casino fait figure de pionnière dans le développement du succursalisme en France en développant son réseau à partir de 1898. En 1904, elle compte 100 magasins et le double en 1914. Zancaranini-Fournel, 1993.

45. Chadeau, 1993, pp. 7-8.

46. Parinet, 1992, pp. 95-99.

sans heurts majeurs la période de récession économique des années 1880⁴⁷. La double activité du libraire-éditeur Flammarion explique aussi cette santé économique, puisque, comme le souligne encore cette auteure, « le développement quasi concomitant des sociétés de librairie et d'édition a certainement joué un effet bénéfique. Les résultats des ventes en librairies ont sans doute guidé les décisions d'édition et, dans les périodes difficiles, éditions et librairie ont pu s'épauler financièrement. »⁴⁸

UNE POLITIQUE DE RACHAT

Samuel Payot développe cette même logique dès 1918. Il profite de la fragilité financière que rencontrent plusieurs de ses confrères pendant les années de crise pour racheter leur fonds de commerce et s'implanter dans d'autres villes que Lausanne. La situation difficile que traverse la librairie au sortir de la guerre, qui, selon Samuel Payot, les aurait eux-mêmes mis dans une situation inconfortable à l'ouverture de leur succursale genevoise en 1919⁴⁹, permet malgré tout à Payot de reprendre des commerces en fin d'activité en Suisse romande et alémanique. Sa politique de rachat est claire : afin d'éviter un trop-plein de magasins dans des villes parfois petites, Payot s'en tient à ne jamais ouvrir d'arcade *ex nihilo*, mais à reprendre des commerces déjà existants et à profiter de leur clientèle. Seule la succursale de Zurich a été créée de toutes pièces, en 1946, après que Payot a attendu pendant plus de vingt ans de pouvoir reprendre la « Librairie française », espoirs déçus qui l'ont finalement poussé à fonder un commerce concurrent⁵⁰.

Bien que régulière dans sa politique de rachat, la maison Payot n'affiche pas de stratégie planifiée sur le long terme et utilise plutôt les occasions qui s'offrent à elle au gré des circonstances. Une ligne se dessine toutefois consistant à investir les villes où le scolaire et l'universitaire sont des marchés intéressants – Genève, Zurich ou Neuchâtel. Pour les autres villes, son attitude est de ne pas procéder à un démarchage actif, mais de porter une vigilance à chaque occasion qui pourrait se présenter à elle. À ce moment-là, la direction affiche un intérêt certain à développer son réseau de librairies, et cela aussi dans des villes catholiques, ce qui dément l'idée d'une exclusivité que la direction aurait donnée aux cités protestantes :

47. *Ibid.*, pp. 360-361.

48. *Ibid.*, p. 364.

49. Lettre de Samuel Payot à Charles Eggimann, 16 mai 1928, fonds Payot, VII 201/01.

50. Lettre de Samuel Payot à M^{me} Leuba, patronne de la librairie française, 1^{er} février 1944, fonds Payot, VII 39A.

Je ne serai pas opposé, pour ce qui me concerne, à la création de nouvelles succursales dans la mesure où nous pourrions reprendre des affaires existantes. Il n'y a toutefois pas beaucoup de villes en Suisse romande où nous puissions espérer faire encore quelque chose, en dehors de La Chaux-de-Fonds et Fribourg, et peut-être encore Yverdon, Bienne, Delémont, Porrentruy.⁵¹

En l'occurrence, après une occasion manquée à La Chaux-de-Fonds⁵², et plus tard à Fribourg, ville estudiantine où la maison Payot a pourtant un réel intérêt, mais où elle se fait devancer, ils ne feront aucune démarche active pour investir ces différentes villes.

L'enjeu, pour la librairie Payot, lors de la création de ses succursales est d'arriver à transformer des magasins souvent spécialisés dans des domaines alors en perte de vitesse (tourisme, luxe, religion) en librairie générale. Samuel Payot inaugure, par exemple, sa politique de succursalisme par le rachat, en 1918, de deux petites librairies à Vevey et Montreux, remises par Schlesinger, libraire d'origine allemande qui vit principalement de l'«industrie des étrangers»⁵³, clientèle de passage «tombée à peu de chose»⁵⁴ pendant les années de guerre. La librairie de Schlesinger est proche de la faillite et Samuel Payot y accède à un prix intéressant, soit 10 000 fr. (50 500) pour Vevey et 13 000 fr. (65 500) pour Montreux⁵⁵, avec l'achat du stock de marchandise et l'aménagement des magasins. L'année suivante, il profite de la fermeture de la librairie Burckhardt, à la place du Molard, pour investir Genève. Le magasin se situe dans une zone très passante, jouxtant une demeure historique, la Tour des Douanes⁵⁶. La librairie Burckhardt est soumise aux mêmes aléas que les commerces veveysan et montreusien, dans la mesure où sa clientèle est essentiellement germanophone, ce qui demandera quelques années aux Payot pour renouveler le stock et toucher un nouveau public. Pour cela, l'engagement de Claude Monnier, fils du célèbre critique

51. Lettre de Samuel Payot à Gustave Payot, 7 septembre 1927, fonds Payot, VII 209/1.

52. «Il ne saurait pour nous être question d'installer une succursale à La Chaux-de-Fonds qui serait une concurrence nouvelle aux librairies existantes. En revanche, le fait de reprendre une des librairies existantes ne crée pas une concurrence nouvelle, et nous sommes prêts à l'envisager.» Lettre de Jean-Pierre Payot à Mme Jacot-Guillermod, 1^{er} avril 1944, fonds Payot, VII 39A.

53. La librairie Schlesinger à Vevey a été d'abord fondée par Richard Lesser, également centrée sur le tourisme et intitulée «librairie française, allemande et anglaise». En 1867, Benda reprend la boutique avant d'ouvrir un magasin à Lausanne, puis il la vend en 1885 à Émile Schlesinger.

54. Lettre de Samuel Payot à Maurice Borel, 10 octobre 1918, papiers Vallotton.

55. *Ibid.*

56. [Non signé], «« Dans la librairie », *Journal de Genève*, 12 août 1928.



3. Librairie Payot de Vevey dans le catalogue d'Étrennes 1920.
Source : Musée historique de Lausanne, fonds Bridel, 213.

littéraire Philippe Monnier, permet de profiter de son insertion dans les milieux lettrés genevois : « Depuis le mois de janvier, la librairie est dirigée par M. Claude Monnier, fils de feu Ph. Monnier. Nous sentons l'influence de ses relations particulières et le mouvement d'affaires est en reprise. »⁵⁷ Le magasin ne sera donc réellement rentable qu'après quelques années d'exploitation, avec l'inertie du renouvellement du stock et en accusant la récession d'après-guerre⁵⁸.

Ce scénario se reproduit à Neuchâtel, mais cette fois-ci dans le domaine religieux. Payot rachète, en 1923, le fonds de la Librairie centrale qui elle-même a succédé deux ans auparavant à la vieille librairie Berthoud, ouverte en 1867 et fortement spécialisée dans le livre religieux. Des difficultés de gestion conduisent rapidement le conseil d'administration de la « Librairie centrale SA » à dissoudre la société. La maison Payot attendait depuis plusieurs années le moment de s'implanter dans le « dernier fleuron [qui manque] à notre couronne, à savoir une succursale à Neuchâtel »⁵⁹. Neuchâtel est en effet la troisième ville romande où les Éditions Payot traitent

57. Lettre de Samuel Payot à Maurice Borel, 21 décembre 1922, papiers Vallotton.

58. *Ibid.*, 13 août 1921, papiers Vallotton.

59. *Ibid.*, 21 décembre 1922, papiers Vallotton.

des affaires scolaires après Lausanne et Genève, c'est-à-dire les villes où ils ont des concessions éditoriales sur le marché scolaire et où ils peuvent, selon Samuel Payot, « traiter directement avec les Départements de l'instruction publique sans passer par les intermédiaires »⁶⁰, c'est-à-dire les librairies.

Enfin, à Bâle, avec le rachat de la « Librairie centrale », Payot continue son implantation en Suisse alémanique après Berne. Elle y rachète des commerces de littérature francophone et perpétue cette spécialisation. Elle attend le début des années 1930 pour racheter à Bâle la « Librairie centrale » de Jacques Milleret qui souffre de mauvais résultats⁶¹. La spécialisation en ouvrages de luxe et demi-luxe accusant « une insuffisance du chiffre des ventes par rapport à la valeur du stock [...] comprenant une forte proportion d'ouvrages de vente non courante »⁶² en est l'explication. Ici encore, Payot reprend un magasin marqué par une forte spécialisation dans un domaine en perte de vitesse pour donner une orientation plus généraliste et toucher un public élargi :

Il s'agira pour nous d'aborder un stock de luxe et de demi-luxe qui ne correspond pas du tout à nos besoins. Nous serons obligés d'en forcer la vente par quelques moyens spéciaux, et nous ne nous faisons pas beaucoup d'illusions quant au parti que nous pouvons en tirer. Force nous sera, bien ailleurs, de faire de la Librairie Centrale à Bâle une succursale dans le même genre que celle que nous avons déjà dans d'autres villes. Cela nous obligera à une modification complète du stock qui devra être diminué par la liquidation des ouvrages de luxe et de demi-luxe, et augmenté, au contraire, dans une forte mesure, par des ouvrages de librairie générale.⁶³

Quant à Genève, le magasin Payot est détruit en 1928 par un incendie, ce qui accélère un déménagement à la rue du Marché, située également dans le centre de la ville. Payot rachète alors la librairie Eggimann, vieille institution fondée en 1891 par Charles Eggimann (1863-1948)⁶⁴ et reconnue pour être une « maison bien

60. *Ibid.*, 11 mai 1921, papiers Vallotton.

61. Société anonyme fiduciaire suisse, « Détermination de la valeur relative de l'entreprise au 1^{er} janvier 1929 », fonds Payot, VII 201/2.

62. *Ibid.*

63. Lettre de Samuel Payot à Jacques Milleret, 20 mars 1930, fonds Payot, VII 201/2.

64. Discours d'inauguration de Jean-Pierre Payot à l'ouverture de la succursale de Genève en 1964, fonds Payot, IV/09/08/07.

genevoise qui s'était acquis l'estime du public»⁶⁵. Comme libraire, Eggimann a fondé deux boutiques à la fin du XIX^e siècle, en séparant les activités du commerce de livres modernes et anciens. C'est à ce second domaine que Charles Eggimann consacre le fort de son activité, laissant à son frère Auguste, puis à son neveu, le soin de faire tourner le commerce de librairie moderne. À l'origine située à la rue Calvin au cœur de la vieille ville genevoise, pour ensuite déménager à la rue du Marché, la librairie Eggimann aurait été, selon un article commémoratif, un important lieu de sociabilité intellectuelle : « Grâce à ses relations dans les milieux les plus divers, grâce à son entregent et au charme de sa conversation, sa boutique de la rue Calvin ne tarde pas à devenir un centre littéraire et artistique où se côtoient poètes symbolistes ou décadents, romanciers en herbe et jeunes filles en fleurs, pasteurs en robe et prêtres défroqués. »⁶⁶ Comme éditeur, Eggimann a encouragé la nouvelle garde artistique en publiant, en 1903, *Le petit village*, premier roman de C. F. Ramuz alors inconnu, de même que *Les Pénates d'Argile* l'année suivante, recueil collectif qui regroupe les jeunes auteurs (Ramuz, Adrien Bovy, les frères Cingria) versés dans une recherche littéraire nouvelle. Eggimann se distingue aussi par ses publications de livres illustrés et il a été un des fondateurs de l'Union pour l'art social en 1902, organe philanthropique de diffusion culturelle auprès des classes ouvrières.

Lorsque Payot rachète la librairie en 1928, alors que le fils Eggimann décide de ne pas continuer les affaires de son père et de s'installer à Paris, la maison genevoise est encore dotée d'une belle réputation. La reprise de la librairie Eggimann suppose ainsi des tractations plus importantes que lors des autres rachats, puisque le commerce est en bonne santé financière. Au niveau du magasin, l'arcade offrirait, selon son patron, un « emplacement de premier ordre, une clientèle de la place et, sans vantardise, de premier ordre, et une maison en pleine activité, ce qui n'a pas été le cas pour vos trois succursales de Vevey, Montreux et Neuchâtel »⁶⁷. Pour la première fois, donc, Payot rachète non seulement un fonds de librairie et une arcade, mais aussi une clientèle et un nom.

65. [Non signé], « Une librairie bien genevoise qui disparaît », *Tribune de Genève*, 14 août 1928.

66. Monnier, 1979, p. 79. Les éléments biographiques qui suivent sont issus du même article.

67. Lettre de Charles Eggimann à Samuel Payot, 22 mai 1928, fonds Payot, VII 201/01.

Concernant le stock, Payot ne rachète pas la librairie ancienne de Eggimann, « parce que nous voulons rester au principe absolu de ne nous occuper exclusivement de librairie moderne »⁶⁸. À la fin des années 1920, la vogue du commerce de livres rares s'estompe. Il en est de même du livre d'art et de luxe, que Payot a en revanche toujours maintenu dans ses magasins, mais en limitant le nombre de ces volumes chers et difficiles à écouler, à une époque où « la vente des livres de luxe tend à diminuer, l'engouement du public étant passé »⁶⁹. Le livre scolaire, bien sûr, intéresse Payot qui concède sur ce point de reprendre les livres avec une remise de 25 % et accepte que Eggimann termine la rentrée 1928, ce dernier avançant l'argument de la fidélité de la clientèle : « Vous tenez sans doute à cette clientèle et il faut qu'elle trouve chez moi ce qu'elle y trouvait l'an dernier, pour qu'elle revienne chez vous l'an prochain. »⁷⁰

Sur le plan de la concurrence, Samuel Payot insiste à plusieurs reprises sur l'importance d'une clause dans le contrat pour empêcher tout membre de la famille Eggimann de reprendre un commerce sur le territoire genevois, cela sur une durée indéterminée pour la librairie moderne et sur les six ans à venir en ce qui concerne l'antiquariat⁷¹. Charles Eggimann ne comprend pas, pour sa part, cette clause concernant le livre ancien, étant donné la nette séparation entre les deux types de marchandises. Payot est pourtant ferme. Le nom de la firme semble ici primordial. Comme le dit Payot, « le nom EGGIMANN représente aussi bien que le nom PAYOT une valeur incontestable au point de vue du commerce de la librairie, qu'il s'agisse de la librairie moderne ou ancienne »⁷². Une valeur qui, aux yeux de Eggimann, se monnaie, étant donné une clientèle qu'il a pu juger concurrentielle à tel point que sa venue dans le quartier aurait affaibli précédemment la librairie Burckhardt, voire aurait ralenti la marche des affaires pour les Payot à l'achat de cette librairie. Toutefois, les deux magasins n'ont pas les mêmes retombées financières. Malgré une bonne réputation et une gestion saine, la librairie Eggimann revend un commerce qui affiche un chiffre d'affaires de 26 000 fr. (166 000) en 1927. Pour un ordre de grandeur comparatif, le chiffre d'affaires de la succursale genevoise

68. Lettre de Samuel Payot à Charles Eggimann, 25 mai 1928, fonds Payot, VII 201/01.

69. *Ibid.*

70. Lettre de Charles Eggimann à Samuel Payot, 22 mai 1928, fonds Payot, VII 201/01.

71. Convention entre la librairie Payot et Charles Eggimann, 30 mai 1928, fonds Payot, VII 201/01.

72. Lettre de Samuel Payot à Charles Eggimann, 21 juin 1928, fonds Payot, VII 201/01.

est de 195 000 fr. environ en 1929-1930, puisqu'elle représente à cette date 11 % du chiffre d'affaires annuel total des librairies Payot qui s'élève à 1,77 million de francs⁷³ (annexe 4).

COMPRESSER LES COÛTS : LA CENTRALE D'ACHAT

Le réseau de succursales a donc permis un développement important du secteur de la librairie dans l'entreprise. La force du magasin de Lausanne reste, cependant, un atout pour l'ensemble de la maison, qui maintient une structure fortement centralisée à Lausanne, afin de garder le contrôle tant au niveau de l'administration que des achats et du profil de l'assortiment des différents commerces. En effet, si les magasins « périphériques » fonctionnent comme de petites entités, réunissant un ou une gérant-e et quelques employé-e-s de librairie et une aide-manutentionnaire (« commis de librairie »), la maison lausannoise possède en plus une structure administrative et un personnel travaillant « à l'arrière », soit au service de facturation, de colis, de commandes et de recherches bibliographiques, ce qui élève le personnel à 60 personnes en 1948 (dont quelques employé-e-s d'édition) contre 2 à 7 pour les succursales⁷⁴. La hiérarchie entre le centre et la périphérie demeure ainsi particulièrement marquée jusque dans les années 1960. Peu d'autonomie du côté des succursales dont les comptes sont vérifiés mensuellement par un Fritz Payot scrupuleux qui passe dans chaque magasin ; peu d'autonomie également du côté de l'assortiment, au vu de la création d'une centrale d'achat qui permet un réassortiment en gros auprès des éditeurs et une diminution des coûts grâce à des économies d'échelle, comme l'explique un ancien gérant de magasin :

La maison-mère était bien la maison-mère. [...] Il y avait un système dans lequel Lausanne possédait une librairie de gros qui achetait les livres pour nous, comme ils achetaient il fallait bien qu'on vende ce qu'ils avaient acheté, ce qui faisait qu'il y avait un système où on ne contrôlait pas ce que nous vendions, mais où il fallait aider la librairie de gros à écouler les livres qu'ils avaient achetés. Au début les succursales étaient exactement ce que le mot veut dire.⁷⁵

73. Rapport du C. A., 1929-1930.

74. Dossier « culture des champs », fonds Payot, VII 41A.

75. Entretien avec H. P., gérant de succursales, le 26 novembre 2010.

Au-delà de ce contrôle par une « maison-mère », la centrale d'achat permettait d'obtenir des remises favorables sur un stock de base pour tous les magasins, une réactivité plus grande aux commandes des clients et un assortiment régulier à une époque où la rotation des ouvrages commençait à augmenter. La force des magasins Payot tient donc en partie à ce système centralisé à Lausanne qui favorise une rationalisation de la vente, même si les délais de livraison sont retardés, puisque les livres commandés passent par Lausanne avant d'être expédiés dans les succursales. Progressivement, toutefois, la nécessité de mieux profiler les magasins en fonction de la demande locale, mènera, nous le verrons, à une évolution du rapport Lausanne-succursales à la fin des années 1960. Quant aux chiffres d'affaires des succursales, les résultats affichés entre 1923 et 1934 – les années où les chiffres sont détaillés dans les bilans annuels – sont proportionnels à la taille des magasins, soit environ 65-70 % pour Lausanne, 8-9 % pour Genève, 6-7 % pour Neuchâtel, 5-6 % pour Berne, 5 % pour Bâle et 4 % pour Vevey et Montreux⁷⁶ (annexe 6).

LOUSONNA : DÉBUT DU TANDEM PAYOT-LAMUNIÈRE

Parallèlement aux investissements opérés par la maison lausannoise, son directeur Samuel Payot diversifie ses activités dans le secteur de l'imprimé en misant sur une intégration verticale qui lui permettra d'exercer une forte influence dans des secteurs contigus à ceux de l'édition et de la librairie. Payot participe à une première concentration dans les mains de sociétés, qui vont s'imposer dans le monde médiatique, dans le secteur de l'impression et dans celui de la distribution.

LES DÉBUTS DE LOUSONNA

C'est dans le secteur de l'imprimerie que les premiers phénomènes de fusion s'observent en Suisse romande en passant du modèle de l'imprimerie artisanale à celui d'une production plus industrielle. La réunion de trois puis de quatre importants imprimeurs lausannois en une seule et même entreprise en est le moment fondateur. En 1907, Paul Allenspach, Jules-P. Corbaz et Charles Viret-Genton fondent les Imprimeries Réunies de Lausanne (IRL), que Georges

76. Selon les rapports du conseil d'administration présentés aux assemblées générales ordinaires entre 1923 et 1934.

Bridel rejoint en 1910. À eux quatre, ils impriment une majeure partie des publications lausannoises, ce qui assure l'essor rapide de leur entreprise. Mais le décollage des IRL s'explique surtout grâce à la propriété du journal la *Feuille d'Avis de Lausanne* (FAL), dont Paul Allenspach a hérité de son père avec le legs de l'imprimerie. La société réunit donc les Imprimeries Réunies et la *Feuille d'Avis de Lausanne*. Les quatre imprimeurs quittent alors le lieu historique des ateliers d'impression autour de la Louve-Palud-Escaliers du Marché, où ils étaient tous situés, pour ouvrir des locaux communs, plus lumineux et plus spacieux, à l'avenue de la Gare, zone stratégique entre la place administrativo-financière de Saint-François et le complexe ferroviaire⁷⁷.

Samuel Payot entre au conseil d'administration de la société de la FAL/IRL en 1912. Il devient aussi président du conseil d'administration de la *Tribune de Lausanne* en 1913, journal qui a été intégré à cette même société l'année précédente et dont il contribue à redresser les finances. Il modernise notamment le fonctionnement du journal, en retardant le tirage du soir jusqu'à quatre heures du matin, c'est-à-dire la limite pour permettre l'acheminement des journaux par les premiers trains de cinq heures⁷⁸. Dans un souci de rapidité de l'information, le lecteur pouvait ainsi bénéficier non seulement des nouvelles de la veille, mais aussi de celles de la nuit, sur le modèle déjà inauguré par la *Tribune de Genève*⁷⁹. L'intégration de la *Tribune de Lausanne* dans les Imprimeries Réunies, qui a permis de leur confier l'impression du journal, a dû faciliter ce passage à une cadence nocturne. En 1916, Samuel Payot est élu vice-président de la FAL/IRL, puis président en 1923 (jusqu'à son décès en 1953), au moment où Paul Allenspach, resté jusque-là le rédacteur en chef et le directeur, quitte ses fonctions sous la pression de ses collègues⁸⁰. En 1925, il entre aussi au conseil d'administration de Publicitas, courtier d'annonces pour les principaux journaux romands, ce qui favorisera la publicité de la maison Payot et des organes de presse dans lesquels il siège. À Publicitas, il se rapproche de Jacques Lamunière, directeur de l'agence lausannoise, qu'il a déjà côtoyé dans le Conseil d'administration des FAL/IRL. Cette rencontre se révélera décisive.

77. Immeuble qui sera détruit et reconstruit ensuite par la famille Lamunière devenant la tour Édipresse. Voir Corthésy, 2007.

78. « Samuel Payot », dossier ATS, ACV.

79. Clavien, 2010, p. 60.

80. Junod, 1962, pp. 85-86.

Déjà fortement engagé dans le monde de la presse, Samuel Payot fonde en juin 1925 la société de participations Lousonna, qui investit dans les sociétés où il siège au conseil d'administration. Lousonna acquiert ainsi la part majoritaire de la Société de la *Feuille d'Avis* et des Imprimeries Réunies et de la *Tribune de Lausanne*. Siègent dans le conseil d'administration Charles Patru, employé de bureau rencontré à Publicitas, et Paul Descoullayes, avocat lausannois, ami de Lamunière et de Payot. Quant à Jacques Lamunière, il est nommé fondé de pouvoir de la société qui a ses bureaux dans le bâtiment des *FAL/IRL* de l'avenue de la Gare.

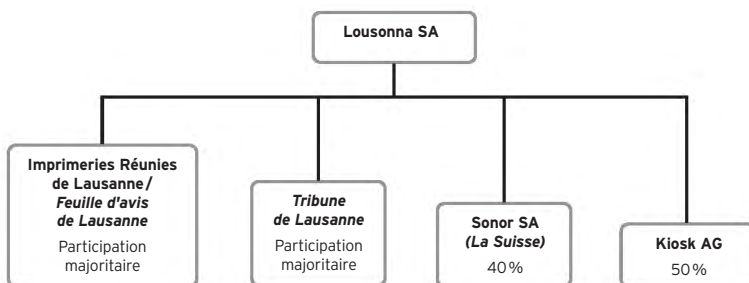
Quel pouvait être le but pour Samuel Payot, alors éditeur-libraire, de fonder une société financière, appelée plus tard *holding*, qui chapeaute des entreprises de presse et d'imprimerie? La fonction d'une société financière n'est pas d'exploiter des infrastructures, mais bien de « détenir et de gérer des participations dans d'autres sociétés sur lesquelles elle a un droit de contrôle. Ce droit ne dérive pas d'une convention, mais de la possession d'actions. La *holding* et ses sociétés d'exploitation constituent donc une entité économique qui poursuit un seul et même but commercial. »⁸¹ Un même but commercial, en effet, pour une société qui réunit sous sa houlette des entreprises actives dans le même secteur. La maison Payot y trouve un intérêt direct, en pouvant bénéficier de conditions intéressantes sur l'impression de ses tirages et au niveau de la couverture médiatique de son enseigne dans les journaux. La société financière permet aussi des investissements pour moderniser les installations, comme cela a été rapidement le cas des Imprimeries Réunies qui renouvellent une partie de leurs machines⁸². L'intérêt est également fiscal, puisque dans les années d'après-guerre, les *holdings* rendaient possible une diminution des charges fiscales en payant la moitié de l'impôt de guerre⁸³.

Lousonna élargit ensuite ses activités par la prise de participation dans d'autres sociétés de presse où Samuel Payot et Jacques Lamunière, entre-temps devenu aussi administrateur, n'avaient pas encore d'entrées. En 1942, Lousonna rachète 40% de la société Sonor SA, editrice du quotidien genevois *La Suisse*. En 1946, Samuel Payot et Jacques Lamunière décentrent aussi leur activité pour fonder à Sion une autre société financière, Sedunia, ayant

81. Nussbaum et Tissot, 2005, p. 210.

82. Chuard, 1982, p. 51.

83. Nussbaum et Tissot, 2005, p. 212.

Organigramme 1. Propriétés de Lousonna en 1942

pour but de « prendre des participations et placements dans toutes entreprises, notamment des arts graphiques, de l'exploitation et de la vente des journaux »⁸⁴, mais sur laquelle nous ne possédons pas plus d'informations.

La création de la société financière Lousonna relève donc, à cette époque, d'une politique d'investissement dans l'optique d'une diversification des activités. En 1937, elle permettra de concrétiser un projet caressé depuis de longues années par Samuel Payot, mais qui lui avait jusqu'alors échappé. Par l'intermédiaire de la *holding*, ce dernier peut racheter le capital d'une société gérant les kiosques de gare sur le réseau des chemins de fer suisses, source de revenus qui va aussi offrir à leur activité éditoriale « une base de diffusion d'envergure »⁸⁵.

UN RACHAT SEMÉ D'EMBÛCHES : LE RÉSEAU DES KIOSQUES DE GARE

La maison Payot s'était déjà montrée intéressée par le marché des kiosques de gare au début du XX^e siècle, dès la création des chemins de fer fédéraux (1902), comme en témoigne une note rédigée par Samuel Payot en 1933 :

La Librairie Payot avait participé au concours ouvert en 1900 pour la période de 1901 à 1910, par les soins du Directeur de la maison à l'époque. Le soussigné a participé personnellement au concours ouvert en 1910, pour la période de 1911 à 1920, et cela

84. Fondation de Sedunia, Société financière anonyme à Sion, *Feuille officielle suisse du commerce*, [décembre 1946], fonds ASDEL.

85. Chuard, 1982, p. 51.

pour les Bibliothèques des Gares du 1^{er} arrondissement. En 1916, les concessions accordées pour la période de 1911 à 1920 ont été renouvelées sans concours, pour la période de 1921 à 1930, les adjudicataires ayant offert de doubler le montant de l'affermage annuel. Le concours ouvert en 1926 offrait des possibilités considérables puisqu'il s'agissait, cette fois-ci de l'ensemble de la Suisse. La Librairie Payot a alors envisagé de participer au concours.⁸⁶

Cette insistance témoigne d'un intérêt certain pour le marché de la presse.

À la fin du XIX^e siècle, la concurrence est déjà forte entre les différents adjudicataires de kiosques de gare mis au concours d'abord par les villes, dès 1880 environ, puis par les Chemins de fer fédéraux qui séparent le réseau de trains en plusieurs parties du territoire suisse. La société Naville domine largement ce marché en Suisse romande, après avoir racheté, en 1907, l'Agence des journaux, créée en 1877 à Genève, qui détient un fort monopole⁸⁷. Naville possède les kiosques à Genève, Lausanne, Fribourg et Bienne. Mais d'autres acteurs investissent progressivement ce secteur, dont un certain Frédéric Zahn, qui gère les kiosques de Neuchâtel et du Jura. Indirectement, ce personnage joue un rôle dans l'histoire de Payot. En 1911, les CFF lui octroient une partie de son réseau, à Bâle et Neuchâtel, tandis que Naville a déjà reçu la concession sur le réseau lémanique en 1901. Zahn travaille en collaboration avec son épouse dont il se sépare ensuite, ce qui pousse sa femme – redevenue Mme Droz, son nom de jeune fille – à collaborer avec un avocat neuchâtelois, Charles Guinand, qui codirige l'entreprise. Au décès de M. Zahn en 1919, Mme Droz hérite de la société, rebaptisée « Librairie Édition SA » (LESA), qu'elle dirige en association avec Guinand.

C'est alors que, lors du nouveau concours des CFF en 1926, Samuel Payot, à nouveau intéressé, se tourne vers la LESA. Étant donné que le concours ouvert par les CFF concerne l'intégralité de la Suisse, il propose une candidature commune entre sa maison et la LESA afin de se partager les zones linguistiques, « étant donné que l'affaire prenait une envergure considérable et demandait peut-être

86. Note rédigée par Jean-Pierre Payot à partir d'un témoignage écrit de son père, [1979], fonds Payot, V/05/01.

87. Nous nous référons pour la narration de cet épisode aux éléments donnés par Vallotton, 2001, pp. 259-261.

le concours de plusieurs maisons pour être menée à chef»⁸⁸. Samuel Payot cherche ainsi à rentrer dans le conseil d'administration de la société Librairie-Édition afin d'avoir un pied dans l'affermage des kiosques de gares, en proposant une part minimale de 20 % et maximale de 33,3 % pour sa maison. Les négociations vont bon train lorsque, quelques jours avant l'échéance du concours, les deux associés Droz et Guinand, arguant des différends entre eux deux, renoncent au concours avec Payot.

Samuel Payot est donc écarté, mais l'affaire tournera finalement à son avantage: Guinand a en fait décidé de faire cavalier seul dans le concours et a donc rompu la confiance de son associée, Mme Droz, qui se tourne alors vers Samuel Payot à titre de conseiller. Celui-ci, plongé dans les comptes de la LESA, y trouve des malversations financières ce qui débouchera quelques années plus tard sur un long procès, en 1933, relayé à grand bruit par la presse régionale. Guinand est finalement acquitté, car les preuves manquent, mais l'odeur de soufre qui se dégage de cette affaire pousse les CFF à changer d'adjudicataire et à se tourner cette fois-ci vers... Payot. Ce dernier rachète donc, en 1934, le capital-action LESA par l'entremise de son « groupe de Lausanne »⁸⁹, c'est-à-dire Lousonna. L'acquisition s'élève à l'importante somme de 1 250 000 fr. (env. 10 millions)⁹⁰.

La LESA prend le nom de Kiosk AG et sera contrainte par les CFF, en 1937, de s'associer à une entreprise suisse alémanique, la société bâloise Werenfels, puisque l'affermage de Kiosk AG concerne la partie outre-Sarine du pays. Lousonna possède alors le 50 % du capital-action de la société. Mais le chiffre d'affaires entre les années 1935 et 1940 – les seuls chiffres en notre possession – progresse de 7,15 millions (57,4 millions) à 10,6 millions de francs (72,4 millions) et révèle une affaire très lucrative pour Kiosk AG, même si une partie notable des bénéfices est à restituer aux CFF⁹¹. De plus, Kiosk AG s'engage à payer à l'avance 1 million de francs (env. 8 millions) pour le fermage, moyennant un remboursement par les CFF si le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas ce montant. La rondeur de ces chiffres montre à quel point

88. Note rédigée par Jean-Pierre Payot à partir d'un témoignage écrit de son père, [1979], fonds Payot, V/05/01.

89. Note rédigée par Jean-Pierre Payot à partir d'un témoignage écrit de son père, [1979], fonds Payot, V/05/01.

90. Procès-verbal du conseil d'administration des *FAL/IRL*, 26 septembre 1933, papiers IRL.

91. À hauteur notamment de 18 % pour les kiosques ramenant plus de 50 000 fr. annuels selon le contrat entre la direction générale des Chemins de fer fédéraux, à Berne, et la SA « Le Kiosque », article 12, archives historiques des CFF, D.XIV.01.

l'affaire est fructueuse pour les adjudicataires des kiosques. À part Kiosk AG, qui gère trois arrondissements sur cinq sur le territoire Suisse alémanique et au Tessin, la maison Naville occupe le terrain romand et Paul Schmidt la zone bâloise⁹². Voici, à titre comparatif, les chiffres d'affaires des trois fermiers d'arrondissements (chiffres arrondis). Étant donné que Kiosk AG possède l'affermage de trois arrondissements sur cinq, le chiffre d'affaires annoncé sur ses concurrents est proportionnel à leur réseau⁹³.

Tableau 1. Chiffre d'affaires annuel des kiosques Naville, Schmidt et Kiosk AG, entre 1935 et 1940, en millions

	1935	1936	1937	1938	1939	1940
NAVILLE	1,52 (12,1)	1,51	1,65	1,71	1,95	2,26 (15,4)
SCHMIDT	1,15 (9,22)	1,17	1,23	1,28	1,40	1,54 (10,5)
KIOSK AG	7,15 (57,4)	7,23	7,73	8,11	9,14	10,6 (72,4)

Source : Archives historiques des CFF, D.XIV.01.

Sur le plan qualitatif, l'image véhiculée par les kiosques de gare est importante pour l'entreprise de chemins de fer helvétiques, à tel point qu'un contrôle périodique interdit la vente d'articles jugés trop concurrentiels avec les magasins environnants et, dans le domaine de l'imprimé, une littérature trop légère et de « basse moralité ». Ainsi, les fermiers sont-ils tenus, selon leur cahier des charges, de ne pas exposer ou de vendre des écrits ou images immoraux et de rendre visibles d'abord les publications et produits suisses. La régie fédérale contrôle la marchandise vendue, car les kiosques sont encore associés à la vente d'une littérature de « mauvais genre », qui pouvait les caractériser à l'époque de leur création à la fin du siècle précédent⁹⁴. La régie de chemins de fer insiste aussi sur l'attitude réservée et la tenue correcte des vendeurs, qui doivent être « de nationalité suisse, posséder les qualités et les langues nécessaires pour cette activité, jouir d'une bonne réputation et être toujours proprement vêtus. Ils doivent se comporter vis-à-vis du public d'une manière convenable, polie et

92. Circulaire de la direction générale des CFF, 29 juin 1934, archives historiques des CFF, D.XIV.01.

93. Statistiques 1941 par année, archives historiques des CFF, D.XIV.01.

94. Pour le contexte suisse romand, voir Vallotton, 2001, pp. 255 et ss.

prévenante, et s'abstenir de l'importuner par son insistance ou par des appels bruyants. »⁹⁵ Alors que Naville demande l'autorisation de vendre des articles de bazars touristiques, tels que des capes d'armailles, des broches et breloques en cuir et bois et des modèles imitant les accessoires de montagnards, prétextant que les voyageurs achètent ces marchandises juste avant leur départ ce qui ne génère aucune concurrence, les CFF leur répondent qu'en général, ils sont opposés à la vente de souvenirs et articles de bazar « qu'on est bien obligé de qualifier en partie de camelote [terme biffé sur le bouillon de la lettre] et qui, si la vente devait en prendre une certaine extension, changerait le caractère de librairie des gares. En outre, il est de toute première importance d'éviter ce qui pourrait donner lieu à des réclamations de la part du commerce local qui voit d'un mauvais œil la situation privilégiée faite à nos kiosques. »⁹⁶ La régie de chemins de fer se montre ainsi très limitative quant au type de marchandises vendues afin de ne pas faillir à sa réputation. Ces craintes résonnent au sein même du conseil d'administration de la *FAL/IRL* lors du rachat de la *LESA* par Lousonna, puisque, comme le stipule un procès-verbal :

M. Bridel fait part des scrupules qu'il éprouve à ce que nous devenions copropriétaires d'une affaire qui tire des bénéfices de la vente d'une littérature dont la qualité moyenne au point de vue littéraire comme au point de vue moral est critiquée par nombre de personnes. Il ne va pas jusqu'à s'opposer à l'opération projetée, mais il serait heureux de recevoir des apaisements à ce sujet. M. Payot répond que la convention avec les CFF exclut la vente d'écrits ou d'illustrations immoraux. La *LESA* fait effort pour donner satisfaction à cet égard et pour favoriser la diffusion de la littérature saine.⁹⁷

Ce fermage du réseau suisse alémanique de kiosques de gare est un des derniers gros investissements de Samuel Payot qui diminue ses activités durant les années 1930 et pendant la guerre. Il ouvrira encore une succursale à Zurich au sortir du conflit, en 1946. De plus, Samuel Payot a atteint la soixantaine à cette période et il prépare sa succession depuis quelques années auprès de ses deux fils, Jean-Pierre et Marc.

95. Cahier des charges en complément au contrat entre la direction générale des Chemins de fer fédéraux et la SA Le « Kiosque », 25 juin 1937, archives historiques des CFF, D. XVI.01.

96. Lettre des CFF à Naville SA, 4 septembre 1939, archives historiques des CFF, D. XIV.01.

97. Séance du conseil d'administration des *FAL/IRL*, 26 septembre 1933, papiers IRL.

Mais, dans les quarante années de sa direction, Samuel Payot a réellement incarné la figure d'un entrepreneuriat nouveau, faisant passer la maison traditionnelle de librairie et d'édition, dont il a hérité, à une entreprise dotée d'une forte assise économique à l'échelle locale grâce à une politique d'investissement et de diversification de ses activités sur un plan horizontal et vertical, tout en sachant maintenir le prestige culturel de son enseigne. Il n'est bien sûr pas le seul en Suisse romande à endosser cette nouvelle vision d'entrepreneur culturel, mais il est certainement une des personnalités les plus actives dans la construction de ce modèle qui décentre l'attention portée à la seule activité de production et de distribution du livre pour privilégier l'ensemble de la chaîne de l'imprimé. Même si la maison d'édition-librairie Payot garde une place centrale parmi l'ensemble de ses activités, puisqu'elle représente aussi la part visible des activités pour le public, il n'en demeure pas moins que celles développées dans un second temps, et notamment les kiosques, deviennent quantitativement importantes. Les documents d'archives en notre possession ne nous permettent malheureusement pas de savoir si d'autres projets n'ayant pu aboutir avaient été esquissés par Samuel Payot, ce qui aurait ouvert des pistes de réflexion sur les contraintes du secteur – par exemple des acteurs concurrentiels – auxquelles il aurait pu se confronter. Comme telles, les initiatives lancées par Samuel dessinent une forme de *success-story* qui, si elle gagnerait à être relativisée par des sources plus abondantes, laisse toutefois supposer que le directeur de la maison a su anticiper des développements avant d'autres confrères tout en se montrant prudent et réaliste sur le plan des investissements opérés. La mise en place du réseau de succursales, pratique encore peu développée dans l'entre-deux-guerres, en est un exemple concret, de même que l'implantation en France d'une succursale de ses éditions. Le prestige acquis grâce à la reconstruction onéreuse de l'immeuble de la rue de Bourg atteste également de l'attention portée à une nouvelle relation marchande centrée sur des espaces plus vastes et plus ouverts. Enfin, la construction d'un réseau avec des entreprises sœurs a, pour l'époque, permis d'acquérir une réelle assise qui a peu d'égaux dans le contexte suisse romand.

À la troisième génération, les deux successeurs de Samuel Payot ne transforment pas fondamentalement la structure des affaires engagées, même si une évolution se lit dans leur direction qui tend vers une politique managériale plus accentuée pour s'adapter à un accroissement du volume du travail et à une multiplicité des tâches.

3. LES TROISIÈME ET QUATRIÈME GÉNÉRATIONS : LE POIDS DE L'AVAL (1953-1986)

Au décès de Samuel Payot en 1953, ses deux fils Jean-Pierre et Marc Payot héritent d'une entreprise rentable qu'ils choisissent de faire prospérer non par de réelles innovations structurelles, mais par des restructurations internes. Cette option peut se comprendre par le fait que leur père avait lui-même mis un frein à la série de rachats qui avait caractérisé sa politique jusqu'au début des années 1930 au vu des aléas de la conjoncture. La situation économique de la branche du livre reprend en effet seulement au début des années 1950, alors que la maladie l'empêche de mener à bien ses affaires. Héritiers d'un « empire » à l'échelle romande, propriétaires d'une maison éditoriale profitant d'un marché quasi monopolistique (le scolaire) et de huit librairies sur l'ensemble de la Suisse, copropriétaires de la société financière Lousonna détenant 50 % des kiosques de gares suisses alémaniques, 80 % de la plus grosse entreprise d'impression romande (IRL) et de la *Feuille d'Avis de Lausanne*, 100 % de la *Tribune de Lausanne*, enfin, plus tard, 40 % du journal genevois *La Suisse*, les frères Payot s'attachent désormais à la gestion de leurs affaires. D'ailleurs, Marc Payot se détourne de l'entreprise familiale *stricto sensu* pour se concentrer sur ces activités, puisque Lousonna est, comme il le souligne, « le plus important groupement de presse en Suisse [...] dépassant de loin l'importance de Payot-Lausanne »¹. Pas de rachat de nouvelles librairies en cette période, donc, pas de réel développement à l'étranger comme avait pu l'imaginer leur père dans l'entre-deux-guerres, mais des modifications et des investissements opérés dans les structures existantes. À cet égard, au sein de la maison Payot, c'est bien le secteur de l'aval, la librairie puis la diffusion, qui vont dominer dès les années 1960.

1. Lettre de Marc Payot à Jean Lammens, directeur de la société fiduciaire française d'expertises comptables, [1966], fonds Payot, II/13/02, « SFL 1966-1968 ».

ÉVOLUTION STRUCTURELLE DE LA MAISON PAYOT :**L'ENVOLÉE DE LA LIBRAIRIE**

La maison Payot connaît un accroissement de son chiffre d'affaires à partir de l'année 1954-1955, dont le bilan annuel révèle une hausse de 24,5 %², soit une augmentation de plus d'un million (4,34 millions) de francs par rapport à l'année précédente³. Dans ces années d'après-guerre, l'essor de la production et, conjointement, de la consommation du livre, explique ce fort développement. Hervé Renard et François Rouet montrent une augmentation de 12 000 parutions annuelles en France en 1958 à plus de 25 000 en 1978, soit à peu près le double⁴. Les exportations françaises vers la Suisse passent pour leur part de 6 000 quintaux métriques à 20 000 entre 1954 et 1964⁵. Au niveau de la consommation des ménages suisses, la part dévolue aux secteurs de loisirs, divertissement et instruction passe de 7,5 % à 9,5 % entre 1950 et 1960, pour atteindre 11,3 % en 1970⁶. Elle gagne donc environ 4 % en vingt ans, alors que, corrélativement, les dépenses réservées à l'alimentation sont quasiment réduites d'un tiers, puisqu'elles passent de 29,5 % en 1950 pour ne représenter que 13 % en 1980, soit à peu près l'équivalent des dépenses de culture, loisirs et instruction en 1970⁷. La part croissante du revenu discrétionnaire des ménages profite donc pleinement au secteur de la culture confirmant, par les chiffres, l'essor constaté d'une « civilisation du loisir »⁸ dans les années 1960, selon l'expression de Joffre Dumazedier.

Sur le plan de l'organisation de l'entreprise, ces années correspondent à plusieurs investissements au niveau de la logistique. Cela se perçoit, par exemple, en 1955, dans la refonte complète des services de comptabilité et par l'achat d'une machine comptable permettant une uniformisation et un meilleur contrôle des comptes de Lausanne et des succursales. Comme l'indique le bilan de 1955, « cette réorganisation permettra d'analyser beaucoup mieux les résultats de l'entreprise et de suivre, mois après mois, la marche des affaires »⁹. En cela, Payot s'inscrit dans une évolution plus générale de la branche vers une plus grande « rationalisation en librairie »,

2. Rapport du C. A., 1954-1955.

3. *Ibid.*

4. Renard et Rouet, 1998, p. 689.

5. Syndicat national des éditeurs, 1965, p. 118.

6. Office fédéral de la statistique, « Enquête sur les budgets des ménages de salariés, dépenses du ménage en francs par mois et en pour-cent, 1950-1989 ».

7. *Ibid.*

8. Dumazedier, 1962. Pour une étude sur la Suisse, voir Bassand, 1982.

9. Rapport du C. A., 1954-1955.

selon le titre d'une enquête commanditée à cette même époque par la Société suisse des éditeurs et libraires (SBVV) à l'Institut économique de l'Université de Saint-Gall. L'organe de presse professionnel sur le plan national, *La librairie suisse*, également édité par la SBVV, atteste de cette évolution à travers des articles relatifs à ces questions, qui sont pour certains fondés sur cette enquête¹⁰. Ils insistent sur les éléments permettant de mesurer la rentabilité des commerces en calculant le nombre d'employé-e-s selon la surface et le coût du loyer, en évaluant le stock en magasin et sa rotation, ainsi que les charges de l'entreprise en fonction des salaires, des frais matériels et des charges sociales. Sur la base de ces résultats, dont les données chiffrées ne sont malheureusement pas publiées, ils prodiguent des conseils aux libraires pour faire évoluer leurs pratiques, comme l'importance des machines de bureautique (calculatrices, caisses enregistreuses, machines à écrire) afin de procéder à des statistiques de vente. Ils mettent aussi en évidence la nécessité d'un organigramme clair précisant le cadre de travail et les liens hiérarchiques pour accroître la motivation du personnel et leur sentiment d'appartenance à l'entreprise, comme le dit un article : « La rationalisation du secteur interne augmente le lien des employés avec l'entreprise et accroît l'intérêt pour le travail. Elle allège le travail du patron et de ses employés en donnant une vue d'ensemble à de nombreux problèmes et permet d'éviter de nombreuses frictions. »¹¹ La segmentation des activités de la librairie devrait aussi permettre de gagner en efficacité par une division en sous-secteurs : conduite de l'entreprise et planification, organisation, finances, comptabilité, gestion du personnel, administration. En bref, il s'agit pour le libraire de faire évoluer une gestion parfois empirique vers une plus grande maîtrise du suivi des magasins. Ces réflexions se fondent sur le constat d'un changement du rythme de travail et de l'échelle des commerces, ainsi que sur les nouvelles attentes des consommateurs. Payot intègre ces méthodes dans la gestion courante de ses affaires, dans sa politique du personnel et dans sa restructuration sectorielle surtout dans le domaine de la librairie qui représente alors une centaine d'employé-e-s sur les 120 que compte l'entreprise en 1958 (les 20 restants travaillant dans l'édition)¹².

10. Dr. Heinz Weinhod, « Rationalisierung im Buchhandel », *La librairie suisse*, 18/1958, pp. 439-443 ; 19/1958, pp. 553-543 ; 21/1958, pp. 597-603.

11. *Ibid.*, 21/1958, p. 598.

12. Enquête sur la rationalisation en librairie, 1958, fonds Payot, IV/06/01.

Les années 1960 sont sans conteste «celles de la librairie». Ce secteur atteint des résultats spectaculaires durant cette décennie malgré une forte augmentation des frais généraux (accroissement des surfaces de stockage, des salaires et création de protections sociales notamment). Le chiffre d'affaires augmente de 10 millions en francs courants, soit environ 6 millions de francs constants, entre 1960 et 1970¹³. Cette croissance s'observe surtout entre 1960 et 1965, puisqu'elle atteint 11,7 % contre 7 % pour la période comprise entre 1965 et 1970¹⁴. Si un infléchissement du mouvement du chiffre d'affaires se lit dans les années 1962-1963 et 1965-1966 (annexe 4), cela peut s'expliquer par les investissements opérés dans la transformation des magasins, puisque Payot modernise la quasi-entièreté de ses infrastructures. Inversement, l'activité des éditions se tasse durant cette période, car les commandes du DIP décroissent dès le début des années 1960. Ces années sont donc celles d'une plus forte disparité entre le secteur éditorial et celui de la librairie, au profit de la seconde. Alors qu'au début du siècle, la librairie représentait environ 50 % du chiffre d'affaires, cette proportion s'élève à environ 65 % dans l'entre-deux-guerres, pour augmenter à 80 % dans le courant des années 1960 (annexe 5).

L'importance accordée au secteur de la librairie chez Payot s'inscrit aussi dans l'évolution plus générale du commerce de détail après la Seconde Guerre mondiale. La grande distribution prend de plus en plus d'importance vis-à-vis du commerce indépendant¹⁵ et son poids économique lui permet de se poser en interlocutrice de taille face aux fournisseurs en obtenant de meilleures conditions d'achat¹⁶. Tandis que le grand magasin a été constitutif d'une culture de la consommation ostentatoire propre aux classes bourgeoises du XIX^e siècle¹⁷, le supermarché devient au contraire la forme commerciale de la standardisation et de la fonctionnalité¹⁸, dans la mesure où elle «constitue le canal naturel par lequel la nouvelle

13. «Rapport succinct de la marche des affaires 1961-1970» rédigé par Jean-Pierre Payot, 25 juillet 1971, papiers Payot.

14. *Ibid.*

15. Sur l'évolution de la grande distribution, notamment la création des hypermarchés, Daumas, 2006b.

16. Sur la concentration de la distribution, Jaggi, 1970.

17. Une abondante littérature anglo-saxonne retrace l'histoire des grands magasins et la spectacularisation de la vente. Voir notamment Crossick et Jaumain, 1999; Lancaster, 1995; Monod, 1996. Sur l'évolution du commerce de détail en Suisse, Jornod, 2019.

18. Bowlby, 2001, p. 8. Pour la Suisse, voir Brändli, 2000. Sur Wal-Mart, symbole de la puissance de la grande distribution, Lichtenstein et Strasser, 2009.

société de consommation diffuse le mieux les objets qui lui servent d'emblème »¹⁹.

Cette évolution se lit aussi dans le domaine culturel où la commercialisation devient centrale pour qui veut, au sein d'une concurrence accrue, atteindre son public. Sur un plan proprement économique, la fonction de grossiste va notamment monter en puissance dans les années d'après-guerre, afin de permettre une optimisation dans la distribution des livres en se fondant sur les mêmes principes d'économie d'échelle et de rotation accélérée que dans la distribution des produits de consommation plus courante. Les années 1970 se déclinent donc selon la montée progressive du secteur de la diffusion/distribution dans la branche du livre. Chez Payot, cette évolution se lit dans une réorganisation de la diffusion qui devient un département autonome dans l'entreprise. La maison crée aussi une structure de diffusion en France et possède une participation financière dans l'Office du livre de Fribourg (OLF), la principale structure de grossiste en Suisse romande. Aussi, les activités de l'aval prennent une importance majeure dans la maison Payot.

En 1973, pour opérer les investissements nécessaires au développement de ses magasins, Payot a besoin de nouveaux capitaux qu'elle acquiert en ouvrant son actionnariat aux employé·e·s de sa maison. Si la structure familiale persiste dans la direction, une évolution se dessine vers une ouverture de l'actionnariat à des membres extérieurs à la famille. Enfin, en 1973, tandis que l'entreprise décide d'ouvrir une importante surface de vente à la place Pépinet à Lausanne, elle vend son capital-actions à la société Lousonna, ce que nous verrons à la fin de ce chapitre. Avant cela, nous nous proposons de présenter séparément les différentes facettes de l'évolution de la maison.

LA RESTRUCTURATION ORGANISATIONNELLE

DIVISION SECTORIELLE

L'arrivée de la troisième génération rime avec spécialisation des tâches. Première division, et non des moindres, entre la direction de la librairie et de l'édition qui deviennent deux secteurs indépendants, non pas économiquement, mais sur le mode opérationnel. Désormais,

19. Jaggi, 1970, p. 27.

Marc Payot dirige les éditions, tandis que Jean-Pierre prend en charge la librairie, une division qui illustre le processus de spécialisation des tâches dans les métiers du livre et l'adaptation aux nouvelles exigences techniques de la branche. La formation des deux nouveaux directeurs est également le signe d'une transition générationnelle. Contrairement à leur père qui, trente ans auparavant, avait accompli sa formation de libraire dans la maison, ils suivent d'abord un cursus universitaire. Jean-Pierre obtient une licence en sciences sociales à l'Université de Lausanne, puis il entre aussitôt après dans le giron de la maison, où il accomplit son apprentissage, complété par des stages dans des librairies allemandes, anglaise et française, « tour d'Europe de la librairie » quasi obligatoire pour apprendre les rouages du métier. Jean-Pierre Payot occupe une fonction dans l'entreprise dès 1938 comme directeur du service des ventes. À cette époque, son frère Marc a opté pour une autre voie. Après des études de criminologie, il travaille pendant plusieurs années dans la police turque, mais se rapatrie pendant la guerre et finit par entrer dans la maison en 1943. À côté d'un Jean-Pierre Payot très attaché à la culture du métier, Marc fait figure d'électron plus libre, ce que confirment leurs fonctions ultérieures. En effet, Marc se détourne rapidement de son activité dans la société Payot *stricto sensu* pour se consacrer au brassage des affaires extérieures en s'occupant de la gestion de la société Lousonna. En 1953, il prend en charge la vice-présidence et la fonction d'administrateur-délégué de Kiosk AG à Berne, puis il entre au conseil d'administration de Sonor SA, propriétaire de *La Suisse* à Genève; Jean-Pierre, pour sa part, s'occupe du versant lausannois au sein de la société de la *FAL/IRL* et en prenant la présidence du conseil d'administration de la *Tribune de Lausanne*. Parallèlement, Jean-Pierre Payot maintient un rôle décisif dans la direction de la librairie, qui devient, comme nous l'avons vu, la « locomotive » de l'entreprise, mais l'augmentation des tâches administratives le contraint à confier plus de responsabilités à ses employé-e-s, comme l'explique Marc Payot: « Dans le complexe financier *holding* Lousonna et Sedunia, Marc et Jean-Pierre Payot se sont répartis les tâches dans les sociétés qui en dépendent. [...] Ces activités nouvelles représentent pour eux des tâches accrues qui, en absorbant une bonne partie de leur temps, rendent encore plus nécessaire et urgente une réorganisation de la librairie Payot. »²⁰ C'est pourquoi les cadres occupent une fonction de plus en plus importante.

20. Lettre de Marc Payot à M. Schaefer, administrateur de la Société financière Lemano, 27 avril 1955, fonds Payot, I/020.

NOMINATION DES CADRES

Dès ses débuts, la nouvelle direction développe une culture managériale fondée sur le contrôle administratif et la coordination entre les différents secteurs de l'entreprise par la création de postes à responsabilité et par la mise en place d'une hiérarchie rigoureuse. La première division sectorielle entre la librairie et l'édition entraîne, au début des années 1960, la création de sous-secteurs selon un découpage de l'entreprise en différentes fonctions. Nouveauté chez Payot, la répartition des tâches est désormais formalisée en un organigramme, inconnu jusqu'alors dans la maison qui fonctionnait selon une séparation informelle des responsabilités confiées aux membres de la famille. Elle nomme aussi des cadres extérieurs à la famille à des fonctions réservées auparavant exclusivement aux frères ou aux fils de Samuel. Dans ce contexte, les activités, sans forcément être nouvelles, sont redéfinies en 1961 au sein de trois départements, d'un côté l'édition et de l'autre la librairie, elle-même subdivisée entre le secteur des achats et celui des ventes. À leur tête, trois « fondés de pouvoir », choisis en les personnes de Jean Hutter, Albert Regamey et Robert Decrey. Ce statut n'est toutefois pas tout à fait nouveau à cette époque, puisque Regamey en bénéficiait déjà dès 1952 avec la possession de la signature au registre du commerce, qui lui assurait le pouvoir d'un employé placé au-dessus des chefs de service de Lausanne et des gérants des sept succursales. Ce même statut a été attribué à Robert Decrey en 1956. La création retardée de la séparation formelle de ces trois départements s'explique par une raison simple : dans une logique de tradition familiale, il faut attendre la prise de retraite en 1961 de Fritz Payot (junior), représentant de la seconde génération, pour que ses deux neveux, pourtant déjà directeurs, se décident à mettre en route ce processus de réorganisation.

Le recrutement des cadres est révélateur des différentes fonctions qu'ils occupent. L'édition engage un licencié ès lettres, Jean Hutter, muni d'une expérience aux Éditions de la Baconnière dirigées par l'ami des Payot Hermann Hauser. La librairie, quant à elle, recrute des employé-e-s formés « sur le tas » au sein de la maison. Albert Regamey y est entré très jeune, au début des années 1920, rencontré dans un foyer pour jeunes personnes placées par Édouard Payot²¹, alors médecin cantonal, qui suggérait à son frère Samuel

21. Selon le témoignage de plusieurs anciennes et anciens employé-e-s.

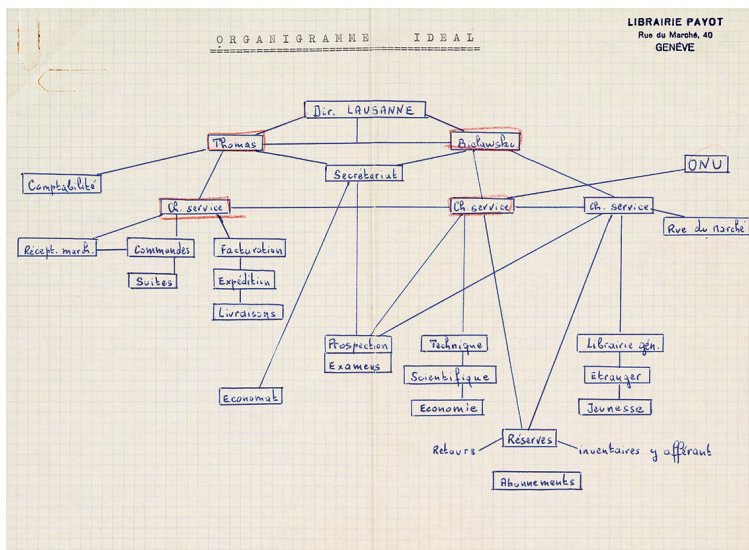
des personnes intéressantes pour la librairie. Robert Decrey, pour sa part, est entré dans la maison en 1948, devenant progressivement le bras droit de Jean-Pierre Payot. La carrière de ces deux « directeurs » s'est prolongée pendant plus de cinquante ans, Robert Decrey maintenant son statut lors de la vente de l'entreprise à Hachette au début des années 1990.

La séparation entre les départements d'achat et de vente met en évidence l'accroissement du volume de travail dans la maison lausannoise. La gestion de la librairie nécessite désormais une distinction entre les activités liées à l'amont de la filière, c'est-à-dire avec les éditeurs et les diffuseurs/distributeur, et celles liées à l'aval, à savoir les stratégies de vente dans les différents magasins. Ce schéma se retrouve dans l'organigramme de la plus grande succursale à Genève, qui engage, en 1965, deux gérants dont l'un a pour fonction la supervision de la vente et l'autre celle des stocks au niveau administratif et manutentionnaire²².

La nomination des directeurs permet ensuite de réorganiser le travail aux échelons inférieurs, avec la nomination de « chefs de service » – chefs de rayons et gérants de succursales – qui eux-mêmes supervisent les vendeurs-euses et les employé-e-s de commerce dans les bureaux. L'organigramme du service des achats au début des années 1960 est à cet égard représentatif. Il se structure par une hiérarchie en trois à quatre niveaux, qui reste très centralisée autour du directeur du département. Cette librairie de gros, qui fait l'interface entre les fournisseurs et les magasins de détail, regroupe trois principales fonctions : administrative (commandes, facturation, réception des ouvrages, retours et contrôle des conditions d'achat) ; manutentionnaire (gestion des stocks dans les réserves) ; enfin le lien avec les succursales.

Ce découpage sectoriel se lit aussi dans l'organisation des locaux de la maison qui, tant sur le plan symbolique que physique, a tendance à diminuer l'organicité des activités. Pour répondre à la nécessité urgente d'extension des locaux pour la vente, les réserves et les espaces administratifs, les bureaux de l'édition quittent la rue de Bourg au début des années 1960 et s'installent dans des locaux

22. « Organigramme Payot-Genève », 1965, fonds Payot, IV/09/08/07. L'article sur la rationalisation dans le journal professionnel, *La librairie suisse*, met en avant un organigramme de librairie auquel la librairie Payot se conforme. Six sous-secteurs apparaissent : la vente en magasin, la publicité, les achats/commandes, l'expédition/factures, les réserves, les journaux (non vendus chez Payot). Dr. Heinz Weinhold, « Rationalisierung im Buchhandel », *La librairie suisse*, 21/1958, p. 600.



2. Organigramme idéal de Payot-Genève établi par la direction de Lausanne en 1965. Source: BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/08/07]

sous-loués à Kiosk AG à la rue Centrale 10, soit quelques rues plus bas. Les surfaces destinées à la vente prennent alors possession du premier étage de l'immeuble de Bourg et tous les services de bureau montent d'un étage. En 1961, ce sont les dépôts du service des achats qui quittent le tissu ancien de la place Saint-François pour intégrer l'immeuble des éditions. Ces réserves étaient, en effet, installées dans celui du magasin Bonnard (devenu entre-temps Bon Génie) en bas de la rue de Bourg, un immeuble datant de la fin du XIX^e siècle devenu peu accessible après la décision communale de limiter les livraisons dans ces rues étroites. En 1963, ces mêmes réserves déménagent dans un immeuble en construction contigu à la rue Centrale 8 où, cette fois-ci, deux étages entiers offrent un outil de travail spacieux. Désormais, les trois secteurs sont physiquement séparés : les locaux de vente et les bureaux de la librairie demeurent à la rue de Bourg, les éditions sont localisées à la rue Centrale 10 et le département achats à la rue Centrale 8. Quant au stock des éditions, il est situé à Bel-Air dans un local loué à la Société de chemins de fer Lausanne-Ouchy, dont Samuel Payot

possédait des actions²³. Toutefois, cet accroissement de l'espace ne suffit rapidement pas. Le manque patent de place, qui se faisait déjà ressentir à la fin des années 1960, conduit alors à l'ouverture d'un nouveau magasin Payot à la place Pépinet en 1973 et à la centralisation de tous les stocks (réserves éditions, diffusion Payot, librairie de gros) dans de nouveaux locaux aux Côtes-de-Montbenon situés dans le quartier du Flon²⁴. En outre, avant cette solution, soit en 1971, la maison Payot avait anticipé la question en achetant un terrain de 12 000 m² hors de Lausanne (Cheseaux) pour regrouper les départements de la diffusion et des éditions, ainsi que les différentes réserves. Payot renoncera finalement à cette délocalisation, en profitant du développement du quartier commercial autour de la place Pépinet et de la déprise des locaux industriels du quartier du Flon. Mais ce projet témoigne bien des statuts différents des trois départements: la librairie demeure dans le cœur lausannois, tandis que les « activités de l'ombre », nécessitant des infrastructures plus fonctionnelles, peuvent être décentralisées²⁵.

PROMOTION DES GÉRANTS ET OUVERTURE DE L'ACTIONNARIAT

À côté des trois postes de directeurs de départements, les deux gérants des plus grosses succursales, à Zurich et Genève, obtiennent également en 1961 un statut de cadres. Cette promotion témoigne également d'un changement dans la culture de l'entreprise. Sous Samuel, les gérants avaient une qualification sommaire, ce qui permettait à la direction de limiter leurs responsabilités et de maintenir un important contrôle sous la houlette de Fritz Payot, qui passait chaque mois dans les magasins pour y vérifier l'assortiment et la comptabilité. À l'opposé, la nouvelle direction donne progressivement aux gérants la responsabilité de leur magasin, comme le mentionne Jean-Pierre Payot, « pour qu'ils prennent conscience des soucis d'une gérance bien remplie: engagement du personnel, paiement des salaires, contrôle des créanciers, paiement des factures, situation de trésorerie »²⁶. Première mesure, en 1958 le contrôle comptable des succursales n'est plus pris en charge par Fritz, mais il est confié

23. Lettre de la Société de banques suisses à Samuel Payot (état de ses titres), 4 décembre 1953, fonds Payot, V/01/13.

24. « Librairie Payot SA Historique au 1^{er} juillet 1978 », non publié.

25. Ce schéma rappelle celui adopté par Hachette entre le site symbolique du quartier Saint-Germain à Paris, où logent les éditions historiques, et le nouveau site de distribution de Javel, de taille et d'organisation plus industrielles. Voir Mazaud et Dessaux, 2000.

26. Lettre de Jean-Pierre Payot à M. Born, 4 décembre 1957, fonds Payot, I/020.

à la fiduciaire de l'entreprise²⁷. La même année, la direction offre aussi une gratification d'inventaire aux personnes occupant une poste à responsabilité. Entré dans l'entreprise en 1966, le quatrième héritier de la maison, Jean-Marc Payot, consolide ces mesures en instaurant une « assemblée des gérants » bisannuelle qui les invite à faire le point sur leurs résultats, tout en les informant de la politique générale de la maison et en les invitant à donner leur avis.

Un pas de plus est encore franchi, lorsque ce n'est plus seulement la gestion administrative qui leur est confiée, mais également le choix de l'assortiment en fonction de chaque commerce. De toute évidence, ces nouvelles dispositions sont plébiscitées par les gérants :

La maison-mère était bien la maison-mère. Mais on est arrivé à un moment donné où il a été formulé que « la succursale est personnalisée par son gérant ». Une autonomie non pas économique, mais une autonomie de vie, d'action, d'activité. Sous Samuel, c'était Fritz qui s'occupait des succursales et il n'était pas un vendeur. Ce qui fait que rien n'était formulé de ce point de vue. Et il est arrivé un moment où on a commencé à se poser des questions, c'était en plein sous le règne de Jean-Pierre, je me souviens que cette phrase a été formulée par Willy Pahud, mais il a exprimé ce que nous ressentions tous. On était responsable, mais en même temps on cherchait le chemin de notre responsabilité.²⁸

Les gérants demandent aussi de pouvoir bénéficier d'une formation continue « dans le domaine des méthodes de vente et de gestion »²⁹ et de mieux définir « le champ d'activité de chacun, son cahier des charges, pour que les catégories de décisions soient exactement précisées, de manière à renforcer l'autorité de chacun et à rendre le travail plus efficace (par exemple : renforcer l'autorité des directeurs pour épargner le recours aux administrateurs pour des questions mineures) »³⁰.

En revanche, et cela n'est pas contradictoire, la centralisation des commandes et de la gestion, notamment comptable, est encore renforcée à Lausanne par souci d'efficacité, ce qui est parfois aussi

27. En 1955, la direction a notamment investi dans un nouveau système comptable plus mécanisé, afin d'obtenir une lecture systématique et uniforme des résultats de chaque magasin.

28. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

29. « Compte rendu du séminaire des chefs de service de la librairie Payot », 2 septembre 1966, fonds Payot, VII 177.

30. *Ibid.* Précisons toutefois qu'en 1967, les succursales ne possèdent pas encore de signature individuelle et doivent donc passer par les directeurs des départements.

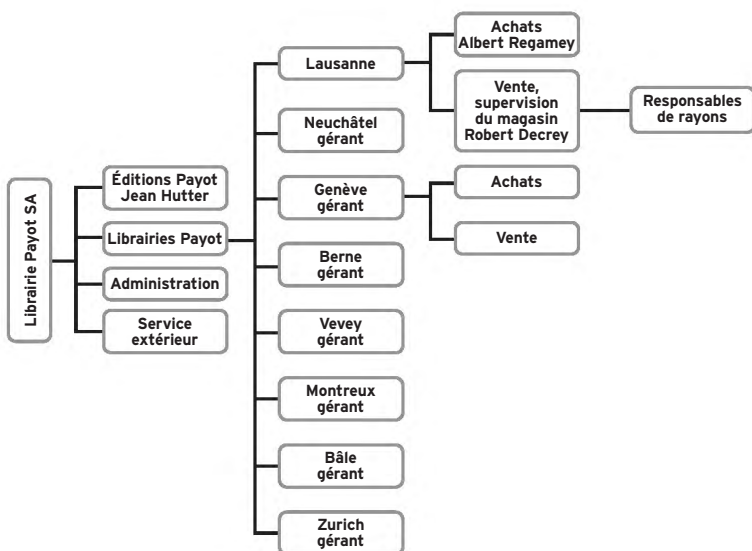
requis par les fournisseurs qui préfèrent n'avoir qu'un seul interlocuteur commercial pour la totalité de la maison. Ainsi, toutes les commandes passent encore par la librairie de gros de Lausanne, c'est-à-dire l'espace de centralisation des achats, ce qui offre l'intérêt de maintenir un contrôle sur les stocks et de jouer sur les rendements d'échelle pour obtenir de meilleures marges (remises) auprès des fournisseurs grâce à des achats plus importants. Dans la dynamique d'un décentrement des décisions courantes vers les échelons intermédiaires, la centralisation administrative et celle des achats permettent ainsi de mieux coordonner et contrôler le travail en amont, afin de dégager du temps dans les stratégies de vente des magasins.

En 1967-1968, le secteur administratif devient un département en soi à côté des éditions, de la librairie et du domaine « extérieur », soit les relations avec les partenaires commerciaux. En 1968, un nouvel échelon entre les directeurs des départements et les chefs de service est également créé, qui témoigne d'un découpage encore plus fin du travail : les éditions se divisent désormais également en deux, entre la production et le service commercial, ce qui confirme l'importance conférée au suivi commercial (notamment publicitaire). De même, un chef-comptable est nommé à l'administration sous la houlette de Jean-Marc Payot à la direction³¹.

Mais le fait le plus marquant est certainement l'ouverture du conseil d'administration en 1967 à des cadres non issus de la famille Payot après le décès des représentants de la seconde génération qui y siégeaient (Édouard et Fritz Payot). Les fidèles directeurs que sont Robert Decrey, Jean Hutter et Albert Regamey, ainsi que le gérant de succursales Henri de Perrot, neveu de Jean-Pierre Payot, sont invités à siéger dans les structures décisionnelles de l'entreprise. La structure uniquement familiale atteint donc ses limites, car comme le dit Marc Payot en 1966, « cette situation [leur charge administrative] entraîne des tâches importantes et lourdes, auxquelles mon frère et moi-même suffisons à peine à faire face. Qu'en sera-t-il quand mon neveu sera seul ? Nous sommes, par la force des choses, amenés à considérer que les sociétés "de famille" devront être élargies et faire peu à peu appel à des participants étrangers à elle. »³² L'année suivante, et face à la nécessité de liquidités pour les investissements affectés aux locaux, c'est la structure financière

31. « Librairie Payot SA Historique au 1^{er} juillet 1978 », non publié.

32. Lettre de Marc Payot à Jean Lammens, directeur de la société fiduciaire française d'expertises comptables, [1966], fonds Payot, II/13/02, « SFL 1966-1968 ».

Organigramme 3. Structure de la Librairie Payot SA en 1968

qui évolue vers l'ouverture de l'actionnariat aux employé-e-s³³. Le nombre d'actions possédées par l'entière des employé-e-s ne dépasse toutefois pas les 10% du total des parts de l'entreprise, dont le reste demeure en mains familiales³⁴.

ANCRAGE DANS LA TRADITION : LE PATERNALISME

Cette ouverture vers une logique « managériale » ne rime toutefois pas avec l'abandon d'une relation de proximité entre les employé-e-s et la direction, qui supervise de près, comme le fait Jean-Pierre Payot, les décisions quasi quotidiennes. Le paternalisme de la direction envers ses employé-e-s, fondé sur le respect des individus et sur le goût du travail bien fait, se lit en retour par le sentiment d'appartenir à une « grande famille ». En contrepartie, il est attendu un respect des règles et de la hiérarchie, comme en témoignent des notes de la direction aux employé-e-s qui font l'emploi de métaphores religieuses – « les 10 commandements pour la vente

33. 55 personnes prennent alors des actions, soit à peu près la moitié de l'entreprise.

34. Selon le témoignage de Jean-Marc Payot, le 27 avril 2016.

de Noël »³⁵ – ou militaires : « Il sera bon, dans le cadre de tous les changements qui interviendront, de prendre l'habitude que tous ces mouvements s'accomplissent "d'arrière en avant" comme dans toutes les bonnes armées. Soit, dans le cas qui nous préoccupe, il est bon que les bureaux viennent prendre le travail au magasin, et non l'inverse. »³⁶ La mise en scène des liens hiérarchiques est aussi rejouée chaque mois lorsque les employé·e·s vont individuellement toucher leur paie en mains propres dans le bureau de la direction³⁷ ou lors des sorties annuelles du personnel, où, selon les témoignages des ancien·ne·s employé·e·s, Jean-Pierre Payot pouvait se placer au sommet d'une colline pour observer défilier son « petit monde ». Mais, dans le même temps, ces témoins expriment aussi la fierté ressentie d'appartenir à une entreprise reconnue pour sa connaissance approfondie du métier et largement appréciée de la population. Ainsi, Jean-Pierre Payot, tout en étant présenté comme un « grand patron » avec un air parfois distant, est aussi reconnu dans les témoignages comme un « excellent libraire », qui n'hésitait d'ailleurs pas à descendre de ses étages administratifs pour soutenir le personnel lors des périodes d'affluence.

De façon ponctuelle, la direction offre des congés supplémentaires pour féliciter leurs employé·e·s de leur investissement et de leur culture d'équipe : « À titre exceptionnel cette année, et pour tenir compte du gros effort que chacun devra fournir pour tenir les résultats de vente des deux dernières années, la Direction a décidé d'assurer à tout le personnel le "pont du Nouvel An". »³⁸ Il n'est pas rare non plus que la direction engage de « petites mains » recrutées parmi des personnes précaires ou présentant un léger handicap, qu'elle rémunère à tarif réduit, mais envers qui elle témoigne d'une éthique charitable : « C'était une entreprise familiale, basée sur une certaine éthique où les gens existaient, avaient une valeur, et on n'allait pas les mettre à la porte du jour au lendemain, sauf si nous avions fait une bêtise, ça, c'est clair. J'ai encore connu ce Payot qui avait engagé des gens n'ayant aucune formation pour les occuper, qui étaient peut-être diminués du point de vue physique ou moral, intellectuel, il y a toujours eu des gens qui étaient aidés. »³⁹ Famille de tradition protestante, les Payot

35. « Organisation fêtes de fin d'année », 1961, fonds Payot, I/117.

36. « Rapport concernant l'agrandissement du magasin au 1^{er} étage », [1961], fonds Payot, 09/01/25.

37. Selon les témoignages de plusieurs employé·e·s.

38. « Dispositions générales décembre 1952 », fonds Payot, I/117

39. Entretien avec M. M., le 10 décembre 2010.

aiment se montrer aussi philanthropes en soutenant des actions caritatives par des dons ou des cotisations annuelles : organismes d'aide à l'enfance (Association suisse en faveur des enfants infirmes moteurs cérébraux, Hospice de l'enfance, Secrétariat vaudois pour la protection de l'enfance), institutions à vocation humanitaire et sanitaire (Croix-Rouge suisse, école d'infirmières La Source) ou religieuse (Unions chrétiennes féminines du canton de Vaud, Armée du salut, « Association nouveaux temples » pour la construction de nouvelles églises lausannoises, Association pour la création de Crêt-Bérard)⁴⁰, organismes auxquels Jean-Pierre Payot n'omet toutefois pas de passer quelque publicité, voire de vendre des livres lorsque des opportunités se présentent.

Mais la direction Payot a surtout été pionnière en termes de prévoyance vieillesse et d'allocations familiales, puisqu'elle a anticipé plusieurs législations en la matière. Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, en Suisse, la couverture des retraites est principalement le fait de caisses de pension ou de compagnies d'assurance privées proposant des contrats de groupe aux employeurs. Ce système se fonde sur une aide fiscale votée sur le plan fédéral en 1916 permettant d'exonérer de l'impôt sur les bénéfices de guerre les montants que les entreprises versent aux institutions de prévoyance. Dans l'entre-deux-guerres, le nombre de caisses de pension explose, il est multiplié par dix entre 1911 et 1930 pour atteindre le millier, mais ces caisses couvrent d'abord le secteur public⁴¹. Dans ce contexte, dès 1925, l'entreprise Payot établit des contrats de groupe auprès de La Genevoise assurance⁴². Ces prestations ne s'adressent toutefois qu'à un nombre limité du personnel, c'est-à-dire aux employés masculins et stables depuis trois ans au minimum, soit une vingtaine de personnes en 1932, dont les membres de la direction⁴³. En 1942, la maison Payot met parallèlement sur pied un « Fonds de secours en faveur du personnel de la librairie Payot » d'une dotation de 20 000 fr. (106 000), augmenté à 130 000 fr. en quelques années, qui accorde des soutiens aux autres membres du personnel ou à leurs ayant-droits (famille)⁴⁴. Le fonds est chapeauté par une fondation permettant, comme le

40. « Dons en faveur de diverses associations », 1950-1959, fonds Payot, I/005 et I/006.

41. Leimgruber, 2006. Pour une présentation d'ensemble de l'histoire des assurances sociales, voir [<http://www.histoiredelasecuritesociale.ch/synthese/#c66>] (consulté le 5 septembre 2019).

42. Lettre de Samuel Payot à La Suisse, assurance-vie, 26 juillet 1946, fonds Payot, VII 61A.

43. La Genevoise, liste des polices au 23 juillet 1932, fonds Payot, VII 61A.

44. Lettre de Samuel Payot à La Genevoise assurance, 29 juillet 1942, fonds Payot, VII 61A.

souligne un assureur, de le « défalquer du bénéficiaire à titre de frais généraux pour les impôts »⁴⁵. Il est d'abord pensé pour la couverture du personnel féminin qui ne bénéficie pas de rentes d'assurance-vieillesse. Un personnel féminin qui, en 1946, avait d'ailleurs transmis à la direction une pétition revendiquant les mêmes droits que leurs collègues masculins⁴⁶, une requête obstinément refusée par Samuel Payot⁴⁷. Mais deux ans après, avec la création de l'Assurance vieillesse et survivants (AVS), la Confédération prendra aussi en charge la retraite des salariées. Quelques années plus tard, sous la direction de la nouvelle génération Payot, la maison décide de faire un pas de plus. Elle crée, en plus de l'AVS, sa propre caisse de pension en 1955 dans le cadre de la Fondation « Fonds en faveur du personnel de la Librairie Payot SA ». C'est une des fiertés de l'entreprise qu'elle présente dans ses différents documents commémoratifs, dont celui rédigé en 1978 retraçant l'histoire de la maison⁴⁸.

Quant aux allocations familiales, elles sont du ressort des cantons. Précurseur en la matière, le canton de Vaud rend les allocations familiales obligatoires en 1943, Genève en 1945 et Neuchâtel l'année suivante. La maison Payot anticipe ces dispositions, puisqu'elle distribue des allocations à ses employé·e·s quelques mois avant la loi vaudoise en s'affiliant à la Caisse d'allocations de l'Association des industries vaudoises⁴⁹. Payot octroie également des allocations de vie chère trois fois par année en tenant compte de la situation familiale de chaque employé·e⁵⁰. En 1955, alors que la SBVV lance une enquête relative à la création d'une caisse d'allocations familiales de la librairie, la maison Payot répond par la négative en soulignant ses efforts déjà accomplis en la matière grâce par un système progressif pour les enfants de ses employé·e·s jusqu'à 18 ans, qu'elle juge supérieurs à d'autres branches professionnelles⁵¹. Payot semble donc offrir une couverture intéressante en termes de prévoyance vieillesse et de soutien aux familles. En 1965, elle s'affiliera à la Caisse d'allocations familiales des Sociétés réunies, qui regroupe la

45. Lettre de La Genevoise assurance à Samuel Payot, 16 octobre 1947, fonds Payot, VII 61A.

46. Pétition signée par le personnel féminin de la librairie Payot Lausanne et succursales, 29 mai 1946, fonds Payot, VII 61A.

47. Lettre de Samuel Payot à Louise Andersen, 20 juin 1946, 29 mai 1946, fonds Payot, VII 61A.

48. « Librairie Payot SA Historique au 1^{er} juillet 1978 », non publié.

49. Lettre de Jean-Pierre Payot à la SBVV, 21 janvier 1955, fonds Payot, I/053.

50. Lettre de Samuel Payot à M. Mercanton, 16 août 1945, fonds Payot, I/025.

51. Lettre de Jean-Pierre Payot à la SBVV, 21 janvier 1955, fonds Payot I/053.

société de la *Tribune de Lausanne*, de la *Feuille d'Avis de Lausanne* et Imprimeries Réunies et la Société financière Lousonna. Jacques Lamunière (*Tribune de Lausanne*), Samuel Payot (*FAL/IRL*) et Jacques Bourquin (Lousonna) en étaient les fondateurs en 1944⁵².

Après avoir envisagé la réorganisation de l'entreprise dans la gestion du personnel qui touche principalement le secteur de la librairie, nous nous proposons d'aborder désormais l'évolution de l'édition en dessinant les adaptations apportées par la troisième génération Payot dans les années d'après-guerre.

LES ÉDITIONS

LES ÉDITIONS PAYOT-LAUSANNE

Sur le long terme, la lecture du catalogue des Éditions Payot atteste d'une grande continuité autour de quatre principaux secteurs éditoriaux: le scolaire, les livres académiques et scientifiques, la littérature et le genre documentaire⁵³. L'analyse du catalogue des Éditions Payot sur le long terme à partir de celui de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (BCUL) permet de lire cette permanence, mais aussi l'évolution de la ligne éditoriale.

Dès le début des années 1960, nous l'avons vu, le poids des Éditions Payot à Lausanne est en régression dans l'équilibre général de la maison. Des 30 % qu'elles représentaient depuis les années 1930, elles chutent alors à une vingtaine de pour-cent (annexe 5). Comment expliquer cette diminution? Le principal facteur vient de la diminution des ventes du livre scolaire au début des années 1960. La gratuité du matériel scolaire au niveau de l'école obligatoire dans les classes secondaires l'explique, puisqu'elle leur aurait fait perdre, selon le rapport de l'entreprise Payot de 1960, la production des cahiers des classes de primaire qu'ils assuraient depuis une quarantaine d'années⁵⁴. En 1962-1963, la situation empire encore: la rentrée se décline par une diminution d'un tiers du chiffre d'affaires sur la vente des manuels scolaires en lien avec leur gratuité qui suppose un recyclage des manuels usagers pour les classes suivantes⁵⁵.

52. Lettre de Jacques Bourquin à Marc Payot, 5 juin 1967, fonds Payot, IV/02/24.

53. La définition du genre documentaire recoupe des ouvrages variés: bibliographies, voyages, cultures lointaines, sciences naturelles, histoire des transports, histoire de l'art et littéraire, découverte de la Suisse.

54. Rapport du C. A., 1960.

55. Rapport du C. A., 1963.

La répartition des tirages annuels de la maison est révélatrice de cette évolution. Les publications de manuels scolaires baissent dans le courant des années 1960 (annexe 3). Bien sûr, leur poids économique reste décisif: un ouvrage scolaire est publié le plus souvent à plusieurs milliers d'exemplaires et il est réédité. Les classiques de Payot, *Mon premier livre* et *Mon second livre*, livres d'apprentissage de la lecture, ont été respectivement réédités huit fois entre 1908 et 1969 et sept fois entre 1910 et 1962⁵⁶.

À côté de l'édition scolaire, qui demeure malgré tout le socle des Éditions Payot, l'édition académique et technique représente aussi, nous l'avons vu, une part régulière des publications. Ce domaine est aussi une valeur sûre sur le long terme, puisque, au fil du temps, sa part s'élève à environ 25-30 % des titres annuels publiés. Dans ce domaine, la conjoncture politique est peut-être moins décisive que dans le scolaire, puisque les clients sont issus de milieux professionnels étatiques (comme les cours pour formations commerciales), mais surtout privés (manuels d'agriculture, d'ingénierie, de droit ou de médecine). Par ailleurs, après la Seconde Guerre mondiale, les publications scientifiques et techniques supplantent les domaines traditionnels que sont la médecine et le droit. Si Payot publie encore, et cela depuis le début du XX^e siècle, le *Code civil des obligations*, les ouvrages sortis après la guerre se destinent moins aux professions libérales qu'aux sciences de l'ingénierie, du commerce, voire du monde de l'agriculture et de la viticulture. Domaine peut-être moins prestigieux que d'autres genres éditoriaux, cette littérature spécialisée, où la demande peut plus facilement s'anticiper, constitue également une assurance économique.

Tout autre est l'évolution du catalogue en littérature. En effet, l'entrée de la troisième génération à la tête de la maison est corrélatrice à la mise en sourdine des publications littéraires, qui ne représentent que quelques pour-cent des publications annuelles dans les années 1950 (annexe 3). Payot semble laisser le soin à de nouveaux éditeurs plus littéraires de publier les jeunes auteurs⁵⁷. De plus, après la période faste de l'édition romande pendant la Seconde Guerre mondiale, les années d'après-guerre sont marquées par un contingentement de papier, certes levé en juin 1946, mais que la pénurie de papier ne résout pas⁵⁸. À cela s'ajoute la

56. Selon le relevé du catalogue de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne.

57. Sur l'édition suisse romande dans ces années d'après-guerre, voir Roth et Vallotton, 1998.

58. Rapport du C. C., 1945-1946.

difficulté de l'exportation vers la France, étant donné la politique protectionniste du pays, qui limite les importations, et la dévaluation du franc français rendant le prix du livre suisse particulièrement élevé. Ces éléments participent à la difficulté pour l'édition suisse de continuer sur sa belle lancée des années de guerre, qui représente un âge d'or de l'édition helvétique s'atténuant lorsque le monde de l'édition en France retrouve progressivement son souffle⁵⁹.

Pénurie de matières premières, difficulté à exporter, certes, mais ces dimensions touchent surtout les ouvrages de littérature générale et moins les domaines spécialisés. Comme l'indiquent les rapports de l'association des libraires et éditeurs (SLESR), les ouvrages « utilitaires » ne connaissent pas les mêmes restrictions sur la matière première, réservée d'abord aux besoins des écoles et de l'université. Une « commission chargée de répartir des suppléments de papier à l'édition scientifique, scolaire ou d'intérêt général »⁶⁰ aurait même contribué à assurer la publication régulière de ces ouvrages avant la suppression du contingentement en 1946. En outre, ces éditions s'adressent d'abord à un public local et ne souffrent donc pas des difficultés à franchir la frontière française. Ceci explique peut-être un des paradoxes les plus manifestes lorsqu'on observe le nombre de titres annuels de la maison Payot durant le XX^e siècle, où deux pics se dessinent. Le premier, en 1910, correspond à l'entrée en fonction de la seconde génération Payot qui, nous l'avons vu, donne une nouvelle impulsion à l'édition. Le deuxième pic est plus surprenant. Il apparaît justement dans les années 1946-1947 (annexe 2). Mais Payot profite ici de sa politique éditoriale centrée sur le marché local avec, à cette période, environ 55 % d'ouvrages scolaires et universitaires ou professionnels et seulement 10 % en littérature, que la direction ne cherchera pas à valoriser outre mesure lorsque le marché s'ouvrira à nouveau.

Enfin, les ouvrages documentaires deviennent le nouveau fer de lance de la politique éditoriale dès les années 1950. Même si ce type de publications n'est pas nouveau dans le catalogue, la focale se porte désormais sur les livres de vulgarisation, ce qui est une manière de diversifier l'offre en s'adressant à un nouveau public avide de connaissances. Les éditions agissent sur trois fronts. Le premier est celui des livres illustrés. Dans ce domaine, comme dans la littérature spécialisée, le savoir-faire est important, puisqu'il s'agit

59. Clavien, Gullotti et Marti, 2003.

60. Rapport du C. C., 1945-1946.

de conjuguer les sujets porteurs et les auteurs, illustrateurs et photographes adéquats, en proposant des publications certes grand public, mais de belle facture. En effet, si l'insertion d'illustrations caractérise les ouvrages documentaires déjà avant la guerre, c'est bien la généralisation de photographies en noir blanc, puis en couleurs, qui marque cette période. À cet égard, la collaboration avec les Imprimeries Réunies de Lausanne se montre très avantageuse. À côté d'un équipement permettant des tirages élevés (quotidiens, manuels scolaires), ces imprimeries sont également dotées de l'infrastructure nécessaire à l'élaboration d'ouvrages précieux. Dès 1952, les Imprimeries Réunies s'équipent en effet d'un laboratoire de photolithographie et d'un atelier spécialisé en quadrichromie⁶¹ destinés à l'impression de livres d'art, notamment ceux des prestigieuses Éditions Skira. Aussi Payot profite-t-elle de ces innovations pour développer, dans le courant des années 1950, la publication d'ouvrages illustrés.

La seconde stratégie s'inscrit dans le sillage du livre de poche. À partir de la moitié des années 1940, Payot lance deux collections de vulgarisation en format poche. L'une, le « Petit Atlas de poche Payot », se consacre pour une bonne part aux sciences naturelles, tandis que la seconde, « Orbis pictus », se destine aux arts plastiques et décoratifs, comme en témoignent quelques titres de la collection : *Portraits en miniature*, *La Suisse romantique*, *Porcelaines de Meissen*, *Madones italiennes*. Ces publications contribuent à faire connaître les Éditions Payot-Lausanne hors des frontières suisses. Une note rédigée par la direction à l'occasion d'une commémoration est à cet égard explicite :

La librairie Payot à Lausanne [...] a nettement orienté son activité, en marge du scolaire, dans le domaine des éditions qu'on peut appeler de vulgarisation. [...] Premier éditeur en matière scolaire, Payot Lausanne, néanmoins, est surtout connu dans les pays étrangers pour ses petites collections illustrées en couleurs, d'une présentation soignée, mais d'un prix abordable, telle « Orbis Pictus » ou les « Petits Atlas Payot », qui sont un exemple de bonne vulgarisation scientifique ou artistique.⁶²

« Orbis Pictus », ce sont 55 volumes parus entre 1947 et 1974 ; quant au « Petit Atlas de poche Payot », sa publication remonte à

61. Ruckstuhl, 1982, p. 64.

62. Présentation de la librairie Payot à l'occasion d'une exposition du « livre suisse 1961 », fonds Payot, VII 79.

1945 et regroupe une trentaine de volumes en abordant des sujets suffisamment variés pour que la collection puisse toucher des publics diversifiés.

Enfin, *last but not least*, les Éditions Payot réalisent quelques « beaux coups » durant les années 1950, qui contribuent à asseoir leur santé financière. Dès 1954, Payot sort des albums Walt Disney, de la collection « C'est la vie », qui reprennent en format papier des films documentaires consacrés à la découverte de la vie animale des milieux naturels, tels le désert (*Désert vivant*, 1954), la prairie (*Grande prairie*, 1955), la brousse (*Lions d'Afrique*, 1955), enfin la vie des rivières (*La vie des castors*, 1956). Les albums Walt Disney, ce sont quatre volumes de 75-80 pages agrémentés d'un nombre important de photographies en couleurs, qui reprennent les images captées pendant le tournage et qui structurent la présentation de l'ouvrage calquée sur le film. Le principe commercial est simple : le livre sort quelque temps après la diffusion du film pour en valoriser le contenu et en maintenir une trace⁶³.

Ces volumes ont connu un succès important, puisque les bilans annuels de Payot chiffrent à environ 30 000 exemplaires vendus en une année pour le premier volume *Désert vivant*. Ainsi, il paraît surprenant que la maison décide de ne pas prendre en charge la publication du cinquième volume, mais d'en laisser le soin aux Nouvelles Éditions de Lausanne, après avoir constaté que « les ventes successives des quatre premiers albums [...] ont prouvé une saturation du public »⁶⁴. Payot négocie toutefois la diffusion de cet ouvrage avec le nouvel éditeur et n'abandonne pas totalement ce créneau, puisqu'elle publie ensuite trois autres volumes (sur quatre) d'une collection similaire consacrée à la découverte de peuples non occidentaux intitulée « le monde et ses habitants », cela en 1955 et 1956.

Outre ces années bénéficiaires grâce à ces collections, les Éditions Payot connaissent deux autres moments importants. Le premier est celui lié à la publication de l'ouvrage de la « Fête des Vignerons 1955 », tradition qui remonte bien en amont, puisque la maison lausannoise avait déjà été en charge des albums commémoratifs de 1889 et de 1905. L'édition 1955, sortie en 1956, est épuisée à la fin de cette même année. Il faut ensuite attendre quelques années pour que sorte un autre ouvrage du même acabit,

63. Corthésy, [non daté].

64. Rapport du C. A., 1957.

Le Livre de l'Expo 1964. Dans son bilan de 1965, la maison juge que la vente de cet ouvrage, qui s'élève à 35 000 exemplaires pour la seule diffusion Payot (sur un tirage de 100 000), est satisfaisante « sans être brillante »⁶⁵, puisque la maison partage les bénéfices avec son coéditeur Hallwag à Berne. En l'occurrence, les bénéfices nets s'élèvent pour Payot à 61 400 fr. (214 000 fr.), sans compter les rentrées d'argent par la vente en magasin dans les librairies Payot, qui ont débité 11 000 exemplaires⁶⁶.

Ces résultats se lisent dans la fluctuation du mouvement d'affaires de la maison. 1954-1955 annonce une hausse de 25 % lors de la sortie des premiers ouvrages Walt Disney, tandis qu'une chute importante se constate en 1956-1957 (lors de la baisse de ces ventes) et surtout en 1958-1959 (cessation de ces ventes). L'exercice de 1965, lorsque la vente du *Livre de l'Expo* a cessé, annonce aussi une croissance nulle vis-à-vis de l'année précédente (annexe 4). L'impact des éditions se lit surtout lors des « gros coups » qu'elle met en place. Dans ces années, les Éditions Payot connaissent donc de bons résultats en concentrant leurs efforts sur ces livres documentaires illustrés, réalisables grâce aux progrès dans le monde de l'imprimerie et à la généralisation du format poche.

À partir de 1965, les éditions jouent la carte d'une plus grande diversification. Grand gagnant de cette décennie, le domaine « vie pratique » qui s'impose comme un genre éditorial à part entière pendant cette même période. Mais c'est surtout le grand retour de la littérature. Dès son entrée à la tête des éditions, Jean Hutter décide de redonner aux Éditions Payot ce souffle qu'elles avaient délaissé. À travers la « Petite collection poétique d'écrivains romands », rebaptisée ensuite « Collection poétique Payot Lausanne », Hutter invite les plumes d'auteurs qui marqueront le paysage littéraire de la Suisse romande : Maurice Chappaz, Jacques Chessex, Anne Perrier, Philippe Jaccottet, Corinna Bille. Bien que cette collection puisse apparaître comme la « danseuse » pour une maison d'édition qui a toujours mis sur les débouchés de large ampleur, il n'en demeure pas moins que la direction tente de rééquilibrer ses différents secteurs éditoriaux en jouant d'une péréquation harmonieuse entre la publication de séries vendues en quantité et de plus petites collections. Car, si le profit commercial des ouvrages littéraires peut sembler maigre par comparaison

65. Rapport du C. A., 1965.

66. *Ibid.*

avec les milliers d'exemplaires vendus annuellement dans les autres domaines, la maison est aussi attachée à des secteurs peut-être moins lucratifs, mais qui contribuent à affirmer sa valeur culturelle. Aux yeux de la direction lausannoise d'après-guerre, cette visibilité est aussi importante à garantir hors des frontières helvétiques, notamment en France. C'est ce qu'elle cherchera à faire dès le début des années 1960, en renouant les liens avec les Éditions Payot-Paris.

LES ÉDITIONS PAYOT-PARIS :

UN NOUVEAU RAPPROCHEMENT AVEC PAYOT-LAUSANNE

La marche des affaires de Payot-Paris et de Payot-Lausanne demeure indépendante jusqu'au décès de Gustave Payot en 1960⁶⁷. Directeur des éditions, il était secondé dans la gestion par Madame Marie-Fernande Boiteau, née Royon, veuve de Georges Boiteau. Mme Boiteau était la cogérante de Payot-Paris jusqu'en 1957, date à laquelle elle avait démissionné de ce poste. Selon les statuts, la gérance de l'entreprise devait revenir après le décès de Gustave Payot à Jean-Luc Pidoux, fils de l'enseignant et écrivain vaudois, Edmond Pidoux, et dont la mère, Lise Pidoux, née Payot, était une nièce de Gustave. Après des études en théologie à Lausanne, Jean-Luc Pidoux avait fait un stage aux Éditions Payot-Paris chez Gustave Payot qui l'avait formé pour reprendre ses éditions⁶⁸.

Au décès de leur fondateur, qui n'a pas d'héritier direct, la direction de Payot-Lausanne se montre intéressée à une nouvelle collaboration avec sa consœur parisienne, en invoquant des bénéfices réciproques, économiques d'un côté, plus symboliques de l'autre : « Un rapprochement commercial des deux sociétés ne peut être que bénéfique pour chacune des parties ; actuellement l'appui financier de Lausanne est nécessaire à Payot-Paris ; à plus long terme, le maintien du nom de Payot dans les milieux de l'édition française ne peut être que favorable à la maison de Lausanne, et nous sommes heureux de constater la reprise de ces relations harmonieuses. »⁶⁹ Concrètement, Jean-Luc Pidoux-Payot devient le directeur général de l'entreprise dont le capital est augmenté en 1963 et la librairie Payot rachète une partie des parts⁷⁰.

67. Selon les statuts de Payot-Paris, [1957], fonds Payot II/02/06.

68. Selon les renseignements fournis par Jean-Marc Payot.

69. Rapport du C. A., 1960.

70. Rapport du C. A., 1961.

Mais, si la direction de Payot-Lausanne parle de « relations harmonieuses », la réalité n'est pas aussi nette. Les rapports avec Mme Boiteau, l'usufruitière de feu Gustave Payot, peinent à aboutir à une réelle entente, tant la conception du travail éditorial des deux maisons est le fruit de deux histoires différentes. Marc Payot l'explique au directeur de la fiduciaire française chargée des affaires de Payot-Paris : « Mon oncle était un éditeur remarquable, très intellectuel, mais pas du tout attiré par l'aspect commercial de l'édition. Les traces de ces conceptions subsistent encore chez Payot-Paris, en particulier chez Mme Boiteau, qui a travaillé pendant quarante ans avec mon oncle. »⁷¹ Marc Payot insiste sur l'évolution du marché du livre où les pressions commerciales pourraient sonner le glas à l'édition parisienne : « Payot-Paris a connu des années fastes, mais tout le marché du livre et de l'édition a subi ces deux dernières décennies des transformations considérables, et ce qui était possible il y a quarante ans ne l'est plus maintenant. L'édition s'industrialise, il se forme de grandes concentrations, et nous sommes persuadés que, plus nous irons de l'avant, plus il deviendra difficile à une maison comme Payot-Paris de se maintenir, à moins de se transformer complètement, de changer son genre de production et de se développer. »⁷² Pour éviter ce naufrage, les frères Payot sont mandatés par les héritiers de Gustave Payot pour les représenter dans les décisions de l'entreprise en tant que nus-proprétaires, c'est-à-dire qu'ils y possèdent un pouvoir décisionnel, mais sans en toucher l'usufruit. Marc Payot dit avoir accepté cette mission à la mémoire de ses prédécesseurs et pour la pérennité du nom de « Payot » :

Nous ne l'aurions pas fait s'il s'était agi de toute autre affaire que l'édition portant notre nom qui, malgré sa modestie sur le plan du chiffre d'affaires, est connue dans le monde entier (...). Nous n'attendons de Payot-Paris aucun rendement, ne considérons pas la poursuite de son activité comme une source de bénéfices transférables, et l'intérêt que nous lui portons est fait plus de fidélité à la mémoire de nos prédécesseurs. Nous n'avons donc aucune envie de modifier le genre de la maison, de la développer au-delà de ses possibilités normales, ni d'y faire d'importants investissements.⁷³

71. Lettre de Marc Payot à Jean Lammens, directeur de la société fiduciaire française d'expertises comptables, [1966], fonds Payot, II/13/02, « SFL 1966-1968 ».

72. *Ibid.*

73. *Ibid.*

Les frères Payot se trouvent dans une situation délicate. Ils sont en effet mandatés pour remettre à flot la structure commerciale, sans avoir concrètement la possibilité d'agir sur les principales décisions. Mme Boiteau demeure majoritaire⁷⁴ et s'oppose aux appels du pied de Marc Payot pour fusionner, par exemple, leur structure de diffusion parisienne, la Société française du livre et Payot-Paris⁷⁵, une solution qui les rendrait en l'occurrence majoritaires au sein d'une société nouvelle. Ils ont aussi envisagé de racheter l'usufruit de Payot-Paris ou de transformer la Sarl Payot-Paris⁷⁶ en SA pour pouvoir augmenter le capital et détenir la majorité des actions; voire, le cas échéant, de vendre carrément l'entreprise à Hachette ou aux Presses universitaires de France potentiellement intéressées⁷⁷. Mais ces options n'aboutissent pas et la structure des Éditions Payot-Paris perdure.

Sur le plan de la ligne éditoriale, pourtant, la création de la collection la « Petite Bibliothèque Payot » en 1962 donne une impulsion nouvelle aux Éditions Payot-Paris. Sur le même modèle que les collections le « Petit Atlas de poche Payot » ou « Orbis Pictus » de Payot-Lausanne, les éditions parisiennes inaugurent une collection en livre de poche dédiée aux sciences humaines. L'intérêt d'une collection de ce type est de pouvoir vendre aux détaillants non pas les livres à l'unité, mais bien l'ensemble des ouvrages qu'elle réunit. Les Éditions Payot-Paris commencent par rééditer les ouvrages de leur propre fonds, ceux de plumes prestigieuses comme Sigmund Freud, Albert Schweitzer, Bertrand Russell ou René Grousset. Une étude intéressante retrouvée dans le fonds Payot de 1962 balise les grands axes à suivre. Daniel Nat et Jean Malaurie, ethnologue et géographe qui sera connu pour ses études sur les peuples arctiques, en sont les rédacteurs. Ils insistent sur la nécessité de fonder une collection ouverte à tout type de savoir dans les sciences de l'homme, qui s'écarterait d'une stricte érudition afin d'accéder à un décloisonnement des disciplines :

Des doutes graves sont désormais émis sur la possibilité, pour chaque discipline, de s'isoler plus longtemps des autres. Dans une ample mesure, le temps de l'historien, du géographe, de

74. Procès-verbal de l'assemblée générale des Éditions Payot-Paris, 21 décembre 1965, fonds Payot, II/13/02, « SFL 1965 ».

75. *Ibid.*

76. Lettre de Marc Payot à Jean Lammens, directeur de la société fiduciaire française d'expertises comptables, [1966], fonds Payot, II/13/02, « SFL 1966-1968 ».

77. Note rédigée par Marc Payot à l'attention de l'assemblée générale de Payot-Paris, [1965], II/13/02, « SFL 1965 ».

l'ethnologue et du sociologue « purs » paraît menacé [...]. Une telle évolution, incontestablement, présage d'imminents rapprochements entre tous les secteurs constitutifs des sciences humaines, – à un moment où n'existe encore ni collection, ni bibliothèques qui soit, globalement et véritablement, vouées à celles-ci et qui puisse accueillir, interdisciplinairement, mais sous le signe de l'unité, tout autant les travaux spécialisés que les ouvrages de portée générale.⁷⁸

L'intérêt, selon les auteurs, serait alors non pas d'initier des recherches nouvelles, mais bien plutôt de collecter la somme des savoirs en guidant le public par un avant-propos, qui situerait chaque texte dans l'ensemble des ouvrages publiés. Ainsi, des sous-sections sont suggérées : ouvrages de méthodologie en sciences humaines ; le « milieu et les civilisations » sur l'histoire des sociétés humaines ; une section ethnologique consacrée aux peuples lointains ; enfin une section qui porte sur les questions historiques.

Le nom de la collection n'est pas avancé, mais la proximité temporelle entre la date de cette étude et le lancement de la « Petite Bibliothèque Payot » laisse supposer que cette réflexion initiale a eu un impact sur le développement ultérieur de la collection. D'une certaine manière, le concept proposé se calque sur l'expérience de Payot-Lausanne avec ses « Petit Atlas de poche Payot » et « Orbis pictus » avec un profil toutefois plus pointu. Ainsi, Payot la présente comme une collection de « poche intellectuelle »⁷⁹ qui, selon certains, comblerait un vide. C'est du moins l'idée que défend le grand helléniste Édouard Will dans un article paru dans la *Revue des Études grecques*, qui recense un ouvrage de la collection :

Mais je profite de l'occasion pour féliciter chaudement la maison Payot d'avoir abordé l'édition du bon livre scientifique à bon marché (il s'agit de volumes du type « livre de poche »). À une époque où des étudiants de plus en plus nombreux ont de plus en plus de mal à se procurer des livres d'initiation ou de travail, à une époque aussi où divers éditeurs rivalisent dans le lancement de collections dont la haute valeur scientifique n'a d'égaux que le caractère luxueux et le prix exorbitant, les mettant hors de la

78. Jean Malaurie et Daniel Nat, « Étude préliminaire d'une collection de sciences humaines », mars 1962, fonds Payot II/04/01.

79. Circulaire de la librairie Payot, 25 janvier 1962, fonds Baconnière, n° 276.

portée de presque tous ceux qui devraient les avoir sous la main, il faut saluer cette initiative, en souhaitant qu'elle soit poursuivie avec discernement. Puisque, qu'on le veuille ou non, nous allons vers l'enseignement de masse, il faut aller aussi vers l'édition scientifique de masse : c'est un aspect parmi d'autres de la démocratisation de l'enseignement supérieur.⁸⁰

Payot-Paris continue sur cette lancée en diversifiant son offre par le lancement de plusieurs autres collections. À ses traditionnelles collections la « Bibliothèque historique » et la « Bibliothèque scientifique », qui ont contribué à lui forger au fil du temps une solide réputation, vient s'ajouter en 1963, la collection des « Sciences de l'homme ». Dirigée par le psychiatre Gérard Mendel (1930-2004), elle accueille des ouvrages de psychologie et de psychanalyse, en proposant notamment les premières traductions françaises du pédiatre Donald Winnicott. Plus tard, en 1971, une nouvelle collection intitulée « Aux confins de la science » rencontre aussi un grand succès. Puis, en 1973, les Éditions Payot-Paris lancent une nouvelle collection historique, intitulée le « Regard de l'historien », dirigée par l'écrivain et journaliste Claude Mettra. Dans un entretien télévisuel de l'époque, ce dernier explique que sa volonté est de couvrir un « champ assez vaste dont n'est exclue aucune recherche de la science historique contemporaine »⁸¹, avec l'idée d'un retour à l'histoire pour comprendre la société contemporaine.

Ces différents programmes sont le reflet d'une nouvelle étape. Après le décès de Marie-Fernande Boiteau, les actionnaires suisses ont accès à la pleine propriété de l'entreprise⁸² et possèdent désormais le pouvoir décisionnel. Une convention est d'abord passée entre Payot-Lausanne et Payot-Paris, mentionnant que Payot-Lausanne doit indiquer clairement sur la couverture de ses ouvrages son lieu d'édition pour ne pas les confondre avec ceux de Payot-Paris, tandis que cette dernière s'engage à accorder une remise de 40 % aux librairies Payot sur la vente de ses livres⁸³. Mais c'est surtout le fonds d'investissement qui préoccupe Marc Payot.

80. Will, 1962.

81. Entretien entre Fernand Gigon et Claude Mettra dans l'émission « La voix au chapitre », Télévision suisse romande, le 22 février 1973. En ligne : [<http://www.rts.ch/archives/tv/culture/voix-au-chapitre/3459526-claude-mettra.html>] (consulté le 5 septembre 2019).

82. Marc Payot, « Note aux actionnaires suisses des Éditions Payot-Paris SA », 13 décembre 1972, fonds Payot, II/07/02.

83. Convention entre les Éditions Payot-Paris et les Éditions Payot-Lausanne, [1972], fonds Payot, II/02/05.

Bien que le capital de Payot-Paris ait été augmenté en 1963, les liquidités manquent pour procéder aux investissements nécessaires. L'autofinancement étant quasi impossible, la société devrait emprunter une somme importante afin de pallier l'augmentation des frais généraux, celle notamment du loyer des locaux du boulevard Saint-Germain. La solution trouvée est alors la suivante : en 1973, la société financière Lousonna recapitalisera Payot-Paris et en deviendra l'actionnaire majoritaire ; l'argent reste en mains propres et l'indépendance vis-à-vis des banques est garantie.

Bien que les catalogues des deux Éditions Payot, lausannoises et parisiennes, diffèrent en termes de publics visés et au niveau de leur rayonnement, local pour Lausanne, international pour Paris, une politique cohérente se dessine donc dans ces années d'après-guerre. Dès qu'il est appelé à superviser les options de Payot-Paris, Marc Payot cherche à intégrer les expériences poursuivies dans la capitale vaudoise. Que ce soit dans le genre documentaire destiné à un large public, à Lausanne, ou dans le domaine des essais scientifiques, à Paris, l'objectif est de savoir allier exigence du contenu avec des plumes confirmées, voire illustres pour Payot-Paris, tout en touchant un public élargi. Cette capacité se fonde sur une connaissance solide du terrain et d'une notoriété suffisante pour s'attacher des auteurs importants. Elle relève également d'une forte assise financière pour investir au moment opportun en recourant le moins possible aux fonds externes. La fortune acquise par les autres activités réunies au sein de la *holding* Lousonna est indéniablement un atout.

LA DIFFUSION

L'essor du marché dans les décennies d'après-guerre entraîne de nouvelles formes de commercialisation du livre, qui ont de profondes répercussions dans les pratiques du métier. Au niveau de la chaîne de distribution, l'essor progressif du poids des intermédiaires commerciaux (diffusion et distribution⁸⁴) implique une modification des rapports interprofessionnels. La concentration

84. La diffusion, associée aux structures éditoriales dans le système français, fait le suivi commercial auprès des libraires par des représentants qui assurent la promotion des nouveautés auprès des libraires et négocient les offices et les taux de remises. La distribution, pour sa part, est la fonction plus concrète de grossiste (entrepôt de livres, facturation, envois des colis, retours). Ces deux fonctions peuvent être réunies ou non au sein d'une même structure.

progressive en France de grosses maisons éditoriales et de leurs structures de diffusion aura un impact évident sur le champ de la librairie, révélant la binarité entre les commerces de petite taille et les entreprises plus puissantes – à l’instar de Payot –, qui peuvent bénéficier de bonnes conditions d’achats et opposer une résistance dans leurs négociations. En tant que marché principalement importateur, la librairie suisse romande est fortement dépendante des configurations commerciales pratiquées en France et des conditions d’importation des livres, à l’époque encore régulées par les libraires romands. Si les sources demeurent parfois lacunaires, empêchant de reconstruire l’émergence du secteur de la diffusion dans toutes ses ramifications, elles nous permettent toutefois de faire apparaître les principaux enjeux apparus entre les années 1950 et 1980, qui se cristalliseront dans les décennies ultérieures, et de mettre en évidence le positionnement de la maison Payot face à cette nouvelle réalité.

L'INSTITUTIONNALISATION DE LA DIFFUSION/DISTRIBUTION

La relation commerciale entretenue par les éditeurs et les libraires français avec leurs partenaires des pays limitrophes qui en dépendent commercialement, la Belgique et la Suisse⁸⁵, est traditionnellement celle d’un rapport direct fondé sur une forte culture interprofessionnelle qui mêle « relations commerciales, approvisionnement et, le cas échéant, échanges intellectuels »⁸⁶. En ce sens, le système français hypercentralisé se démarque historiquement d’un marché comme celui de l’Allemagne, où le fédéralisme a supposé très tôt un éclatement géographique des structures de production et des canaux de diffusion, nécessitant l’intervention d’intermédiaires indépendants⁸⁷. Dans un secteur où la commande à l’unité reste courante – au milieu des années 1970, la moitié des commandes est encore le fait d’un ouvrage unique⁸⁸ –, et face à la démultiplication des interlocuteurs commerciaux et des ouvrages diffusés au vu de l’accroissement du marché, la mise en place de structures spécifiques

85. La situation belge, premier marché d’importation du livre français, présente des similitudes avec la Suisse dans la dépendance vis-à-vis des diffuseurs français. Le décentrement géographique du Québec a, en revanche, rapidement nécessité la mise en place d’un fort réseau de grossistes locaux dès le début du XX^e siècle, ce qui leur a permis d’opposer une résistance forte face à l’implantation des diffuseurs français après la guerre. Voir Brisson, 2010; Roy, 2008.

86. Rouet, 2008, p. 552.

87. Barbier, 1995.

88. Rouet, 2008, p. 552.

de diffusion/distribution s'est toutefois avérée cruciale aussi dans le monde francophone. Ainsi, la relation binaire entre éditeurs et libraires a évolué vers un sens plus commercial à partir des années 1960 avec la montée de structures d'intermédiaires rattachées aux grosses maisons éditoriales, qui se sont alignées sur les pratiques commerciales de la grande distribution fondées sur des économies d'échelle et qui ont donc contribué à créer une démarcation entre « gros » et « petits » clients :

Pour les éditeurs, il ne se trouvera d'issue véritable [...] que dans le choix stratégique pour la « distribution » d'une solution non commune et donc finalement oligopolistique, car organisé par les plus grands autour de leurs besoins spécifiques. Cette solution, à laquelle les libraires ont dû s'adapter dans les années 1970, avec ses avantages (regroupement de catalogues par les grands distributeurs), mais aussi ses inconvénients (rupture de la relation directe avec les éditeurs, disparité de cultures professionnelles...) fait une impasse quasi définitive sur le recours aux grossistes et sanctionne l'échec de possibles solutions communes.⁸⁹

Cette évolution du marché du livre en France tient certainement à la position de force détenue par Hachette, qui a développé, déjà en 1925, son propre système de grossiste pour la diffusion de ses journaux, de périodiques, puis de livres dans son réseau de kiosques⁹⁰. À partir de 1927, Hachette a proposé ce service à un important nombre d'éditeurs français, comme Gallimard ou Calmann-Lévy. Après la guerre, la politique de la « pieuvre verte » se fait plus agressive en engageant le monde éditorial dans une logique de concentration par une série de rachats dans les années 1950 (elle entre en possession d'abord de Tallandier, puis de Grasset, Fayard, Fasquelle, enfin Stock en 1961), ce à quoi les autres éditeurs répondent par un même processus de concentration⁹¹. Gallimard reprend Denoël et Mercure de France en 1952, tandis que les Presses de la Cité se profilent dès la fin des années 1960 comme le futur concurrent de Hachette⁹² en rachetant plusieurs maisons d'édition entre 1959 et 1965 (Perrin, Solar,

89. *Ibid.*, p. 553.

90. Bouju, 2008.

91. Schuwer, 1998.

92. Rappelons que les deux groupes se partageront le marché éditorial en un duopole à partir des années 1980. Voir Rouet, 2000.

Plon, Julliard, Le Rocher, ainsi que le contrôle de l'Union générale d'édition qui produit 10/18) et en développant une logistique industrielle au niveau de la production et de la diffusion⁹³. Le même phénomène de concentration se lit dans le secteur de la diffusion/distribution. Dans les années 1920, un groupe d'environ 600 éditeurs et libraires fondent la Maison du livre français (MLF), une structure de distribution qui devait assurer de bonnes conditions commerciales à des structures de petite taille⁹⁴. Dans les années d'après-guerre, l'aventure ne résiste toutefois pas à l'élévation des coûts et du travail, n'ayant pas réussi à s'imposer auprès des libraires comme un outil indispensable et répondant à trop de petites commandes qui l'ont rapidement étouffée sous les frais de gestion⁹⁵. La MLF s'interrompt donc en 1971, laissant le libre champ à la concurrence engagée par les grosses structures éditoriales. Le moment fondateur de cette lutte dans le secteur de la diffusion/distribution est certainement la cessation de la relation commerciale de Gallimard avec la diffusion Hachette, afin de fonder sa propre structure Sodis en 1972. Cette diversification engage d'autres éditeurs à créer leur propre filiale de diffusion, ce qui implique d'autres rapports avec l'aval de la branche – les librairies –, soumise à des normes nouvelles de rentabilité imposées par ces nouveaux acteurs.

LES « REPRÉSENTANTS-DÉPOSITAIRES »

Cet essor de la fonction de diffusion/distribution sous l'impulsion des éditeurs français a des répercussions évidentes sur l'organisation du marché romand. Les maisons françaises tendent à trouver des relais de distribution en Suisse sur un marché qui représente 15 % des exportations françaises en 1970⁹⁶. Elles donnent l'exclusivité à des grossistes qui connaissent le marché local, petites structures indépendantes désignées sous l'appellation de « dépositaires » par l'association professionnelle des libraires et éditeurs suisses romands (SLESR), mais qui n'exercent pas forcément de vente directe. Cette activité se serait développée pendant la guerre – nous n'avons pas de mention avant – pour favoriser l'écoulement de la production

93. Piault, 1998, p. 632.

94. Fouché, 2008, p. 204.

95. Rouet, 2008, p. 554.

96. Renard et Rouet, 1998, p. 671. En 1970, la Suisse est le second pays après la Belgique (environ 20 %), à l'équivalent du Canada (environ 15 %). En 1980, le marché suisse représente 13 %, selon la même source.

française en Suisse. Par exemple, le département étranger Hachette (DEH) ouvre un bureau à Genève en 1943 avec un représentant suisse, en arguant auprès de la SLESR que « la pénurie du livre français se faisant de plus en plus sentir, les libraires auront une source nouvelle et rapide pour s'approvisionner »⁹⁷. Le DEH assure donc un acheminement des colis à Genève, système plus efficace que celui de la Maison française du livre (MLF) basée en France, que les libraires suisses souhaitent pourtant privilégier⁹⁸, car ils craignent le monopole de la distribution Hachette.

Les années d'après-guerre sont celles de la généralisation des structures de représentants en Suisse romande, comme en témoigne un commentaire d'Albert Regamey dans le journal professionnel, qui déplore la « prolifération » de structures nouvelles échappant au contrôle des acteurs du livre (l'ouverture d'un tel commerce ne nécessite pas de formation professionnelle dans le métier) :

On ne peut aborder ce problème délicat sans rendre hommage à la poignée d'hommes entreprenants, véritables précurseurs, qui dès 1940, sitôt le désastre de la France consommé, se sont donné pour tâches de représenter les éditeurs français en Suisse. À force de travail, de persévérance et de démarches souvent longues, ils sont arrivés à mettre sur pied chez nous d'excellents dépôts de livres. D'une rare complaisance envers les libraires qu'ils visitent régulièrement, ces représentants peuvent considérer avec fierté le résultat de leur labeur. Pourtant, il nous semble que ces pionniers sont en train d'avoir des imitateurs trop nombreux. Disons même tout haut ce que chacun pense tout bas : c'est une invasion, ou plutôt une épidémie. Chaque semaine, une circulaire nouvelle vient annoncer aux libraires suisses que les éditions A, B ou C de Paris viennent de confier leur vente en Suisse à M. Z., de Genève ou à M. W., à Zurich. Il est entendu que ce système rend d'appréciables services aux libraires de notre pays. Mais il en rendrait davantage s'il était tout à fait au point. Les titres offerts, certes, sont nombreux ; la qualité fait défaut. [...] Car il va de soi que chaque circulaire, chaque catalogue se termine par cet avertissement solennel : « Toutes nos ventes ne se font qu'à compte ferme. »

97. Lettre de O. Ebray à H. Trono, président du cercle des libraires de la Suisse romande, 16 avril 1943, fonds Baconnière, n° 276. Pendant le conflit, Albert Regamey allait par ailleurs s'approvisionner directement en France, selon le témoignage de Jean-Marc Payot.

98. « Il faut prévoir que l'organisation rationnelle de l'édition renforcera les organismes professionnels tels que la MLF. » Rapport du C. C., 1939-1940.

Nous estimons que le compte dépôt, supprimé pendant la guerre, doit reprendre sa place naturelle à côté de son frère inséparable, le compte ferme. Sans lui, l'auteur inconnu, le jeune romancier, aurait de la peine à se créer une modeste place parmi les écrivains « cotés ». [...] Il est vrai qu'à côté des libraires connaissant leur métier, chacun croit qu'il suffit d'être représentant d'un éditeur parisien pour faire fortune.⁹⁹

Cette situation nécessite, aux yeux de la SLESR, une institutionnalisation de cette fonction d'intermédiaire pour réguler leur marge de manœuvre et permettre un partage du marché. Durant l'exercice 1947-1948, l'association professionnelle admet l'Office du livre SA à Fribourg et la Palatine SA à Genève à titre de membres libraires, étant donné que leur catégorie de représentants n'existe pas encore, ce qui se fera en 1956¹⁰⁰. En 1957, la SLESR compte une dizaine de membres représentants¹⁰¹, chiffre qui reste passablement stable, puisqu'ils seront 16 en 1978¹⁰². Il faut toutefois ajouter à ce chiffre la liste de libraires fonctionnant comme dépositaires exclusifs de certains éditeurs, soit une vingtaine, mais qui ne diffusent parfois qu'un seul éditeur¹⁰³. Les libraires membres de la SLESR voient un réel intérêt à intégrer ces nouveaux membres pour réguler leurs pratiques commerciales et rester maîtres de la fixation de la table¹⁰⁴ et de la régulation du prix des ouvrages. Ils se montrent en effet très scrupuleux face à l'implantation de ces nouveaux intermédiaires qui ne s'inscrivent pas dans l'association. En 1953, Jean-Pierre Payot dénonce par exemple auprès des éditeurs français la vente directe, sans passer par les libraires, opérée par un représentant. L'éditeur Calmann-Lévy s'inquiète alors de la

99. Albert Regamey, « Les exclusivités », 13/12. *Organe de l'ARPLE*, n° 6, septembre 1946, p. 89-90.

100. « Faisant suite au vœu exprimé par l'Assemblée générale, nous nous sommes efforcés de trouver un terrain d'entente avec les représentants. C'est maintenant chose faite et la plupart d'entre eux font partie désormais de notre Société. Nous sommes persuadés que le fait de pouvoir grouper dans un même organisme tous ceux qui vivent du livre, ne peut que renforcer notre position et c'est pourquoi nous devons nous féliciter et accueillir avec sympathie cette nouvelle catégorie de membres. » Rapport du C. C., 1956-1957.

101. Rapport du C. C., 1956-1957.

102. Rapport du C. C., 1978.

103. SLESR, « Liste des dépositaires et représentants en Suisse romande des éditeurs français et belges », 1961, fonds Baconnière, n° 276.

104. Soit le taux de conversion appliqué dans toute la branche qui inclut les différences de niveau de vie entre la Suisse et la France, ainsi que les charges plus élevées des libraires suisses. La conversion du prix français en prix suisse est donc plus élevée que le taux du change et est régulièrement réévaluée.

menace de mesures punitives de la part des libraires impliquant des retombées négatives sur la vente de ses propres ouvrages :

M. Payot m'a fait savoir que les conditions que vous faisiez à vos clients étaient impossibles à concurrencer pour les autres libraires et qu'en conséquence vous leur faisiez une concurrence déloyale, contraire aux règlements syndicaux de la Suisse. J'ai rétorqué à M. Payot que c'est, dans ce cas, au syndicat de se défendre. « Difficile » m'a répondu M. Payot, car M. Mühlethaler ne fait pas partie de notre syndicat. Mais il a eu un argument supplémentaire auquel j'ai été, cette fois, plus sensible. M. Mühlethaler risque de se heurter, dans son activité de dépositaire, à l'hostilité des libraires auxquels il fait concurrence et ceci risque de le faire boycotter.¹⁰⁵

Menace commerciale, donc, qui pousse les éditeurs à faire pression sur leur représentant, ce qui semble aboutir : M. Mühlethaler demande son admission comme « membre-représentant » en 1957¹⁰⁶. La même année, Hermann Hauser demandait au Comité central de créer une nouvelle catégorie de membres afin de clarifier les relations entre le statut de ce commerce et celui des « dépositaires » qui n'ont, selon la définition des statuts de l'association datant de 1938, qu'une activité de « revendeurs pour lesquels le commerce du livre est une activité secondaire »¹⁰⁷ n'ayant droit qu'à une remise réduite avec des partenaires commerciaux limités. Or, comme le mentionne Hauser, pour ces « dépositaires », la vente du livre semble avoir pris une telle ampleur qu'il s'agit de leur donner un statut à part dans l'association, afin de réguler leur pratique et de les soumettre aux règlements de la profession : « Si les diffuseurs avaient pris l'engagement écrit de ne pas vendre directement, tout irait bien. [...] C'est une nouvelle raison pour revoir le statut des dépositaires et à mon avis revenir à une compréhension plus précise de leur activité en les incorporant si possible dans une catégorie à part de notre réglementation. »¹⁰⁸

105. Lettre des Éditions Calmann-Lévy à M. Mühlethaler, [avril-mai 1953], fonds Payot, dossier Société française du livre, II/13/01.

106. Lettre de la SLESR à M. Mühlethaler, 7 septembre 1957, fonds ASDEL.

107. SLESR, « Rapport du Comité central sur la question des revendeurs », fin 1938, fonds Baconnière, n° 276.

108. Hermann Hauser aux membres du Comité central, procès-verbal de la séance du Comité central, janvier 1955, fonds Baconnière, n° 276.

Existe-t-il déjà dans cette période une position de force de certaines structures? En 1961, sur environ 240 éditions françaises et belges représentées en Suisse romande, 180 sont diffusées par 9 principaux représentants¹⁰⁹. L'Office du livre et Mühlethaler possèdent notamment à eux deux la diffusion de 77 éditions. Toutefois, les grandes éditions ne sont pas forcément représentées par les plus gros diffuseurs : même si l'OLF distribue les guides Baedeker, Garnier, Julliard, Laffont ou PUF, Foma s'occupe de Casterman, d'Albin Michel et de Flammarion, tandis que Regamey possède Arthaud, Palatine, Larousse et Mühlethaler, Calmann-Lévy. Cette « mosaïque » de structures de diffusion, grandes ou plus petites, semble avoir persisté jusque dans les années 1980, après quoi les phénomènes de concentration dans l'édition française, qui pour certaines ont implanté leurs propres filiales en Suisse, ont abouti à des phénomènes de forts regroupements.

TROIS ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES DISTINCTES

Ainsi, dans les années 1960, les libraires-éditeurs romands pointent le virage que prend le marché du livre : ventes plus massives, généralisation des livres de « vente rapide », autonomisation et poids de la distribution. Selon le rapport annuel 1964 de la SLESR, les importations de livres étrangers en Suisse, tous pays confondus, auraient augmenté de 65 % entre 1960 et 1963¹¹⁰ ! Le point significatif de cette évolution tient à la nécessité de conférer une place aussi importante aux diffuseurs qu'aux autres acteurs du livre. Ainsi, en 1966, une commission tripartite est instaurée pour réguler les conditions de vente entre éditeurs, diffuseurs et libraires. En 1967, les statuts de l'association sont revus à l'occasion du centième anniversaire de la SLESR et, dans ce cadre, les membres-représentants sont intégrés aux décisions et s'engagent à respecter les conditions de vente, en évitant notamment de distribuer les livres aux commerces concurrentiels non membres.

À la fin des années 1960, toutefois, de premières tensions apparaissent dans l'association étant donné la disparité qui tend à s'accroître entre grosses et plus petites structures : « Par suite d'une "erreur regrettable" dont nous laissons à chacun mesurer la crédibilité, notre confrère l'Office du livre vous a signalé avant la date

109. SLESR, « Liste des dépositaires et représentants en Suisse romande des éditeurs français et belges », 1961, fonds Baconnière, n° 276.

110. Rapport du C. C., 1964.

convenue la prise en charge par ses soins de la diffusion d'Albin Michel. Quant au fond, nous avons toujours considéré la concentration à tendance monopolistique comme néfaste à l'ensemble de la profession »¹¹¹, dans un champ qui reste majoritairement constitué de petites structures. Ainsi, le rapport de la SLESR de 1969 insiste sur le fait que « le secteur de la représentation et de la diffusion des fonds d'éditeurs étrangers en Suisse romande a lui aussi évolué. Le mouvement de concentration qui s'y est manifesté a provoqué certains remous et suscité des inquiétudes qui ont affecté – ne le dissimulons pas – le climat au sein du groupe des représentants-dépositaires. »¹¹² Ce rapport fait de toute évidence référence au projet d'installation de la société Hachette en Suisse qui s'est concrétisée par l'union de Hachette, Naville et Payot au sein de l'Office du livre de Fribourg, comme nous le verrons ultérieurement.

En 1976, la SLESR décide donc de créer trois associations distinctes des trois métiers qu'elle chapeaute, alors que le contexte commercial montre depuis une dizaine d'années des signes de dérégularisation sous la pression de la vente concurrentielle des grands magasins. Chaque métier est soumis à des questions spécifiques et doit défendre ses intérêts propres face aux autres interlocuteurs. Les relations interprofessionnelles peuvent parfois se tendre étant donné la force acquise des intermédiaires qui deviennent des acteurs de poids vis-à-vis des libraires. Les diffuseurs suisses sont par exemple pris en étau entre les exigences des éditions françaises et l'interdiction édictée par la SLESR qu'ils ont de vendre des ouvrages à des commerces non membres comme les grandes surfaces. Si, jusqu'alors, la solidarité professionnelle semblait prévaloir, les divergences d'intérêts requièrent désormais des réajustements : « Depuis dix ans, les diffuseurs ont trouvé une place entière dans la SLESR, leur vocation leur ayant été pleinement reconnue comme grossistes et comme promoteurs d'éditeurs étrangers. Les libraires romands leur ont confié tout ou une partie de leur pouvoir d'achat, ont partagé avec eux par le truchement de la table la politique des prix, leur ont reconnu la possibilité de vente directe au public des ouvrages de fonds qu'ils représentent. Ils ont exigé en contrepartie que les diffuseurs ne livrent que les membres SLESR et qu'à l'égard du public, les conditions pratiquées soient identiques à celles des libraires. Dans ce contexte harmonieux, les

111. Lettre de R. Gaillard, Foma SA, aux libraires suisses, 27 février 1970, fonds Baconnière, n° 276.

112. Rapport C. C., 1969.

diffuseurs ont connu une ère de prospérité. »¹¹³ L'absence des rapports d'activité entre les années 1970 et 1975 nous empêche d'envisager les modalités par lesquelles la SLESR entreprend formellement de distinguer les trois métiers. Nous savons toutefois que le marché a tendance à ralentir à la fin des années 1970, notamment en 1978, où la dévaluation du franc français porte un coup au marché romand¹¹⁴. En l'occurrence, il est clair que le pouvoir de régulation par le cartel de la SLESR assurant un contrôle des libraires sur les conditions de vente tend à s'éroder, étant donné l'intervention sur le marché de nouveaux partenaires commerciaux qui cherchent à diffuser leurs ouvrages, nous le verrons, auprès d'autres canaux de distribution du livre, notamment le secteur de la grande distribution¹¹⁵.

LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE DU LIVRE (SFL)

Placée au cœur de ces transformations, la maison Payot réagit en créant ses propres structures de diffusion. Elle décide d'abord de prendre des parts dans la « Librairie européenne associée SA », créée à Paris en février 1960, pour faciliter l'approvisionnement des libraires étrangers, spécialement suisses et belges, pour leurs commandes en provenance de Paris. Jean-Pierre Payot siège au conseil d'administration, tout en précisant que « la librairie Payot n'avait pas d'intérêt direct à participer à cette société, si ce n'est de soutenir toute tentative de contrer le monopole de plus en plus puissant du département étranger Hachette [DEH] en matière d'exportation de livres français, à la suite de la mise en sommeil de la Maison du livre français »¹¹⁶. Les chiffres l'attestent : les achats de Payot au DEH doublent entre 1955 et 1959¹¹⁷.

Quelques années auparavant, la librairie Payot a toutefois déjà anticipé. Elle a profité en 1952 de la liquidation d'une affaire suisse, le Centre de documentation et de vente du livre suisse, montée à Paris par les éditeurs helvétiques pour diffuser leurs livres en France. Cette structure offrait l'avantage de posséder de vastes locaux au cœur du quartier du livre, à la rue de l'Université. Les Payot

113. Procès-verbal de l'assemblée extraordinaire de la SLESR, 27 septembre 1976, fonds ASDEL.

114. La question du franc suisse fort par rapport au franc français revient à intervalles réguliers dans les relations commerciales entre les deux pays. En 1948, alors que les relations commerciales n'ont pas repris entre la France et la Suisse, la SLESR parlait déjà à ce propos d'une fuite de la clientèle dans les pays voisins. Rapport du C. C., 1947-1948.

115. Voir partie 3, chapitre 1. 5, « Première déréglementation du prix du livre ».

116. Rapport du C. A., 1960.

117. *Ibid.*

l'acquièrent en s'associant à une société parisienne, la Société française du livre (SFL). Leur but est double : faciliter l'importation et la diffusion des livres de Payot-Lausanne en France, et de quelques éditeurs suisses dont la Baconnière et Hallwag (Berne), tout en possédant une structure de grossiste des livres français pour les commandes de leurs librairies suisses. Cela offre plusieurs avantages face aux mesures de relance économique de la France qui encourage les exportations et limite à l'inverse l'importation : détaxe de 7,65 %¹¹⁸ sur le prix net des factures et avantages fiscaux à l'exportation par le gouvernement français et, parallèlement, meilleure posture pour les demandes de DAI [demandes d'autorisation d'importation] nécessaires à l'importation en France des livres suisses¹¹⁹.

Alors que la librairie Payot informe ses éditeurs partenaires de l'existence de ce nouvel intermédiaire, il est intéressant de constater que certaines maisons, comme Albin Michel ou Garnier, sont réticentes face à ce type de structures que ce soit pour continuer à profiter de leur propre statut d'exportateur ou, comme Plon, pour contrer la généralisation de ce nouveau type de relations commerciales avec des intermédiaires prenant une commission : « Nous vous avons laissé entendre que nous préférons garder le contact direct avec la clientèle étrangère et que nous n'étions pas disposés, en principe, à fournir en compte des intermédiaires, dont le nombre augmente chaque jour. [...] Nous sommes également très opposés aux exclusivités de fournitures imposées à un client par un commissionnaire. Il nous semble anormal qu'un intermédiaire puisse dire à un libraire : "Vous n'aurez d'ouvrages du fonds Plon que si vous passez par notre canal." »¹²⁰ Malgré le développement de la Société française du livre (SFL), un grand nombre de transactions restent donc encore le fait de relations directes entre Payot et les éditeurs. En outre, lors des premiers contacts entrepris auprès des éditeurs pour faire connaître l'activité de la SFL, Jean-Pierre Payot en profite pour reconsidérer les remises. D'une manière générale, la librairie lausannoise bénéficie de 40 % en littérature générale, soit un taux plus élevé que la moyenne qui s'élève à 33 % et de 30-35 % sur les publications scolaires et universitaires pour une moyenne de 25 %. Ces chiffres sont corroborés par les réponses de gros éditeurs français qui soulignent leurs excellentes relations commerciales avec Payot, appréciée par Garnier

118. Rapport du C. C., 1949-1950.

119. Lettre de Jean-Pierre Payot aux succursales, 30 juin 1953, fonds Payot, II/13/01.

120. Lettre des Éditions Plon et Jacques Rouiller, 22 juillet 1953, fonds Payot, II/13/01.

comme « une importante maison qu'il a toujours considérée comme leur meilleur dépositaire en Suisse »¹²¹ ou comme « une puissance économique indiscutable dans le monde du livre, dont on ne se permettrait pas, entre Lausanne et Genève, de discuter les décisions »¹²².

Les premières années de la SFL sont prospères. Sous la houlette d'un homme de terrain parisien, Jacques Rouiller, les ouvrages de grand vente publiés par Payot-Lausanne, ceux de Walt Disney, dont les deux premiers ont été vendus à 30 000 exemplaires en une année (Suisse et France confondues), ainsi que les collections « Orbis pictus » et « Petits Atlas de poche » trouvent de bons débouchés français. Ces actions ont permis à Payot-Lausanne de découpler ses ventes les premières années¹²³. La SFL a grandi rapidement, passant en une dizaine d'années de 10 à 50 employé-e-s¹²⁴. Rouiller a aussi ouvert une librairie à la rue Danton très prospère, puisqu'elle représente en 1965 la moitié du chiffre d'affaires de la SFL¹²⁵. Rouiller a eu l'idée, bien avant d'autres, d'y introduire le principe de la vente en libre accès, « une innovation à Paris qui a même éveillé une certaine jalousie de la part de Hachette »¹²⁶. Toutefois, dès les années 1960, suite à la dévaluation du franc français de 1958 et donc à une baisse de la vente des ouvrages suisses en France, force est déjà de constater un essoufflement de la structure en ce qui concerne les importations. Les frères Payot la maintiennent pourtant en place, n'ayant jamais réellement attendu de rendement d'un bureau qu'ils considèrent surtout comme un « précieux instrument de travail »¹²⁷.

Toutefois, pour assurer sa pérennité, ils décident de fusionner la SFL avec les Éditions Payot-Paris malgré les relations difficiles avec Mme Boiteau. Dans ce contexte, les frères Payot saisissent l'occasion, en 1964, d'utiliser la structure de la SFL pour stimuler la diffusion des Éditions Payot-Paris et surtout pour lancer sur le marché la « Petite Bibliothèque Payot ». Ils en confient l'exclusivité des ventes à la SFL. Après quinze mois d'exploitation, et malgré un accueil favorable de

121. Lettre des Éditions Garnier à Jean-Pierre Payot, 12 juin 1953, fonds Payot, II/13/01.

122. Philippe Garsy, *Lettre hebdomadaire d'informations*, n° 77, 8 février 1958, fonds Payot, II/13/02.

123. Lettre de Marc Payot à Jean Lammens, directeur de la Société fiduciaire française d'expertises comptables, [1966], fonds Payot, II/13/02.

124. *Ibid.*

125. Marc Payot, « Exposé de la situation des Éditions Payot-Paris à l'Assemblée générale des actionnaires de la librairie Payot SA », 13 août 1966, papiers Payot.

126. Lettre de Marc Payot à Jean Lammens, directeur de la Société fiduciaire française d'expertises comptables, [1966], fonds Payot, II/13/02.

127. Lettre de Marc Payot à Jacques Rouiller, 21 août 1957, fonds Payot, II/13/02.

la nouvelle collection¹²⁸, l'expérience est toutefois un échec du fait d'une conception divergente du métier. Rouiller semble parfait pour les ouvrages de grandes ventes, mais il n'arrive pas à placer en suffisance les volumes de Payot-Paris, puisqu'il affiche une perte de 15 % des ventes. La spécialisation trop « pointue » des titres de Payot-Paris intéresse peu les « représentants multicartes »¹²⁹ de la SFL, ce qui fait conclure Marc Payot que, « alors qu'elle obtenait de beaux succès de vente avec certains articles de grande diffusion, la SFL n'a jamais été en mesure d'assurer une diffusion satisfaisante de fonds traditionnel d'un de ses associés, la Baconnière, qui, à certains points de vue, est apparenté à celui des Éditions Payot-Paris. Il semble donc bien que la production littéraire de ce genre exige d'autres méthodes de commercialisation que les livres et collections qui ont fait le succès de la SFL. »¹³⁰ Ainsi, Marc Payot décide de se séparer de la société en 1965.

LA DIFFUSION PAYOT

La diffusion Payot est le seul véritable secteur à avoir été fondé par la troisième génération Payot, qui perçoit la nécessité de se doter d'un outil pour commercialiser ses propres ouvrages en Suisse, tout en développant la représentation exclusive d'autres maisons d'édition. Dès les années 1950, les Éditions Payot étaient toutefois déjà dépositaires de quelques publications (organisations internationales, cartes et guides Michelin, le Grevisse des Éditions Duculot et les dictionnaires des Éditions allemandes Wervereis¹³¹), mais à une échelle modeste. Ainsi, c'est en 1970 que la maison développe un secteur indépendant de diffusion.

Nous ne possédons malheureusement pas les résultats du département (les bilans des années 1970 étant manquants), mais nous savons qu'il diffuse une cinquantaine de fonds en exclusivité, pour la plupart de petites éditions¹³². La première motivation reste

128. La « Petite Bibliothèque Payot » trouve rapidement son marché, répondant à la vogue des sciences humaines pendant les années 1960. Son titre phare est la réédition des *Essais de psychanalyse* de Freud. En 1966, soit après quatre ans d'existence, la collection compte 85 titres et dépasse le million d'exemplaires. Marc Payot, « Exposé de la situation des Éditions Payot-Paris à l'Assemblée générale des actionnaires de la librairie Payot SA », 13 août 1966, papiers Payot.

129. Lettre de Marc Payot à Jacques Roullier, 13 décembre 1965, fonds Payot, II/13/02.

130. *Ibid.*

131. Liste des éditions étrangères dont Payot est dépositaire ou représentant exclusif pour le bulletin de la Société suisse des libraires et des éditeurs (SBVV), [fin 1953], fonds Payot, I/053.

132. SLESR, « Liste des fonds diffusés. État au 19 octobre 1979 », fonds Baconnière, n° 276.

bien entendu la promotion du fonds Payot-Lausanne. La diffusion Payot, pour dynamiser les ventes des éditions lausannoises, va par exemple abaisser les remises accordées aux succursales de 45 à 40 %, en privilégiant la solution d'une surremise, « dont les normes permettront aux maisons faisant un effort de retrouver le 45 %, voire de le dépasser, ce qui encouragera les gérants et chefs de service à être plus attentifs aux ventes de Payot-Lausanne et des éditeurs diffusés »¹³³. À partir de 1970, elle essaie de s'attacher la diffusion de grands fonds pour développer leur département. Outre le domaine des cartes et guides (Michelin et Orell Füssli), elle engage des négociations pour capter le marché de quelques « locomotives » : elle s'approche de Gallimard, qui leur préfère une autre structure (Cédilivres), et de Larousse, aboutissant à un accord passé pour la livraison des dictionnaires Larousse à des conditions privilégiées ; enfin, elle gagne l'exclusivité des « Classiques Hachette » (1971) qui se montre rapidement lucrative¹³⁴ ; quelques années plus tard, elle possède aussi l'exclusivité des Éditions Arthaud et surtout de L'École des Loisirs¹³⁵.

Si la diffusion Payot restera une structure de taille moyenne à l'échelle romande, les Payot sauront profiter de l'expansion de ce secteur à travers la prise de participations du plus gros intermédiaire de l'époque, l'Office du livre à Fribourg. En effet, alors que quelques années auparavant la maison craignait le poids acquis par le département étranger Hachette sur le marché suisse, ils réalisent en 1968 un coup de maître leur permettant de s'associer à la société française dans la prise de participation du capital de l'OLF, que la *holding* Naville SA avait racheté en 1968 et qu'elle revend pour un tiers à Hachette et un tiers à Payot¹³⁶. Le rapport aux actionnaires de 1969 retrace la genèse du projet et les enjeux liés aux mouvements de concentration, en France comme en Suisse, dans la décision de Hachette de s'implanter sur le sol helvétique :

La reprise de l'Office du livre en septembre 1968 par la Naville *holding* a été une surprise dans les milieux professionnels suisses et certains libraires ont été pris d'inquiétude devant cette concentration. Un groupe de quatre libraires s'est formé pour envisager la

133. Fiches internes de Marc Payot à Pierre Roemer, chef service diffusion, [1968], fonds Payot, VII 209.

134. Rapport du C. A., 1972.

135. SLESR, « Liste des fonds diffusés. État au 19 octobre 1979 », fonds Baconnière, n° 276.

136. « Historique du groupe Payot Naville Distribution SA », octobre 1997, papiers OLF.

création d'une Centrale d'achat des libraires suisses romands et a cherché si cette formule pouvait intéresser le département étranger Hachette, Paris, qui aurait pu confier à cette Centrale la diffusion de ses grandes collections en Suisse. Devant une décision négative de Hachette, qui a manifesté depuis son intention de s'installer en Suisse dès l'automne 1969 pour assurer en direct la diffusion de ses grandes collections, un contact Naville-Payot s'est établi et sur l'initiative de la Naville-*holding*, une participation de 50 % a été offerte à la librairie Payot dans l'Office du livre à Fribourg; au cours de ces dernières semaines l'opération a été poussée plus loin et offre a été faite à la librairie Hachette de participer à cette opération tout en renonçant à ouvrir sa propre maison de diffusion en Suisse. Une convention vient d'être signée entre les intéressés Naville *holding*, librairie Payot et librairie Hachette pour une participation de 1/3 chacun du capital OLF, qui continuera dorénavant son activité de diffuseur au service du libraire suisse, avec en plus l'apport de la grande diffusion des Éditions Hachette (livres de poche, séries policiers, collections jeunesse). [...] L'investissement total pour la librairie Payot dans cette participation représente 1 500 000 fr. (4,7 millions).¹³⁷

Auparavant déjà, des rapprochements commerciaux entre ces entreprises laissaient pointer cette association. En effet, en 1959, l'OLF proposait une rétrocession d'une partie de son bénéfice à ses plus gros clients, dont le chiffre d'affaires annuel dépassait les 15 000 fr., arguant que « ces dispositions vous permettront de participer encore plus que par le passé à l'activité de l'Office du livre en vous considérant comme directement intéressé à la marche de notre entreprise »¹³⁸, cela en plus de remises intéressantes (40 % sur toute la littérature générale en 1965¹³⁹) sans compter l'attribution de surremises. L'augmentation des résultats de Payot à l'OLF entre 1959 et 1964 confirme la hausse de la vente du livre durant cette période. Elle passe de 75 400 fr. (312 000) en 1959 à 155 000 fr. (576 000) durant l'exercice 1962-1963¹⁴⁰. Ces résultats engagent l'OLF à proposer à Payot une formule de participation au capital, proposition que Jean-Pierre Payot refuse à cette époque,

137. Rapport du C. A., 1969.

138. Lettre de l'Office du livre à Jean-Pierre Payot, 25 août 1959, fonds Payot, I/010, OLF.

139. *Ibid.*, 25 mai 1965, fonds Payot, I/010, OLF.

140. Lettre de Jean Hirschen à Jean-Pierre Payot, 30 novembre 1964, fonds Payot, I/010, OLF.

arguant la nécessité de recourir à des liquidités pour les investissements dans leurs magasins¹⁴¹.

Quelques années après l'achat du tiers des actions de l'OLF, la maison Payot vend en 1973 ces mêmes participations à la *holding* Lousonna. La diffusion Payot perdurera jusqu'à la scission des trois départements, édition, librairie et diffusion en trois sociétés distinctes, lors de la prise de participation majoritaire de Hachette dans la Société Payot au cours des années 1990. L'OLF reprend les fonds des éditeurs diffusés par Payot en 1997. En l'occurrence, ce secteur diffusion a représenté sur les dernières années environ un tiers du chiffre d'affaires de l'entreprise Payot¹⁴², tout en restant une structure de diffusion moyenne à l'échelle de la Suisse romande¹⁴³. La diffusion/distribution devient bel et bien le nerf de la guerre du secteur du livre dès son institutionnalisation dans le marché francophone à partir des années 1960. Outre sa puissance financière et organisationnelle (en fixant notamment les marges accordées aux libraires ou grâce aux économies d'échelle réalisées), c'est la culture traditionnelle du métier en elle-même qui s'en voit chamboulée, puisque la relation directe entre librairies et éditions tend progressivement à s'éroder. Avec l'entrée en scène de nouveaux intermédiaires, la filière s'adapte désormais à une nouvelle efficacité rendue nécessaire au vu de l'accroissement du volume des ouvrages, mais dont une importante répercussion est la polarisation accrue du champ entre grosses et petites structures, puisque les conditions commerciales proposées aux détaillants varient en fonction de leur poids économique.

LOUSONNA : VERS UN CAPITALISME FINANCIER

1973 est une année charnière dans le développement des affaires de la famille Payot. À cette date, les principaux actionnaires de Payot-Lausanne, Jean-Pierre et Marc Payot, vendent leurs actions à Lousonna, qui devient alors majoritaire dans l'entreprise. Cela implique aussi, nous l'avons vu, les participations de l'OLF

141. Lettre de Jean-Pierre Payot à Jean Hirschen, 30 décembre 1964, fonds Payot, I/010, OLF.

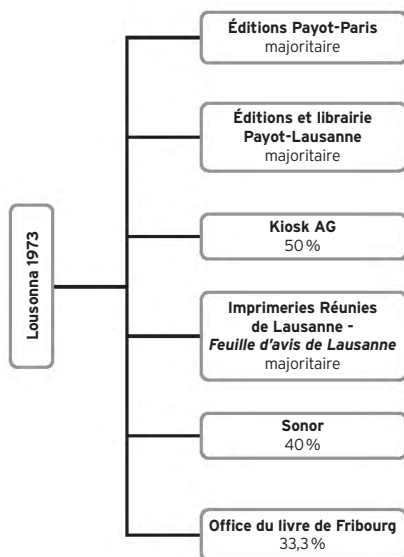
142. À la vente de l'entreprise en 1986, la diffusion Payot représente 6 millions de chiffre d'affaires, la librairie 21 millions et les éditions 2 millions.

143. Selon l'acte de vente de la diffusion Payot-Lausanne à l'OLF, la diffusion Payot représentait environ 200 éditeurs, parmi les petites et moyennes maisons d'édition, si ce n'est Michelin et Rivage, « Valorisation d'inventaires au 31 décembre 1996 », papiers OLF.

possédées par Payot. Cette décision s'inscrit dans les lourds investissements à opérer pour créer le nouveau magasin de la place Pépinet et pour le déménagement de la diffusion, de la librairie de gros et des réserves des éditions aux Côtes-de-Montbenon. Vendre ces parts à Lousonna permet de réunir les capitaux avec ceux des autres sociétés et de les réinvestir en ayant les liquidités nécessaires pour procéder à ces investissements.

Ainsi, la famille Payot, qui détient toujours Lousonna avec Marc Lamunière, donne une nouvelle impulsion à cette société financière. Depuis 1942, en effet, date à laquelle Lousonna avait pris 40% du capital dans la société de presse Sonor, éditrice du journal *La Suisse*, elle n'avait pas procédé à de nouveaux rachats. Son activité se centrait sur la société Kiosk AG et sur les *FALIRL*. Une concentration se dessine alors, puisque désormais Lousonna regroupe, en plus des kiosques, de l'édition de presse et de l'imprimerie, des activités dans l'édition de livres (Payot-Lausanne et Payot-Paris), dans un réseau de librairies (Payot-Lausanne) et dans la plus grosse structure de diffusion/distribution de Suisse romande (Office du livre de Fribourg) pour un tiers.

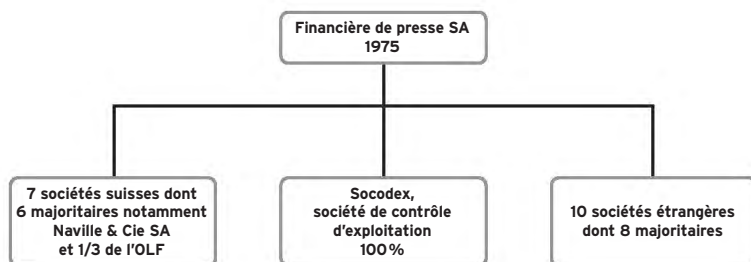
Organigramme 4. Propriétés de Lousonna en 1973



Cette concentration de capitaux dans des sociétés *holding* est le fait d'une évolution vers un capitalisme plus financier, où le regroupement d'entreprises dans une société faitière facilite les rachats et les intérêts des acteurs réunis. Bien que fondées sur une même logique de regroupement des capitaux, les activités de Samuel Payot demeuraient dans l'entre-deux-guerres pensées en termes d'investissement dans de nouvelles activités, comme les imprimeries, et surtout dans la fondation d'une nouvelle exploitation, la société Kiosk AG. Dans les années 1970, la logique est moins celle d'une diversification des activités que celle d'une mutualisation des fonds pour les réinvestir ailleurs et faciliter la restructuration des entreprises et les rachats. À cet égard, elle est un premier pas vers les phénomènes de regroupement de filiales dans des groupes qui marqueront les secteurs du livre et de la presse à partir des années 1980.

Cette concentration se lit aussi dans l'histoire de la Financière de Presse AG, anciennement Naville SA fondée en 1962 par Edmond Artar, qui rachète plusieurs filiales et développe des sociétés de vente de livres par courtage en Suisse, en France et à l'étranger. En 1971, Naville modifie sa raison sociale sous le nom de Financière de Presse SA en augmentant son capital. Elle possède en 1975 la quasi-totalité de 15 filiales et des participations minoritaires dans trois. Parmi celles-ci, ce sont d'abord la possession du réseau de kiosques Naville et les actions de l'OLF qui sont rentables¹⁴⁴.

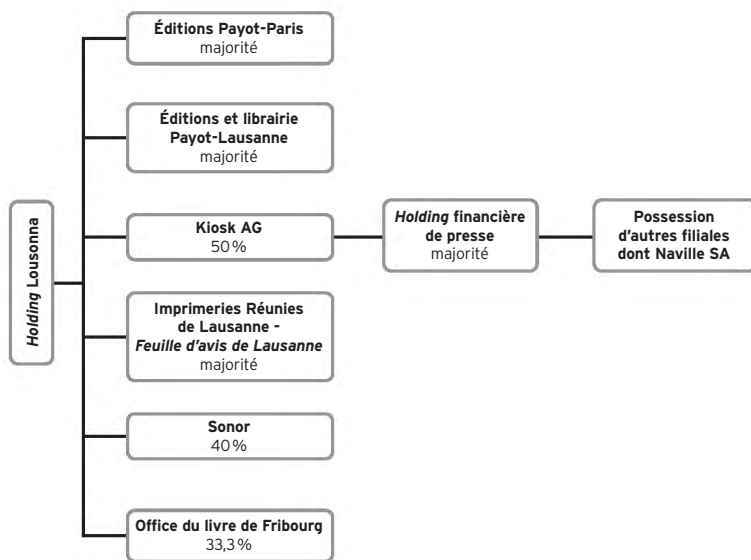
Organigramme 5. Propriétés de la Financière de Presse SA en 1975



144. Ces éléments sont tirés de l'«Historique du groupe Payot Naville Distribution S.A.», non publié, qui nous a été remis par l'Office du livre de Fribourg.

En 1975-1976, la Financière de Presse subit d'importants revers dans la vente par courtage et perdra en 1977 sa principale actionnaire, l'Union de banque suisse (UBS)¹⁴⁵. À la suite de quoi, à l'initiative de Marc Payot, le Kiosk AG rachète la majorité des actions de la Financière de Presse SA, désormais détenue à hauteur de 50 % par Lousonna, puisque celle-ci est copropriétaire de Kiosk AG avec la société Werenfels.

Organigramme 6. Propriétés de Lousonna en 1977



Pour Lousonna, le principal intérêt de ce rachat réside dans le fait de posséder le réseau de kiosques Naville en Suisse romande, parallèlement à son implantation en Suisse alémanique par Kiosk AG. Le domaine des kiosques, de la librairie, de l'édition, de la diffusion, de l'imprimerie et enfin de la presse sont ainsi réunis dans la *holding* créée une cinquantaine d'années auparavant par les familles Payot-Lamunière, qui en maintiennent la possession avec

145. *Ibid.*

un nouvel acteur, Jean-Claude Nicole, désigné par Marc Payot comme son successeur. Après le décès de ce dernier, en 1980, les événements se précipitent pourtant. Moins d'une dizaine d'années après le regroupement des activités dans la société financière, un phénomène de déconcentration intervient en 1982, lorsque Jean-Pierre Payot et son fils décident de sortir de la *holding*. Selon le témoignage de Jean-Marc Payot, des intérêts divergents entre ses deux autres interlocuteurs, Jean-Claude Nicole et la famille Lamunière, l'ont conduit à prendre cette décision. Jean-Marc Payot décide alors de se concentrer sur les seules activités de sa maison (éditions, librairies et diffusion Payot). Suite à cela, les Lamunière créent la *holding* Édipresse rachetant le 50% de Lousonna et se réservent le secteur de la presse (journaux et imprimeries réunies). JNC Press (Jean-Claude Nicole) rachète l'autre moitié de Lousonna à la famille Payot. Puis, en 1986, Jean-Marc Payot décide de se retirer entièrement des affaires en vendant sa propre entreprise à Édipresse.

En fondant la société financière Lousonna, Samuel Payot a donc été un des premiers représentants d'une nouvelle figure entrepreneuriale dans le secteur de l'imprimé qui a profité de l'essor de la culture de l'écrit pour accroître et diversifier ses activités. En ce sens, le développement structurel de la maison Payot atteste d'une évolution plus globale, où d'importantes maisons ont su capter des marchés intéressants pour asseoir leur force économique, œuvrant à côté d'une mosaïque de plus petites enseignes qui demeuraient fidèles à une gestion plus artisanale. Dans ce contexte, la posture entrepreneuriale des dirigeants Payot s'est caractérisée par une attitude passablement anticipatrice ou pour le moins attentive aux développements du secteur et aux opportunités qui se présentaient à eux, comme le rachat de librairies, le développement d'activités à Paris ou encore la création d'un secteur de diffusion. Sur le plan économique, la direction Payot est révélatrice de tendances plus générales comme le souci d'une péréquation entre les différentes activités de la maison, l'importance d'un ancrage dans un réseau pour bénéficier des avantages à travailler avec des entreprises « sœurs » sur l'ensemble de la chaîne de production et de distribution et d'une spécialisation progressive également entre les activités de production (édition), de vente (libraire), puis de diffusion. Ainsi, elle a su pérenniser le capital économique de la maison grâce à une gestion familiale prudente, tout en sachant

opérer les investissements nécessaires à des moments opportuns pour en accroître les activités. Sur le plan plus culturel, la maison a surtout misé dans ses éditions sur des secteurs porteurs à un niveau local, comme le marché scolaire ou les ouvrages spécialisés, puis en profitant de la vague documentaire après la Seconde Guerre mondiale. Et dans ses librairies également, nous le verrons, elle a cherché à trouver un équilibre entre une librairie « tout-venant » et une image plus classique qu'elle a su préserver. Héritière d'une longue tradition du livre, la maison Payot a donc su tirer profit du développement économique du secteur, tout en continuant d'affirmer son appartenance à la culture lettrée.

PARTIE II
TRANSFORMATIONS
DU MODÈLE DE LIBRAIRIE

*La boutique du libraire n'est plus cette maison de choix où on va pour se renseigner, pour savoir. Le libraire ne peut plus attendre l'acheteur qu'il doit aller au-dehors solliciter, trouver, inventer même. [...] Sa vitrine elle-même tend à devenir peu de choses, car enfin il faut qu'on passe devant elle et surtout aujourd'hui il faudrait forcer les gens à s'arrêter devant elle.*¹

Le développement historique sur l'évolution de l'entreprise Payot nous a permis de caractériser la figure entrepreneuriale de cette maison qui a su s'adapter à l'évolution du marché du livre pour faire grandir ses activités. Il en est de même de la librairie, en tant que secteur particulier de la maison qui connaît d'importantes mutations après la Seconde Guerre mondiale. Si les années 1950 sont celles des premières réorganisations de la structure de l'entreprise, si les années 1970 sont celles qui donnent au secteur de la diffusion une place grandissante, les années 1960 sont celles où la vente en librairie connaît d'importantes transformations chez Payot. L'entreprise va en effet moderniser ses infrastructures de vente en élaborant de nouvelles pratiques où le client, par exemple, devient plus autonome dans ses choix. Elle met aussi un accent particulier sur les rayons en développement en ces années d'après-guerre, notamment les ouvrages techniques et universitaires ou le livre de poche.

Toutefois, cette évolution résulte plus d'une mutation progressive que de ruptures franches. La réminiscence de son héritage culturel est forte et les modèles se juxtaposent. En effet, si des formes commerciales à l'esthétique moderne apparaissent dans

1. Malye, 1951, p. 9.

les années 1960, d'autres pratiques subsistent qui attestent d'un attachement à des valeurs plus classiques. Les meubles en bois n'ont pas tout à fait disparu et la librairie, même si on y entre plus facilement, est encore associée à une « cathédrale ». En ces années, la librairie Payot poursuit ainsi une double stratégie en valorisant une démocratisation de la culture, mais en soignant toujours une image plus classique qui la caractérise aussi. Nous verrons que cette double stratégie se lit notamment dans ses différents magasins qui s'adressent à une clientèle différente en fonction de leur lieu d'implantation.

Ces questions nous permettent de travailler sur le rôle concret d'intermédiaire entre le libraire et son public par une réflexion sur la localisation de la librairie, la conception de l'espace ou encore les supports publicitaires. Ces dispositifs de vente façonnent un mode de relation spécifique entre la clientèle et le libraire, où ce dernier joue son identité culturelle. C'est ce que nous avons mis en évidence à travers la notion de « dispositifs de jugement », élaborée par Lucien Karpik, qui passent, chez le libraire, par la médiation commerciale. Car, le libraire est un commerçant, mais un commerçant qui engage ses propres dispositions par lesquelles il crée un type spécifique de relation avec sa clientèle : une librairie débordant de livres anciens ne crée pas le même lien avec son public qu'une librairie à l'esthétique sobre qui présente les livres selon un arrangement méthodique.

Ces remarques s'ancrent dans une réflexion plus générale sur le rôle du commerce de détail en tant qu'intermédiaire « charnière »² entre la clientèle et les biens, soit sur l'impact qu'il a dans leur « mise en marché »³. Hartmut Berghoff et Jakob Vogel insistent par exemple sur l'importance des formes concrètes qui modèlent l'accès aux biens et les significations sociales qui s'y rattachent : « En lien étroit avec l'histoire de la consommation, l'histoire moderne du produit renseigne sur les impacts culturels et les implications de certains types de produits, leur charge sémantique et leur appréciation, leur esthétique et leur qualité, leurs formes d'appropriation et d'utilisation. »⁴ L'approche du commerce de détail dans son rôle d'intermédiaire se centre donc sur les stratégies du détaillant lui-même, s'intéressant « aux objets qu'il mobilise et désigne, ainsi

2. Brändli Blumenbach, Schumacher et Guex, 2005, p. 17.

3. Sur cette notion de « mise en marché », voir Grandclément, 2008, pp. 15-18.

4. Berghoff et Vogel, 2004, p. 17.

qu'aux médiations techniques et humaines qui définissent et rapprochent les objets et les sujets de consommation [...]»⁵. Cette perspective intègre ainsi la culture *matérielle* dans la mise en vente construite par les commerçants, qui requalifient les biens à travers le type de médiation commerciale choisie.

Certes, le «savoir-vendre» en librairie n'est pas le propre des années ultérieures à la Seconde Guerre mondiale, puisque la valorisation de la marchandise par les vitrines ou les stratégies de l'espace de vente sont des pratiques qui remontent au siècle précédent. Mais les années 1960 généralisent ces méthodes et apportent leur lot d'innovations commerciales. Chantal Horellou-Lafarge et Aurélie Pagnier précisent ainsi que «dès la fin des années 1950 et le début des années 1960, qui voient l'augmentation du nombre de lecteurs et sa diversification, trois types de points de vente du livre émergent : le libraire enfermé dans sa librairie et se contentant de sa clientèle bourgeoise et cultivée; le libraire "moderne", en phase avec les mutations de son temps, et avide de rencontrer de nouveaux lecteurs; et les magasins populaires»⁶. Payot, nous le verrons, adopte la seconde option.

Afin de comprendre cette évolution, nous nous proposons dans cette seconde partie tout d'abord d'esquisser le panorama général des commerces du livre dans le canton de Vaud et à Lausanne, qui permet de définir le contexte dans lequel évolue la librairie Payot. L'observation de son évolution sur une diachronie longue (1880-1980), sur un plan à la fois quantitatif et qualitatif, nous permet de caractériser le profil traditionnel des librairies pour comprendre ensuite la mutation vers le nouveau modèle de librairie qu'incarne Payot. Nous abordons ensuite les transformations des magasins Payot par leur localisation et les stratégies d'ouverture des différentes arcades; puis nous nous penchons sur les types de secteurs éditoriaux mis en avant par la direction selon la clientèle locale; enfin, nous travaillons sur les dispositifs matériels de vente et sur les moyens publicitaires élaborés au cours des années 1960. En d'autres termes, nous abordons la médiation commerciale forgée par Payot à travers l'ancrage spatial de ses magasins (où vend-elle?), l'assortiment de ses magasins (que vend-elle?), puis de ses méthodes de vente (comment vend-elle?).

5. Cochoy, 2011, p. 75.

6. Horellou-Lafarge et Pagnier, 2008, p. 284.

1. PANORAMA DES COMMERCES DU LIVRE DANS LE CANTON DE VAUD ET À LAUSANNE (1880-1980)

Afin de connaître l'importance quantitative des librairies à partir de la fin du XIX^e siècle, nous avons procédé à un relevé systématique du nombre de magasins inscrits sous la mention « librairie » dans l'*Indicateur général du canton de Vaud*, ancêtre des annuaires. Nous avons relevé ces données sur un siècle à partir de 1880, moment où débute la parution régulière de cette publication. Nous nous centrons sur le canton de Vaud, où la maison Payot s'implante à ses débuts, mais également parce que ce canton se divise entre des régions urbaines et rurales et qu'il est structuré autour d'un chef-lieu central (Lausanne) et de plus petites villes. Avant 1880, un seul indicateur existe datant de 1850-1856, où le nombre des commerces du livre hors des villes est relativement faible, puisque, sur 21 libraires, 11 sont implantées à Lausanne et 3 en ville de Vevey¹. C'est donc dans la seconde partie du siècle que le commerce du livre se généralise dans le canton de Vaud.

En ce qui concerne la division du travail dans les métiers du livre en Suisse romande, l'intérêt réside dans le fait que les structures éditoriales demeurent jusqu'à une période relativement tardive le fait d'une activité mixte avec les activités de libraire ou d'imprimeur. Les catégories des indicateurs vaudois en témoignent. Dans l'indicateur de 1850-1856, la mention d'« édition » n'existe pas encore. Les éditions sont comprises dans les catégories de « librairie » ou d'« imprimerie », qui s'élèvent respectivement à 11 et 7 en ville de Lausanne. La catégorie d'édition apparaît, en revanche, dans l'indicateur vaudois de 1880, mais seules trois y sont mentionnées à Lausanne à côté de 11 librairies et 10 imprimeries. Ainsi, l'étroitesse du marché contraint quasiment toute maison d'édition

1. *Indicateur général du canton de Vaud, 1850-1856*, Lausanne: F. Weber, 1857.

à diversifier son activité, cela jusque dans l'entre-deux-guerres et même souvent bien au-delà². À l'inverse, dès 1880, plusieurs communes vaudoises recensent une librairie, parfois à partir d'un millier d'habitants. Les détaillants sont donc plus nombreux et se situent dans un maillage décentralisé, qui atteste déjà d'une bonne pénétration de la lecture aussi dans les régions de campagne, tandis que les éditions sont attachées à un ancrage plus urbain plus proche de la vie intellectuelle.

LOCALISATION DES LIBRAIRIES DANS LE CANTON DE VAUD (1880-1980)

L'expansion d'un réseau de librairies tient à quatre principaux facteurs liés au développement d'une région : l'urbanisation, la densité de la population, les voies de communication et la scolarisation, éléments à mettre en perspective avec la fonction générale des villes (commerçante, intellectuelle, bourg agricole, etc.)³. Le fort développement du canton de Vaud dans la seconde moitié du XIX^e siècle explique la densification des librairies. Canton resté pendant longtemps rural, il connaît une industrialisation rapide de ses principales villes, Lausanne, Vevey, Montreux et Yverdon depuis le début du XIX^e siècle, qui s'accélère à partir de 1850. Lausanne croît de 58 % entre 1800 et 1850 et devient dès 1860 un pôle économique de même qu'un des principaux nœuds ferroviaires suisses⁴. Cette augmentation de la population implique des travaux d'urbanisation et une tertiarisation croissante de la ville, avec un accent fort mis sur le tourisme, notamment médical (ce qui est aussi le cas d'une grande partie du canton) ou lié aux instituts d'enseignement⁵, mais aussi sur le développement des administrations, du commerce et des institutions scolaires et académiques (l'académie obtient le statut d'université en 1890). Cette urbanisation se lit aussi dans les villes plus petites : durant la Belle Époque, les quatre villes susmentionnées (Lausanne, Vevey, Montreux, Yverdon) passent à elles seules de 63 000 à 105 000 habitants⁶. La récession qui touche la Suisse romande entre 1875 et 1890 fragilise le secteur

2. Les éditeurs qui exercent une activité de libraires sont en effet encore légion au XX^e siècle, à tel point que la SLESR compte parmi ses membres encore 21 éditeurs-libraires contre 27 éditeurs « purs » et 118 libraires en 1960 encore. SLESR, Rapport du C.C., 1960-1961.

3. Lyons, 1987, p. 194.

4. Humair *et al.*, 2014, pp. 34 et 45.

5. *Ibid.*, p. 46.

6. Hubler, 1991, p. 150.

agricole et renforce le phénomène d'exode rural dans le canton, où le tertiaire dépasse en 1910 les deux autres secteurs⁷. Ce secteur ne cessera d'augmenter durant le XX^e siècle, atteignant environ 50 % en 1960 et 60 % en 1970, alors qu'à cette même date le secteur agricole est tombé à seulement 8 % de la population active⁸.

Au XX^e siècle, le canton de Vaud passe de 280 000 habitants en 1900 à 500 000 en 1980⁹. Lausanne recense environ 50 000 âmes en 1900 et 140 000 en 1980, tandis que la population de l'agglomération Vevey-Montreux a quintuplé entre 1850 et 1970¹⁰. La densité urbaine est significative dans le canton de Vaud, puisqu'un tiers de la population vit dans neuf localités en 1900, un phénomène qui progresse durant le XX^e siècle pour atteindre 44 % en 1990¹¹. L'autre tendance tient à la force acquise du bassin lémanique à mesure que le canton se tertiarise, même si les districts plus ruraux (Grandson, Moudon, Échallens) maintiennent d'autres types d'activité, agricole dans le Gros-de-Vaud et les zones de montagne, industrielle dans le Jura et dans le Nord vaudois.

D'autres régions connaissent un fort développement au XIX^e siècle grâce à deux facteurs conjoints, la création du réseau de chemins de fer et l'essor du tourisme. Ce dernier secteur est une source économique importante dans des régions comme Bex, Aigle, Château-d'Œx, la Vallée de Joux, puis Leysin, grâce au développement des cures balnéaires et médicales, ainsi que du tourisme estival de montagne¹². Le pôle Vevey-Montreux devient attractif sur le plan touristique dès les années 1860 et s'épanouit à la Belle Époque, offrant à la fois les atouts lémaniques tout en se situant au carrefour d'importantes stations d'altitude reliées par des voies de communication¹³. La construction du réseau ferroviaire démarre à partir du milieu du XIX^e siècle, dans le sillage de la loi fédérale de 1852 qui donne aux cantons la compétence d'accorder les concessions pour la création et l'exploitation des réseaux. Ainsi, entre 1860 et 1910, les principales lignes du canton de Vaud sont construites et relient les régions plus décentrées – comme les zones de montagne – aux principales villes du canton. Des communes de montagne comme

7. Michel, 1972, p. 154.

8. Mazbouri et Vallotton, « Vaud », *DHS*.

9. Rieben, 1980, p. 6.

10. Michel, 1972, p. 39.

11. Mazbouri et Vallotton, « Vaud », *DHS*.

12. Tissot, 2000.

13. Humair *et al.*, 2014, pp. 47-48.

Château-d'Œx ou Leysin développent alors le tourisme au tournant du siècle et, parallèlement, se dotent de plusieurs librairies. À Leysin par exemple, le tourisme médical fait passer la population de 400 à 4000 habitants entre 1900 et 1920¹⁴. La commune, qui ne possédait aucune librairie au début du siècle, en dénombre trois en 1920.

Les indicateurs vaudois sont malheureusement elliptiques sur la nature des commerces qu'ils désignent comme « librairie », en ne mentionnant pas forcément leurs activités annexes. Nous pouvons penser que les commerces inscrits à titre de « libraires » font de la vente du livre et/ou de l'imprimé (journaux, revues) un de leurs principaux revenus, puisqu'un bon nombre figure à titre de membre dans l'association professionnelle des libraires et éditeurs¹⁵, même s'ils peuvent vendre parfois d'autres marchandises. Par exemple, le bazar tenu par la famille Staub à Morges, dénommé « Le bazar suisse », fait mention sur l'enseigne extérieure de son magasin de « librairie-papeterie Staub »¹⁶. Ses propriétaires sont membres de la SLESR encore dans les années 1940¹⁷ et font donc de la vente du livre une activité à part entière à côté d'objets d'usages multiples.

Un aperçu de sources iconographiques et d'annonces publicitaires passées dans les journaux nous offre d'autres renseignements sur l'activité des commerces mentionnés comme « librairie » dans des régions de campagne et des petites villes du canton de Vaud. Le service de cabinet de lecture (location d'ouvrages) y demeure encore courant. Mais le livre y côtoie aussi une multitude de marchandises et de services qui entretiennent un rapport de plus ou moins grande proximité avec l'imprimé: de la papeterie et des journaux, mais aussi des photographies, du bois sculpté, des porte-monnaie, du papier peint, un service d'encadrement de tableaux, des cartes pédestres, des objets fantaisie, des souvenirs, de la maroquinerie, un service de location de piano¹⁸ et, dans les boutiques plus élégantes, la vente d'objets d'art, de gravures, de vins et de liqueurs¹⁹. Ainsi, à côté de leur activité centrée sur la vente d'imprimés, la plupart de ces commerces mixtes proposent des articles destinés à une clientèle aisée, la location de piano côtoyant les articles de maroquinerie

14. *Indicateur général du canton de Vaud*, 1900 et 1920.

15. Listes des membres de la SLESR de 1892, 1896 et 1931, fonds Bridel, 212, MHL.

16. Les propriétaires du magasin Staub sont membres de la SLESR à titre de libraires. Sur le magasin Staub, Gervasi et Longchamp, 2007, p. 6.

17. « Liste des membres de la SLESR au 31 octobre 1892 », fonds Bridel, 212, MHL et « Liste des membres au 30 novembre 1946 », fonds Baconnière, n° 276.

18. Commerce de J. Merle à Aigle, in Jules Monod, 2004.

19. Commerce de Frédéric Grandjean au Sentier, in Rémy Robert, 1990, p. 48.

et divers souvenirs pour les riches touristes. Aucune mention, par exemple, de vente de produits d'usage courant. Ces échoppes se destinent donc d'abord à une consommation de loisirs. En témoignent les sources elles-mêmes : nous avons en effet trouvé des images de librairies uniquement dans les ouvrages commémoratifs des communes touristiques des Préalpes vaudoises ou du Jura (Vallée de Joux et Vallorbe) et non dans des communes paysannes du Plateau, comme Échallens ou Moudon qui ont pourtant possédé plusieurs commerces de librairie et/ou papeterie durant tout le XX^e siècle.

Ainsi, l'étude quantitative des commerces de librairies dans le canton de Vaud doit garder en mémoire la relative porosité des commerces désignés comme « librairie ». Parfois, la mention de librairie-papeterie et, après la Seconde Guerre mondiale, de librairie-kiosque est indiquée. Mais cette indication n'est certainement pas systématique, certains commerces mixtes devant se profiler sous la seule dénomination de « libraires ».

Cela étant, en termes de densité de commerces du livre, nous pouvons relever que la Suisse romande se situe dans la moyenne européenne de la fin du XIX^e siècle pour un canton pourtant encore très agricole. En 1870, Vallotton recense 102 libraires et/ou éditeurs, soit 1 maison pour 6200 habitants²⁰, tandis que la moitié de la France (moitié nord industrialisée) possède 1 librairie pour moins de 7500 habitants en 1881²¹. Pour l'Allemagne, Frédéric Barbier dénombre 1 librairie pour 15000 habitants en 1875, mais la statistique ne comprend que les maisons ayant une pure activité de libraire de détail²², ce qui n'est pas le cas des autres relevés.

En 1881, 14 communes vaudoises possèdent au moins une librairie. Dans des villes de 3000 à 4000 habitants, plusieurs commerces vendent des livres, comme à Bex (2), Morges (4), Nyon (3), Payerne (3), Montreux (3). Quant à Vevey et Yverdon, fortes de 8000 et 6000 âmes, elles dénombrent 8 librairies pour la première et 5 pour la seconde²³. Dans ces communes, la densité de librairies atteint déjà des proportions importantes, à tel point que leur nombre n'augmentera pas de façon spectaculaire au cours du XX^e siècle, tandis que la population s'accroît dans des villes comme Morges, Vevey, Montreux et Nyon.

20. Vallotton, 2001, p. 78.

21. Lyons, 2008, p. 31. La France comprend 10 départements ayant plus d'une librairie pour 7500 habitants en 1841 et 38 en 1881.

22. Barbier, 1995, pp. 160-161.

23. *Indicateur vaudois : livre d'adresses de Lausanne et du canton de Vaud*, 1881-1882.

Tableau 2. Nombre de communes vaudoises possédant au moins une librairie

1880	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980
13	18	19	23	23	22	24	26	27	27	24

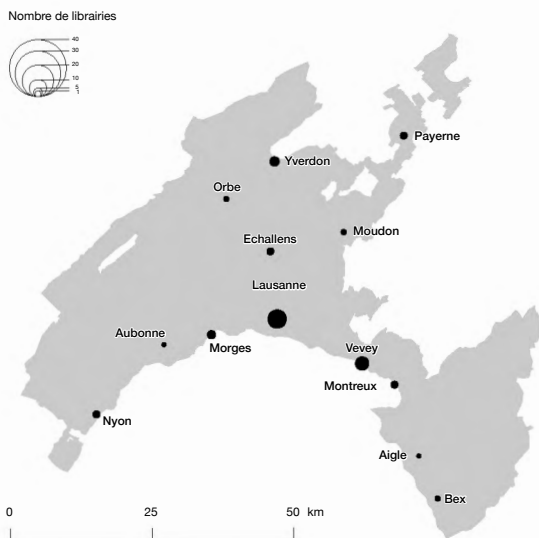
Source : Indicateurs et annuaires de Lausanne et du canton de Vaud, 1880-1980

Nous pouvons observer une augmentation progressive entre la fin du XIX^e siècle et le début du XX^e siècle et un tassement par la suite, ce qui atteste que le commerce sédentaire ayant pour première activité la vente d'ouvrages, qu'il diversifie ou non son activité par la vente d'autres marchandises, a dès cette époque un rôle d'acheminement des biens culturels dans des régions périphériques, progressivement reliées par les voies de communication.

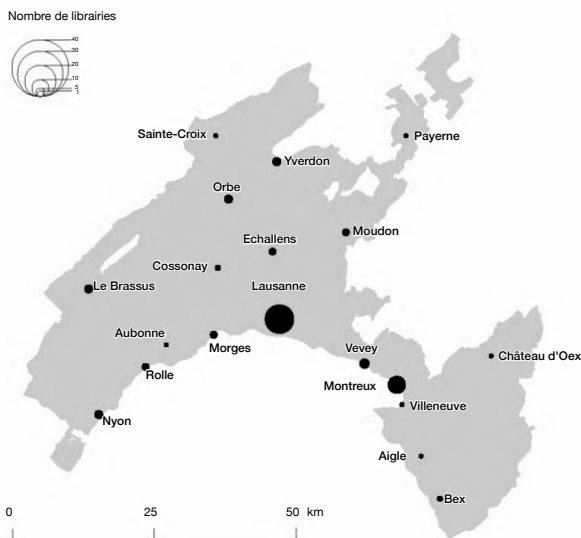
Nous pouvons déceler cinq catégories de communes possédant des commerces du livre dans le canton de Vaud en fonction de leur taille et du type d'activité, hormis Lausanne que nous traiterons ultérieurement. Les communes touristiques des Alpes vaudoises et, dans une certaine mesure, du Jura, proposent une importante offre de librairies, nous permettant de tisser un lien clair entre l'essor des zones touristiques et la consommation de lecture. Nous l'avons vu, à Leysin, alors que la commune franchit le seuil des 4000 habitants en 1930, pas moins de cinq librairies sont en activité dans le village. Même phénomène à Château-d'Œx, commune alpine forte d'environ 3000 habitants, qui voit le nombre de ses librairies augmenter au cours du XX^e siècle, surtout à partir de la Seconde Guerre mondiale, sans que le nombre de résidents à l'année ne croisse réellement. En 1950, elle possède cinq librairies, six en 1970 et sept en 1980. Le tourisme de passage est donc un facteur explicatif de cette présence.

Dans les autres villes de campagne, nous observons deux tendances différentes. Dans les bourgs de 1000 à 3000 habitants, tels Aubonne, Cossonay ou Rolle, le nombre de librairies reste relativement proportionnel au nombre d'habitants, entre un et trois commerces. En revanche, des bourgs agricoles comme Échallens ou Moudon, pourtant relativement peu peuplés, mais qui sont des chefs-lieux de district bien reliés à des lignes de transport, ont eu un nombre relativement important de librairies. Dans les années 1930, Échallens en dénombre même cinq pour un bourg d'un millier d'habitants. Toutefois, bien que la population ait tendance

Carte 1. Répartition des librairies dans les villes vaudoises en 1880



Carte 2. Répartition des librairies dans les villes vaudoises en 1900



à croître dans ces communes jusqu'en 1980, même modestement, le nombre de librairies se tasse dès les années 1970 pour disparaître parfois totalement du paysage de ces communes périphériques.

D'autres petites communes atteignent les 3000 à 5000 habitants, comme Aigle, Bex, Ollon, Payerne, Sainte-Croix, Vallorbe. La densité des librairies tourne en moyenne autour de deux à trois librairies, parfois quatre à cinq pour les localités plus peuplées.

Les villes moyennes du canton de Vaud, de plus de 5000 habitants et qui connaissent une importante croissance au cours du XX^e siècle (Montreux, Nyon, Morges, Yverdon, Vevey) possèdent des librairies en proportion à leur population, même si, là encore, l'activité de la ville a un impact certain. Une commune touristique comme Montreux, pourtant presque deux fois moins peuplée que Morges, possède par exemple trois voire quatre fois plus de librairies.

La dernière catégorie de communes regroupe les villes périurbaines de la région lausannoise. Prilly, Pully et Renens n'ont pas de commerces du livre jusque dans les années 1930-1940 (1960 pour Renens), même si leur population est aussi importante que d'autres communes vaudoises dotées de plusieurs commerces (plusieurs milliers d'habitants). La proximité de Lausanne explique l'absence du développement d'un commerce qui demeure spécialisé. Il faut attendre le développement de ces communes, à partir des années d'après-guerre, pour que des librairies s'ouvrent. L'écart entre Pully, qui possède jusqu'à une dizaine de commerces (dont plusieurs kiosques Naville), et les communes plus populaires de Prilly et Renens, qui n'en possèdent qu'un seul, est toutefois ici flagrant.

Cette vue d'ensemble permet de constater la densité importante du commerce de la librairie dans le canton de Vaud qui, durant une centaine d'années, a joué un rôle certain de diffusion de la culture écrite, autant dans les centres urbains que dans des communes plus rurales, parfois centrées sur une activité de loisirs destinée à un public aisé (tourisme), mais également dans des régions plus agricoles où la culture écrite touchait une population désormais alphabétisée. Durant le XX^e siècle, malgré l'augmentation de la concurrence, celle des kiosques notamment, le nombre de commerces n'a pas décliné spectaculairement. Nous constatons toutefois que, malgré l'augmentation de la population, le commerce de la librairie a quand même tendance à stagner, voire à décroître, dans le second XX^e siècle dans les zones de campagne comme dans les villes de moyenne importance.

LA LIBRAIRIE LAUSANNOISE

Qu'en est-il de Lausanne? Au niveau quantitatif, le chef-lieu vaudois connaît une augmentation des librairies (dont certaines ont aussi une activité éditoriale) au tournant du siècle, passant de 12 boutiques à 20, puis une progression plus lente dans l'entre-deux-guerres, pour connaître une importante hausse après la Seconde Guerre mondiale jusqu'en 1980. En parallèle, Lausanne est aussi connue pour son activité décisive dans le secteur de l'imprimerie qui est, à la fin du XIX^e siècle, un des points forts de son activité²⁴.

Tableau 3. Nombre de librairies et d'habitants à Lausanne

	1850	1880	1890	1900	1910	1920
HABITANTS			32 919	49 488	67 468	71 364
LIBRAIRIES	11	12	12	20	19	24

	1930	1940	1950	1960	1970	1980
HABITANTS	78 840	95 369	110 030	130 572	147 063	141 109
LIBRAIRIES	25	27	32	36	36	27

Sources : Indicateurs de Lausanne et du canton de Vaud, 1850-1980 et « Population résidante des communes, Vaud, 1900-2013 »²⁵.

Nous pouvons constater que le mouvement des librairies suit celui plus général de la population lausannoise qui a tendance à décroître dès les années 1980 sous l'impulsion de la suburbanisation²⁶ (avec une reprise la décennie suivante). Cela confirme le statut de pôle administratif, économique, scolaire et culturel du chef-lieu. En ce sens, les librairies lausannoises connaissent un développement différent de celles situées dans le reste du canton où, après 1950, les librairies ne voient pas leur nombre augmenter même dans les villes d'une certaine importance comme Vevey et Yverdon. Ces remarques peuvent toutefois être nuancées, dans la

24. Pavillon, 1990.

25. Statistique Vaud, « Population résidante des communes, Vaud, 1900-2013 ».

26. Racine, 2001, p. 128. La baisse du nombre de librairies en 1980 ne se confirme pas en 1990, puisque, à cette date, 35 enseignes apparaissent encore en ville de Lausanne. À cette époque, il est intéressant de constater que des librairies très spécialisées dans des domaines nouveaux apparaissent : bande dessinée, librairie du cinéma, librairie italophone.

mesure où, si l'on examine la proportion du nombre de librairies par rapport à celui de la population lausannoise, nous constatons que leur densité diminue quand même, passant d'une librairie pour environ 2700 habitants en 1890, à 3000 en 1920 pour tomber à une librairie pour 3500 habitants en 1940 et pour 4000 en 1970.

PROFIL DE LA LIBRAIRIE URBAINE

Quant au profil des commerces, les librairies urbaines sont généralement plus « pures » (c'est-à-dire qu'elles se centrent quasi exclusivement sur le livre). Les annonces publicitaires du début du siècle parues dans la presse²⁷ font en effet état de commerces principalement centrés sur la vente d'ouvrages, même si des services annexes restent proposés : à côté de la librairie circulante (terme moderne du cabinet de lecture, soit un prêt d'ouvrages), qui demeure l'apanage de la plupart des librairies, la clientèle peut acheter des billets de théâtre ou de causeries-récitals²⁸, ou se procurer du vin et de la liqueur, voire des gravures ou des estampes²⁹. Le service d'abonnement à des revues et la vente de journaux sont également le fait des libraires, alors que les kiosques commencent à peine à peupler les villes³⁰. Voilà qui explique également la vente d'articles touristiques, tels que les cartes fédérales et surtout les cartes postales. C'est ce que nous apprend un article rétrospectif sur « Lausanne 1900 » paru en 1950 : « Les cartes postales illustrées constituaient encore un article des plus importants pour les libraires. La statistique postale de 1900 accusait en Suisse un mouvement de 55 millions de cartes. Celles-ci étaient vendues exclusivement par les libraires et les papetiers, mais en présence du succès que ce mode de correspondance a rencontré auprès du public, beaucoup de magasins d'épicerie, de tabac, etc., ont joint à leur commerce principal la vente de cartes postales. »³¹ En bref, la librairie des centres urbains propose une activité de vente de livres à titre principal, mais dispense aussi d'autres services qui s'adressent surtout à une clientèle aisée.

27. Sur la base d'un dépouillement sur le début de XX^e siècle de la *Gazette de Lausanne*, du *Journal de Genève* et de la *Feuille d'avis de Lausanne*.

28. « À la librairie Tarin, rue de Bourg », *Feuille d'avis de Lausanne*, 13 janvier 1900.

29. « Librairie Benda », *Feuille d'avis de Lausanne*, 14 novembre 1905.

30. Vallotton avance le nombre de 20 kiosques à Genève à la fin du XIX^e siècle et de trois à Lausanne. Les kiosques étaient contrôlés et mis au concours par les autorités. Vallotton, 2001, p. 255.

31. Supplément à la *Gazette de Lausanne*, « Lausanne en 1900 », 1950, p. 2 « Le commerce et l'artisanat en 1900 et de nos jours » par G. D.

Les articles plus tardifs tirés de la presse lausannoise, publiés souvent à l'occasion de la fermeture de certaines enseignes, insistent sur l'image de boutiques traditionnelles. Si, en 1925, le chroniqueur Henri Roorda dit qu'il se sent, « dans une librairie, accablée par le poids des livres trop nombreux qu'on publie »³², une façon pour lui de dénoncer la surabondance d'une production qui banaliserait l'acte d'écrire et de lire, dans l'entre-deux-guerres la librairie lausannoise véhicule toujours l'image d'un lieu distingué. Les articles de presse décrivent par exemple l'univers de boutiques, où la figure du patron personnalise son lieu de vente : « Les Lausannois et spécialement ceux qui aiment les livres n'ont pas oublié la silhouette caractéristique de ce libraire [Armand Lapie] qui avait ouvert, il y a plus de quarante ans, une librairie ancienne et populaire dans une boutique étroite et mal éclairée. »³³ Ce même magasin, semble-t-il, « fleurait cette odeur spéciale de reliure ancienne et de papier reposé qui est chère à tous les fureteurs. À ce relent connu se mêlait l'arôme de l'éternelle cigarette du maître de céans. Auprès de lui, les minutes s'écoulaient rapides, soit qu'il vous laissât rôder en paix dans les méandres de la boutique soit qu'il aiguillât vos recherches d'un mot ou d'une anecdote. »³⁴ Cette représentation d'une librairie comme un véritable labyrinthe, où seul le commerçant maîtrise réellement la géographie du lieu, date de 1940. Mais il est frappant de constater que la librairie lausannoise demeure ultérieurement attachée à ce modèle, alors que la révolution commerciale de la grande distribution s'est imposée aussi dans le monde de la librairie. Ainsi, à la fin des années 1960, la librairie Bonnard se dessine comme « une sorte d'antichambre où, sitôt la porte franchie, le regard butait sur des livres scolaires bien alignés voisinant avec des livres d'art, [et où] quelques marches introduisaient le visiteur à un vaste enclos où, sous la conduite d'un libraire bibliophile, on allait à la découverte : livres sur la montagne, histoire et art militaires, *helvetica*, éditions rares, dont certaines à l'abri dans de vastes tiroirs. »³⁵ En 1990, à l'heure de sa fermeture définitive, la librairie Marguerat sur la place Saint-François se distingue encore après quarante ans d'activité par son élégance, ornée d'un « décor de marbre gris veiné, de métal d'or et surtout de bois clair conçu dans un style hérité de l'art déco »³⁶.

32. Henri Roorda, « Le désordre vaut mieux », *Tribune de Genève*, 27 mai 1925.

33. [Non signé], « La mort d'un libraire », *Gazette de Lausanne*, 10 juin 1940.

34. Article non référencé, [1940], dossier ATS Armand Lapie, ACV.

35. A. D., « Une librairie lausannoise va disparaître », *Feuille d'Avis de Lausanne*, 18-19 janvier 1969.

36. Gilbert Salem, « Un amour de capharnaüm », *24 heures*, 15 avril 1996.

Quant aux portraits des patrons, les articles insistent moins sur une biographie hors du commun, comme cela pourrait être le cas d'éditeurs, que sur leur attitude de dévouement à la clientèle, et plus généralement au livre. On dit de Rouge qu'il était « un homme de grand bon sens et de sûr jugement, de commerce agréable, un cœur d'or, un cœur fidèle et sûr. Il avait un cercle étendu d'amis, c'était un causeur charmant et plein de bonhomie »³⁷. Lapie, pour sa part, se présente comme « un homme très fin, de très bon conseil et – il nous permettra de le dire en dépit de sa modestie – d'une grande bonté ». Ces articles nous renseignent malheureusement peu sur leur appartenance sociale ni sur l'importance commerciale de leur magasin. Seuls François Rouge (1830-1914) et Charles Bonnard (1895-1971), tous deux universitaires, ont droit à une notice biographique à leur décès parmi les articles consultés. Le premier, né en 1830, est originaire d'une vieille famille lausannoise qui dénombre plusieurs magistrats et plusieurs conseillers communaux. Rouge commence des études scientifiques, puis de théologie, qu'il abandonne, pour entrer dans le métier de libraire en 1857. Il ouvrira dix ans après une boutique à la rue Haldimand, qui restera longtemps un lieu de rencontre privilégié de l'élite intellectuelle de la ville. Charles Bonnard, pour sa part, est né en 1895. Membre de la Société d'étudiants de belles-lettres, il termine des études de théologie, mais quitte son pastorat à Yverdon pour embrasser la carrière de librairie au début des années 1920. Ces deux personnalités sont donc issues de milieux lettrés. Une autre figure tutélaire, Théodore Roussy a hérité, pour sa part, de la librairie anglaise de son père, haut lieu de sociabilité de la communauté anglophone jusqu'à la Première Guerre mondiale, qui voit ensuite la population d'outre-Manche quitter la Suisse³⁸. Roussy (1887-1954) a hérité du commerce de son père en 1900 et il arrive à le maintenir jusqu'en 1935. La plupart des libraires dont nous connaissons le parcours ont été amenés au commerce du livre par héritage ou par goût d'une forme de « transmission culturelle », à travers l'enseignement (comme dans le cas de Fritz Payot) ou la théologie. Ils s'engagent pour certains dans des missions d'utilité publique ou des associations, prolongeant en quelque sorte la vision d'un métier dévoué à une cause collective. Leurs activités s'ancrent pour la plupart dans

37. Communiqué de presse au décès de François Rouge, 1914, dossier ATS François Rouge-Buckmann (1830-1914), ACV.

38. Roussy, 1978, pp. 177-179.

des missions caritatives ou dans une sociabilité de paroisse. Rouge a par exemple été membre de la Chambre des pauvres habitants de Lausanne, fondée en 1755 dans le but de venir en aide aux personnes dans le besoin. Roussy, quant à lui, a eu de multiples activités : caissier d'une œuvre missionnaire, organisateur responsable de la Fête des écoles lausannoises (Fête du Bois) entre 1903 et 1949, membre du conseil de paroisse de l'église Saint-François, et surtout instigateur et secrétaire de la Société vaudoise de mycologie, regroupant dans son comité des professeurs d'université ou encore le chimiste cantonal³⁹.

SPÉCIALISATIONS DES LIBRAIRIES LAUSANNOISES

Cette conception traditionnelle de la librairie lausannoise se lit également dans les spécialisations des commerces. Certes, dans une ville de la taille de la capitale vaudoise, la spécialisation ne peut pas être excessive, comme l'indique le président de l'association professionnelle des libraires en 1934 : « Nous ne trouvons que rarement en Suisse, dans notre pays romand, une librairie dont l'approvisionnement se limite à une seule discipline. Vous rencontrerez sans doute des librairies classiques, scientifiques ou religieuses, mais elles auront, à côté de leur stock de spécialiste, toute la littérature courante, la littérature moderne et les livres du jour »⁴⁰, et cela même si la spécialisation se présente comme un moyen approprié pour fidéliser un public et maîtriser un type de créneau commercial.

Trois générations de libraires se succèdent à Lausanne entre 1880 et 1970 environ qui dessinent une continuité en termes de spécialisations. La première génération s'enracine à la fin du XIX^e siècle (Payot, Mack, Roussy, Duvoisin, Tarin, Benda, Lapie)⁴¹, la suivante prend le relais dans l'entre-deux-guerres (Gonin, Frankfurter, Bonnard, Biedermann, les Semailles, Longchamp, Freudweiler-Spiro, Roth), enfin la troisième apparaît aux alentours de 1950 et perdure encore parfois jusque dans les années 1990 (Marguerat, Abravanel, Mélisa, Bridel, Kercoff, librairie de l'Ale, Librairie centrale et universitaire, puis Spes, Frochaux, Belperroud dans les années 1960). La longévité

39. Dossier ATS Théodore-Henry Roussy-Buttin (1877-1954), ACV.

40. Exposé d'Alexandre Jullien au XI^e Congrès annuel des libraires de France, « Organisation et désorganisation de la vente du livre en Suisse... et ailleurs », Vevey, 5 août 1934, fonds Baconnière, n° 276.

41. Selon la *Gazette de Lausanne*, durant l'année 1900, les trois libraires de la rue de Bourg (Payot, Roussy et Tarin) décèdent. Mais leurs enseignes sont reprises et perdurent plus longtemps. « Lausanne en 1900 », supplément à la *Gazette de Lausanne*, 1950.

des commerces se confirme au fil du siècle, une bonne partie des enseignes perdurant parfois pendant trente ou quarante ans.

Dans cet éventail, un nombre important de commerçants propose des ouvrages d'occasion, que ce soit des bouquinistes et/ou d'antiquariat puisqu'une distinction est à faire entre la catégorie des beaux livres et celle des livres plus ordinaires qui se vendent en seconde main. La surproduction éditoriale, qu'on constate déjà en ces années, et la rotation accélérée des titres favorisent en effet un marché d'occasion aussi pour les éditions contemporaines. Du côté de la bibliophilie notamment, une catégorie nouvelle apparaît, l'«antiquariat moderne», soit des ouvrages présentant une valeur matérielle, mais de production récente, favorisée par le développement des livres illustrés et de la culture de l'image. Par ailleurs, dans un marché du livre toujours plus abondant, les éditions rares et anciennes deviennent prisées par des collectionneurs et des bibliophiles. Les libraires proposent aussi à côté des estampes ou des gravures anciennes, et développent même parfois une activité de galeristes en organisant des expositions régulières: Amiet, Giacometti, Hermanjat ornent la boutique de la librairie du Grand-Pont en 1910⁴² et les artistes Steven Paul Robert, Jean Viollier ou Alexandre Cingria sont exposés chez Bonnard dans les années 1930⁴³.

L'attachement à ces domaines, qui s'adressent à un public de connaisseurs, ne se dément pas chez les libraires lausannois à travers les décennies. En 1895, sur les 16 libraires lausannois, cinq proposent une activité de librairie ancienne ou sont totalement spécialisés dans le domaine⁴⁴. Au tournant du siècle, de nouveaux commerçants investissent ce créneau comme Caille à la rue du Pont, Lapie à la Louve (Charles Bonnard rachètera son commerce et maintiendra cette tradition) ou encore Kaeser à la rue de Bourg. En 1905, Frankfurter ouvre sa «librairie nouvelle» au Grand-Chêne qui, malgré son nom, offre un choix de livres rares, son patron étant reconnu à Lausanne et à l'étranger comme un grand spécialiste en bibliophilie⁴⁵. Dans l'entre-deux-guerres, une nouvelle génération se profile: Longchamp ouvre à la rue du Midi sa «librairie des bibliophiles», en 1927 la «librairie ancienne» s'installe à la rue de

42. Circulaire de présentation à la clientèle de la librairie par Jean Biedermann au changement de la raison sociale du commerce, 1913, fonds Bridel, 212bis, MHL.

43. Article commémoratif sur Charles Bonnard, 1950, dossier ATS Charles Bonnard (1895-1971), ACV.

44. Respectivement Allenspach, Brocher et Mignot, Curchod et la Librairie ancienne.

45. Selon un article de presse publié à son décès en 1937, fonds Bridel, 212bis, MHL.

la Gare, cherchant à se faire une clientèle parmi « les fonctionnaires, avocats, personnel ecclésiastique ou enseignant, de bibliothèques et particuliers cultivés »⁴⁶ et, dans les années 1920, la librairie d'Ouchy se centre sur le livre rare.

Enfin, les années d'après-guerre connaissent un renouvellement des boutiques d'antiquariat⁴⁷ : la librairie Mélisa fondée par Willy Bevilacqua et reprise en 1970 par Roger Jean Ségalat, celle de Maurice Bridel à l'avenue du Théâtre ou encore d'Ernest Abravanel, grand spécialiste de Stendhal. Gonin et Marguerat privilégient également le domaine, puisqu'ils sont aussi éditeurs de livres d'art. La tradition lausannoise de la librairie ancienne se confirme aussi jusque dans les années 1980, même s'il faut constater que, à partir des années 1960-1970, les jeunes libraires qui s'installent ne privilégient plus ce créneau.

Une seconde spécialisation, celle du livre religieux, rythme également la vie de la librairie lausannoise, même si elle est nettement moins affirmée que la librairie ancienne. En 1914, la librairie des Semailles ouvre sa boutique en insistant sur « le besoin [qui] se fait sentir dans notre ville d'une librairie s'intéressant spécialement aux ouvrages religieux »⁴⁸. Aucune affiliation à une église n'est précisée pour un commerce qui fait aussi de la littérature générale (et diversifie sa clientèle par des spécialisations annexes comme le scolaire et les ouvrages agricoles), mais le conseil d'administration est en partie composé de pasteurs, dont le président Henri Daulte – qui a été aussi président de la Croix-Bleue vaudoise – est entouré par l'éditeur Auguste Bridel, fils de Georges⁴⁹. Les Semailles remettront leur commerce à Fritz Roth en 1934 qui se concentrera sur l'universitaire, marché alors plus porteur. Il faudra attendre 1956 pour voir s'ouvrir la librairie de l'Alé, d'obédience d'abord protestante, mais qui a ensuite pris un tournant œcuménique. Entre-temps, des librairies attachées à des églises ouvrent leurs portes, notamment celle du courant adventiste en 1925. Aussi, la littérature religieuse reste-t-elle sur le long terme passablement bien représentée à Lausanne.

46. Lettre de la librairie ancienne adressée aux autres libraires, 1^{er} décembre [1926], fonds Bridel, 212, MHL.

47. Corsini, 1993, pp. 333-335.

48. Elle reprend toutefois un commerce existant, celui d'Auguste Duvoisin. Prospectus de présentation à l'occasion de l'ouverture de la librairie des Semailles, 1914, fonds Bridel, 213, MHL.

49. Annonce publiée dans la *Feuille d'avis de Lausanne*, 18 juin 1914.

Enfin, la troisième spécialisation, celle du livre scolaire et universitaire, touche, elle aussi, un marché local. Édouard Mack, situé en haut de la rue de Bourg, profite de la concentration des écoles dans le quartier de Bessières-cathédrale⁵⁰, tandis que Charles Bonnard s'installe en 1936 à la rue Langallerie, proche de l'université, du Collège scientifique et classique et de l'École supérieure de jeunes filles, en rebaptisant sa boutique « la librairie des écoles ». Le scolaire prend donc de l'importance dans une ville qui voit l'effectif de ses classes augmenter. Sur le plan universitaire, les libraires se spécialisent dans les deux domaines traditionnels de l'époque, à savoir le droit et la médecine. Lausanne, réputée pour sa faculté de médecine, possède une librairie de pointe dans le domaine, la librairie Roth (1934-1948), notamment grâce à son libraire François Mercanton, qui a réussi à créer dans son commerce un point de ralliement pour tout le corps médical. La librairie Rouge, quant à elle, vieille boutique de la ville, prend le titre de « Librairie de l'Université » et se spécialise dans le domaine du droit. Les deux échoppes ferment dans le tournant des années 1950 (l'une pour cause de faillite, l'autre reprise par Kercoff), ce qui laissera un vide dans le secteur universitaire que Payot ne manquera pas, comme nous le verrons, de combler.

La période de l'après-guerre connaît sur le plan quantitatif une explosion des effectifs dans les écoles et à l'université, et sur un plan plus qualitatif, un accroissement de la production éditoriale dans les domaines techniques et scientifiques. La « Librairie centrale et universitaire » de Freudweiler-Spiro, héritière par une longue filiation de la librairie Benda, puis Sack et enfin Haeschel-Dufey, qui restaient des librairies générales, se centre sur l'universitaire en 1929. Mais c'est surtout lorsque Vincent Porchet reprend l'enseignement en 1937 que cette orientation se précise – il sous-traite pour la librairie Roth dès 1944 –, impulsion qui sera confirmée par Félix Bloch en 1948, prenant l'option de ne plus avoir pignon sur rue et d'ouvrir une librairie « à l'étage » en 1966⁵¹, ce qui montre l'importance d'un réseau de clients institutionnels dans un secteur de la librairie qui n'a plus besoin d'attirer le chaland, car un marché demandeur et ultraspécialisé existe. Parallèlement, David Perret reprend les Éditions Spes en 1952 et ouvre, en 1958, la « Librairie

50. Circulaire d'Édouard Mack, fonds Bridel, 212, MHL.

51. Friederich, 1993, p. 328.

de l'Enseignement», transférée à la Madeleine en 1959⁵², et qui se présente comme une « librairie scolaire, universitaire et technique ». Elle deviendra ainsi, à l'heure de son déménagement à la rue Haldimand en 1962, la librairie qui rejoindra « en réputation la défunte Librairie Rouge, morte plus que centenaire il y a quelques années »⁵³. Cette librairie sera à cette époque une concurrente de Payot, qui a toujours investi ces domaines.

Le scolaire et l'universitaire rejoignent donc les deux autres principales spécialisations des librairies lausannoises : la littérature religieuse, en nette régression au cours du XX^e siècle, et la librairie ancienne qui s'adresse à une clientèle de connaisseurs. Ces trois secteurs répondent aussi à la production éditoriale de la Suisse romande dès la fin du XIX^e siècle, qui se concentre sur le religieux, le scolaire et le beau livre⁵⁴, afin de créer des niches de marché moins soumises que d'autres à une concurrence étrangère et s'adressant à la demande locale.

LOCALISATION DES LIBRAIRIES EN VILLE DE LAUSANNE

Les librairies lausannoises restent pendant longtemps concentrées dans l'hypercentre de la ville. La rue de Bourg est de loin la zone la plus plébiscitée par les libraires, puisqu'elle regroupe en permanence de trois à quatre librairies. Si l'on intègre les commerces qui se situent aux alentours de la place Saint-François (sur la place elle-même, au début du grand-pont, au Grand-Chêne et au Petit-Chêne), ce secteur possède nettement la plus forte densité de librairies de la ville dans une zone qui est celle du pouvoir économique – et non pas politique –, où sont regroupées les principales activités des secteurs administratifs (poste), financier (banques), commercial (commerces de luxe), et une forte mobilité (axes de transport). Dans cette optique, il est intéressant de souligner l'absence quasi totale de librairies dans le secteur de la Cité, vieille ville de Lausanne où se situent les administrations publiques, les lieux du pouvoir politique, et surtout l'académie et la plupart des écoles supérieures. Or, la Cité, bourg perché en haut de la ville, n'est pas un lieu de passage et les libraires préfèrent s'implanter dans les zones où l'animation commerciale et l'attraction des autres magasins créent une émulation.

52. Corsini, 1993, p. 112.

53. « La librairie-papeterie SPES », *Nouvelle Revue de Lausanne*, jeudi 15 novembre [1962].

54. Vallotton, 2001, chapitre 5.

La rue de Bourg est la zone qui regroupe les commerces de consommation non courante, comme les produits de luxe, de loisirs et de culture⁵⁵. La vente de ces produits nécessite une implantation centrale dans la ville, puisque les achats ne relèvent pas d'une consommation de base contrairement à des produits plus quotidiens. Les librairies y sont particulièrement pérennes, à tel point que la rue de Bourg apparaît pendant longtemps comme LA rue du livre lausannoise, et ce malgré le prix élevé des loyers. Dans les années 1940, le rapport du prix au mètre carré pour les commerces situés au Petit-Chêne et près de la place Saint-François est du simple au triple (51 fr./an le m² en location contre 160 fr./an⁵⁶). Le livre, tout en étant un produit plus accessible que d'autres produits vendus dans la rue de Bourg (comme la ferrure), s'adresse encore à une clientèle bourgeoise.

La seconde zone se concentre dans les vallons de la Louve et du Flon, autour de la rue Centrale, des places Pépinet, de la Louve et de la Palud, et des Escaliers-du-Marché. Zone plus proche du pouvoir politique (avec l'Hôtel de ville qui surplombe la Palud), elle a abrité les principaux imprimeurs-libraires au XIX^e siècle, comme Ducloux à la Palud et Bridel à la Louve. Comme à la rue de Bourg, l'héritage de lieux chargés d'une mémoire liée à l'imprimerie peut expliquer l'attachement des libraires à cette zone de la ville, pourtant plus vouée à l'artisanat (d'où la présence d'imprimeries) qu'aux lieux de culture et nettement moins prestigieuse. La zone de la Louve est ainsi décrite comme « sinistre », « sombre » et « peu passante »⁵⁷ encore dans l'entre-deux-guerres. Toutefois, le comblement des deux rivières, qui a permis la création des artères de la rue de la Louve et de la rue Centrale, et le développement dans le Flon de l'activité industrialo-artisanale, a quand même conféré à cette zone une attractivité à laquelle les libraires ont rapidement répondu présents : la librairie de Benda a en effet été une des premières boutiques à ouvrir après le percement de la rue Centrale en 1880⁵⁸.

55. Sur une période plus tardive, Sophie Birnholz a établi une comparaison entre la rue de Bourg et la rue de l'Ale destinée à une clientèle plus populaire. La « hiérarchie des biens » entre les deux rues se lit comme suit : alimentation : A (rue de l'Ale) = 23 % et B (rue de Bourg) = 4 % ; cafés, restaurants, hôtels : A = 16,6 % et B = 5,3 % ; habillement : 25 % et 44 % ; équipement : 4,2 % et 9,3 % ; loisir, luxe, culture : 16, 6 % (1 librairie) et 25,3 % (3 librairies) ; services : 14,6 % et 12 %. Birnholz, 1981, p. 34.

56. « Rapport d'expertise sur l'immeuble Bourg du 19 février 1946 », fonds Payot, IV/09/01/10.

57. Coupure de presse sur Charles Bonnard, non référé, juin 1950, Dossier ATS Charles Bonnard (1895-1971), ACV.

58. Louis Polla, « Les trois premières étapes de l'aménagement de la rue Centrale », 24 heures, 9 février 1998.

Enfin, le troisième secteur, celui du quartier de Haldimand-Saint-Laurent à l'ouest du centre-ville, semble plus surprenant puisqu'il s'inscrit dans une zone plus populaire et moins clairement dévouée au commerce. Toutefois, le quartier s'urbanise à partir de la seconde moitié du XIX^e siècle, conséquence directe de l'édification du Grand-Pont entre 1839 et 1844 et du développement de la vallée du Flon. Ce coin de ville est connu pour avoir été avant la Seconde Guerre mondiale une « rue intellectuelle »⁵⁹, grâce à la présence de la librairie Rouge, véritable institution lausannoise implantée à cet endroit depuis 1883.

Ces trois secteurs coïncident avec les trois zones de l'hypercentre de la capitale vaudoise, qui regroupe la densité maximale de services (administration, bureaux, commerces), et donc une fréquentation et un passage élevés⁶⁰. L'implantation des librairies s'explique donc non par le nombre d'habitants ou la taille des secteurs, mais plutôt par leurs fonctions (proximité des gares, administrations, quartiers financiers), les types d'activités qui y sont exercées, la fréquentation, le regroupement des magasins, l'identité commerciale et la dimension sociale, facteurs qui favorisent ou non l'attraction commerciale.

Ce constat peut toutefois être nuancé sur une période plus tardive puisque, après la Seconde Guerre mondiale, nous pouvons observer un décloisonnement des librairies par rapport à l'hypercentre. La cartographie des librairies lausannoises présente, en effet, progressivement un aspect plus éclaté, même si les libraires ont toujours tendance à se grouper dans un secteur, créant des mini-pôles d'attraction. Le coût des loyers peut expliquer la recherche d'arcades moins centrales. Mais le type de librairies est aussi un motif. Les commerces plus récents, qui ouvrent leurs arcades dans des secteurs plus décentrés, s'adressent à un public plus spécialisé (bande dessinée, photographie) prêt à se déplacer pour acquérir des ouvrages dans un domaine d'élection.

La vue d'ensemble des librairies vaudoises et lausannoises a permis de mettre en évidence le développement dense des librairies dans le canton de Vaud dès la Belle Époque avec un maillage constellé dans des bourgs parfois éloignés des villes avec une focale mise sur dans les régions touristiques. À Lausanne, ville universitaire et lieu de la

59. « La librairie-papeterie SPES, rue Haldimand 15, Lausanne (anciennement Viredaz) », *Nouvelle Revue de Lausanne*, 15 novembre 1962.

60. Bertholet et Naymark, 1982.

bourgeoisie locale, la majorité des libraires reste attachée à l'image traditionnelle de la boutique centrée sur la transmission d'une culture lettrée. La permanence de ce modèle dans les années qui suivent la Seconde Guerre mondiale atteste d'un attachement à ce modèle de la « boutique », alors que les plus gros libraires, comme Payot, développent en parallèle une conception nouvelle de leur commerce. Une comparaison entre les différentes succursales de la maison permet de définir les critères favorables à cette modernisation en fonction notamment de leur lieu d'implantation.

2. L'IMPLANTATION URBAINE DES LIBRAIRIES PAYOT

Dès 1946, date à laquelle est inauguré le magasin zurichois, la librairie Payot est implantée dans huit villes suisses romandes et alémaniques (Lausanne, Genève, Berne, Neuchâtel, Bâle, Vevey, Montreux, Zurich). À partir de cette date, la direction ne cherche pas à s'établir dans de nouveaux centres urbains, mais prend le parti de développer les commerces qu'elle possède déjà en intensifiant ses efforts dans les villes universitaires.

COMPARAISON DES MAGASINS PAYOT

Sur les huit magasins, il est possible de distinguer deux, voire trois types de commerces selon leur importance en termes de surface, de nombre d'employé-e-s, de chiffre d'affaires, ce qui implique des structures et des conceptions différentes de librairies. En 1958, un questionnaire de la SBVV est envoyé aux librairies suisses pour qu'elles procèdent à une analyse de la rentabilité des commerces. Les réponses apportées par Payot permettent d'établir des comparaisons entre ses différents magasins. Lausanne et Genève sont des commerces de plus de 100 m² et emploient plus de 10 employé-e-s; Neuchâtel, Zurich puis Vevey sont des librairies moyennes (environ 90 m² et de 7 à 10 employé-e-s); enfin Montreux, Bâle et Berne occupent de petites surfaces avec un personnel plus réduit (environ 65 m² pour 3 à 5 employé-e-s)¹. La taille des magasins lausannois et genevois suppose une structure administrative plus lourde – d'autant plus élevée à Lausanne qui, par son statut de « maison-mère », centralise la majeure partie de l'administration – et un travail plus important d'activités « à l'arrière » (commandes, réception des colis, envoi des factures).

1. Enquête sur la rationalisation de la librairie, [1958], fonds Payot, IV/06/01.

La disparité entre le nombre d'ouvrages en stock du plus petit magasin (Berne) et du plus grand (Lausanne) permet de mesurer la différence entre les deux types de commerce : Berne possède 11 000 titres contre 60 000 pour Lausanne en 1958². Même si la densité d'ouvrages est finalement exactement la même (183 livres par m²), le magasin de Lausanne relève de la catégorie des « grandes » librairies et Berne des petites à moyennes par la surface et le nombre d'ouvrages en stock. Cela se traduit notamment, comme nous le verrons, dans une conception différente de l'offre, entre une librairie lausannoise proposant un large panel d'ouvrages de littérature générale tout en développant de forts secteurs de spécialisation ou, au contraire, un magasin avec des ouvrages francophones dans une ville alémanique, mais sans spécialisation forte en termes de catégories éditoriales.

Tableau 4. Comparatif des magasins Payot en 1957-1958, selon la surface, les employé·e·s et le chiffre d'affaires

	LAUSANNE	GENÈVE	NEUCHÂTEL	VEVEY
SURFACE DE VENTE (M²)	329	120	94	89
EMPLOYÉ·E·S^a	38 ^b	14,5	9	7
DONT LIBRAIRES	13 ^c	5	3	3
CHIFFRE D'AFFAIRES 1958	1 800 000 (7,4 millions)	769 000 (3,2 millions)	356 000 (1,5 million)	196 000 (807 000)
FRANC/M²	5471 (22 600)	6400	3800	2200
M²/LIBRAIRE	25	24	31	30

a. Étant donné que Lausanne est la seule librairie à posséder une papeterie, nous omettons dans le tableau la prise en compte des employé·e·s de papeterie qui sont, en l'occurrence au nombre de 6, de même que les employé·e·s de l'édition, au nombre de 22. En tout, la maisons d'édition, papeterie et librairie s'élève à Lausanne à 66 personnes sur un total de 118 personnes avec les succursales.

b. Ces chiffres comprennent les employé·e·s de librairie, les employé·e·s de bureau et les apprenti·e·s et stagiaires. À noter toutefois que, à Lausanne, étant donné sa fonction de maison-mère, la centralisation du personnel administratif et de la centrale d'achat explique en partie le chiffre nettement plus élevé de personnes.

c. Sans les apprenti·e·s et stagiaires (dont certains et certaines sont dans les bureaux).

2. Dans les réponses à l'enquête, le volume du stock des autres magasins n'est malheureusement pas mentionné.

	MONTREUX	BERNE	BÂLE	ZURICH
SURFACE DE VENTE (M²)	65	60	70	91
EMPLOYÉ·E·S	3	5	4	10
DONT LIBRAIRES	3	3	2	6
CHIFFRE D'AFFAIRES 1958	121000 (498 000)	233 000 (960 000)	200 000 (824 000)	547 000 (2,2 millions)
FRANC/M²	1861	3883	2857	6000
M²/LIBRAIRE	21	20	35	15

Sources : Enquête sur la rationalisation de la librairie, [1958], fonds Payot ; Bilans Payot, papiers Payot.

La force commerciale des librairies fait apparaître de fortes disparités. Leur rendement en termes de chiffre d'affaires par mètre carré montre trois niveaux : Lausanne, Genève et Zurich oscillent autour des 6000 (24000) fr./m² annuels, Neuchâtel et Berne tournent autour des 3800 (15600) fr./m², viennent ensuite Vevey et Montreux avec un rendement autour de 2000 (8200) fr./m² (Bâle se situant entre ces deux derniers niveaux). Ces chiffres sont significatifs si l'on considère les stratégies de développement pour chaque magasin que la maison entreprendra la décennie suivante. C'est en effet dans les années 1960 que les plus importantes transformations ont lieu que ce soit au niveau de l'aménagement intérieur des boutiques ou de leur implantation dans les villes. Or, cette dynamique ne prend pas les mêmes proportions en fonction des magasins. Certains connaissent, en effet, un simple «relookage» (Berne, Vevey et Montreux), d'autres voient leur surface de vente s'agrandir (Neuchâtel et Bâle), d'autres encore connaissent carrément un déménagement pour pouvoir croître (Lausanne, Genève et Zurich). Le choix est clair : le classement suit directement celui du chiffre d'affaires de chaque succursale en fonction de ses possibilités de développement.

Selon ces différents critères, nous pouvons classer les magasins Payot en quatre catégories :

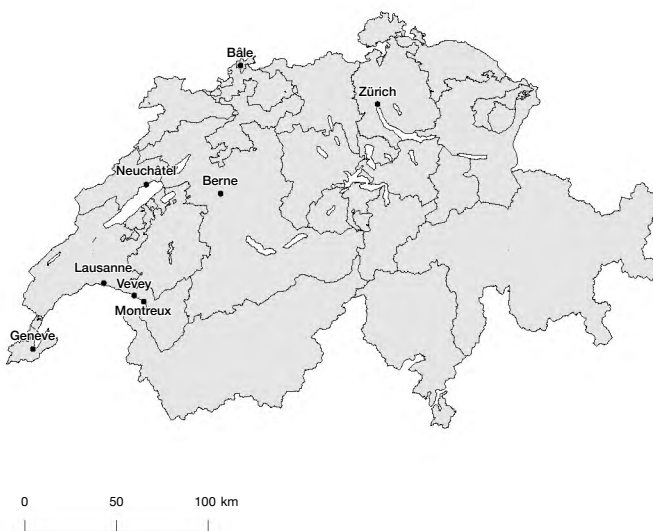
1. Librairies généralistes implantées dans des villes moyennes, modernisation, mais sans agrandissement : Vevey et Montreux.

2. Librairies spécialisées en livres francophones, implantées dans des villes importantes de Suisse alémanique: Bâle et Berne; elles ne déménagent pas, mais la première est nettement agrandie (doublement de la surface) et l'autre est modernisée.

3. Librairie moyenne implantée dans une ville moyenne francophone et subissant un agrandissement: Neuchâtel.

4. Grandes librairies implantées dans des grandes villes suisses, avec l'ouverture d'un second magasin: Lausanne, Genève et Zurich. Cette dernière succursale, contrairement à Berne et Bâle, n'est pas uniquement spécialisée en ouvrages francophones.

Carte 5. Implantation des magasins Payot dans les villes suisses



Au niveau de la localisation dans les villes, toutes les arcades se situent au cœur de la vie commerciale – sauf à Berne, où le magasin n'est pas dans une rue passante, mais il est proche du Palais fédéral dont les employé.e.s constituent une grande partie de la clientèle³. Quant à la concurrence, la densité des commerces de librairie dans des centres urbains parfois petits explique la fréquente proximité avec d'autres libraires. Ainsi, Payot se trouve souvent face à des enseignes

3. Entretien avec M. M., le 10 décembre 2010.

qui sont en général bien ancrées dans le tissu local. À Neuchâtel, par exemple, le quasi vis-à-vis avec la librairie-papeterie Reymond représente une concurrence avec laquelle Payot doit composer en soignant ses liens avec la clientèle locale, universitaire notamment; c'est également le cas d'une autre librairie importante, Delachaux et Niestlé, qui se trouve à cinq minutes à pied⁴. Genève possède pour sa part de grandes et anciennes librairies: Jullien, Georg, spécialisé dans le scolaire, et Naville-Levrier qui est une rivale directe de Payot puisqu'elle s'adresse au même type de public; Payot-Vevey et Montreux sont aussi à proximité de plusieurs autres librairies étant donné la taille modeste du centre-ville commerçant. Les commerces situés en Suisse alémanique touchent, quant à eux, un créneau spécialisé, celui de la clientèle francophone. De fait, seul le magasin de Lausanne, le plus grand et le plus ancien, occupe une réelle position de leader à l'échelle de la ville. Les autres magasins sont confrontés soit à d'autres enseignes qui ont déjà ce statut (notamment en Suisse alémanique), soit à un marché limité (Vevey, Montreux), soit à la concurrence importante d'autres magasins locaux (Neuchâtel, Genève). Genève, toutefois, comme nous le verrons, se situe sur une position médiane.

Tableau 5. Implantation urbaine des magasins Payot en 1958

	LAUSANNE	GENÈVE	NEUCHÂTEL	VEVEY
NB HABITANTS	120 000	160 000	30 000	22 000
AXE PRINCIPAL MARCHAND	oui	oui	oui	oui
LIBRAIRIES VOISINES	2-3 minutes	5-10 min.	1 min.	10 min.

	MONTREUX	BERNE	BÂLE	ZURICH
NB HABITANTS	18 000	150 000	200 000	440 000
AXE PRINCIPAL MARCHAND	oui	non	oui	oui
LIBRAIRIES VOISINES	2-5 minutes	3-5 min.	3 min.	1-3 min.

Source: Enquête sur la rationalisation de la librairie, [1958], fonds Payot.

4. Entretien avec J.-F. E, le 3 décembre 2010.

La différence entre les magasins Payot se lit également dans le type d'ouvrages qui constituent l'assortiment de chaque succursale. Une double dynamique s'observe entre une uniformité dans le fonds de tous les magasins, dont l'impulsion vient toujours de la centrale d'achat lausannoise, et des domaines de spécialisation que l'implantation de chaque commerce dans les villes rend possible. Dans le questionnaire sur la rationalisation de la librairie, il était question de donner le pourcentage des ouvrages en littérature générale et spécialisée dans chaque magasin. Il en ressort que les plus petites arcades, soit Vevey, Berne, Montreux et Bâle possèdent 70 % de littérature générale et 30 % de rayons spécialisés⁵, tandis que Lausanne et Zurich affichent respectivement 60 % et 40 % et Genève et Neuchâtel environ 50 % dans chaque secteur⁶.

À quels secteurs éditoriaux correspondent ces catégories? La définition de la littérature générale reste passablement floue et évolue selon les époques. En 1960, selon Hervé Renard et François Rouet, elle recouvre les « humanités », soit la littérature et les essais (sciences humaines non universitaires : histoire, géographie, biographie, religion, philosophie, etc.)⁷. Pour Philippe Olivera, une des manières de délimiter les deux secteurs est de définir la littérature générale « en creux » par rapport aux secteurs spécialisés :

Pour tenter de saisir la nature de cette spécialité [littérature générale], il faut procéder par soustraction de toutes les autres spécialités mieux circonscrites : la librairie scolaire, la librairie des facultés « professionnelles » (livres de médecine, livres de droit), la librairie scientifique et technique, la librairie religieuse (livres de piété et de prières), les étrennes, les livres et les cartes. À ces spécialités, il faut ajouter l'ensemble des livres dont le prix est le plus élevé (luxes, encyclopédies, ouvrages d'architecture et d'art). Soit autant de domaines où l'importance relative du travail éditorial [...] est la plus grande, d'une part, et de domaines caractérisés par l'intensité de la relation entre le marché du livre et un milieu social ou professionnel, notamment à travers la médiation d'une institution (la faculté de droit ou de médecine, l'Église catholique, etc.), d'autre part.⁸

5. Plus exactement ces chiffres correspondent aux librairies de Vevey, Montreux, Berne, tandis que Bâle affiche 80 %-20 %.

6. Enquête sur la rationalisation de la librairie, [1958], fonds Payot, IV/06/01.

7. Renard et Rouet, 1998, pp. 653-654.

8. Olivera, 2007, p. 32.

Tableau 6. Répartition de l'assortiment des magasins Payot en 1958, en pourcent

	LAUSANNE	GENÈVE	VEVEY	MONTREUX	BERNE	NEUCHÂTEL	ZURICH	BÂLE
LITTÉRATURE GÉNÉRALE	57,25	17	50	48	40	83	42	75
LITTÉRATURE SPÉCIALISÉE								
Technique, universitaire	21	35	9	7	9	2,5	13	-
Religion	2	1,5	2,5	2,5	1	0,5	1	2
Scolaire	8,5	3,6	11	11,5	14	3	5	10
Arts	4	4,5	7,5	6	13,5	6	13,5	-
Cartes, atlas	1,5	2	6,5	8	3,5	4	1	6
POCHE								
	4	0,5	1,7	6	2	4	0,5	5
JOURNAUX								
	-	-	-	1	-	-	1	2
PAPÉTERIE								
	-	-	11,5	11	-	-	-	-
AUTRES								
	4	36	-	-	9	-	24 (Luxe)	-

Source: Enquête sur la rationalisation en librairie, [1958], fonds Payot.

La littérature spécialisée recouvre ainsi les secteurs professionnels ou ceux ayant une destination précise (comme le livre de luxe). Ces ouvrages s'adressent à un public-cible de connaisseurs, qui ont des demandes spécifiques, tandis que la littérature générale touche un public plus large.

Une seconde enquête envoyée la même année aux libraires, base sur laquelle nous reconstituons le tableau de la page précédente, permet de détailler le pourcentage de catégories d'assortiments dans les magasins Payot. Ces données confirment le profil tout d'abord généraliste de l'enseigne. Certains résultats, comme la proportion minimale de la littérature générale à Genève (17,6%) ou, au contraire, très élevée à Neuchâtel (83,1%), paraissent toutefois surprenants et semblent contredire le premier sondage, ce qui peut attester de la latitude possible quant à la définition des catégories.

Alors que les catégories «livre jeunesse» et «vie pratique» ne sont pas encore mentionnés en 1958, ces créneaux connaissant leur véritable essor la décennie suivante⁹, le livre de poche apparaît déjà comme une catégorie à part, mais dans des proportions encore relativement modestes (5-6%). À l'opposé, le secteur religion, en perte de vitesse dans l'après-guerre¹⁰, occupe une place résiduelle, qui peut toutefois aussi s'expliquer par la présence de magasins spécialisés dans le livre religieux dans les villes où Payot est implantée. Par ailleurs, certains domaines n'existent pas dans la maison : la presse est laissée à la concurrence des kiosques (avec notamment un important réseau Naville en Romandie et Kiosk AG en Suisse alémanique), de même les livres anciens et d'occasion n'y ont jamais été d'actualité si ce n'est à Zurich, «succursale qui a la possibilité de vendre n'importe quel volume d'occasion»¹¹, grâce à une clientèle constituée par son gérant.

Quant aux spécialisations, elles se dessinent distinctement : le scolaire est une vocation affichée de la maison, puisqu'il est vendu à hauteur de 5 à 10% dans la plupart des magasins, chaque librairie pouvant développer ce créneau auprès d'un public local, même si ce marché florissant est soumis à une forte concurrence

9. Renard et Rouet, 1998, p. 695.

10. «C'est désormais à une nouvelle société française que le monde de la librairie doit vendre ses livres. Parmi les multiples signes d'évolution des mentalités et des pratiques, un des secteurs les plus anciens de l'édition et de la librairie semble être ébranlé pendant cette période : le secteur des livres religieux.» Bouju, 2008, p. 260.

11. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

comme Georg à Genève et Spes à Lausanne. À cette spécialisation se superposent des spécialisations plus spécifiques selon les magasins. Les secteurs universitaire et technique sont concentrés dans les deux principales villes romandes universitaires, soit à Genève et à Lausanne. A contrario, le tourisme se déploie au cœur des régions de villégiature comme Montreux et Vevey. Finalement, le secteur des beaux-arts est bien représenté dans les magasins Payot, malgré le risque que peuvent représenter ces ouvrages onéreux. Enfin, le marché de la bibliophilie et des estampes confère à Zurich une place spécifique (24,1 % luxe) ; de même, à Genève, la vente des publications des organisations internationales (35,9 % classés sous « autres ») donne à ce magasin un profil particulier. À Berne, également, la présence de fonctionnaires fédéraux plurilingues aurait favorisé ultérieurement le développement d'une spécialité en livres de droit pour le personnel francophone et italophone¹².

Cette enquête dessine les tendances générales de la politique des ventes de Payot en fonction des types de magasins et de leur implantation. Nous pouvons voir s'y dessiner deux axes forts : d'un côté des boutiques de type généraliste avec l'ajout, selon l'ancrage local, d'une petite spécialisation ; de l'autre, des commerces plus grands jouant sur la complémentarité de plusieurs créneaux qui impliquent des stratégies commerciales et une relation différente à la clientèle. Avant de revenir plus en détail sur ces questions, nous souhaitons montrer comment cette double tendance se lit dans la logique de croissance des magasins Payot.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DES MAGASINS

La logique de développement chez Payot se lit principalement dans les magasins de Lausanne, Genève et Zurich. Les trois villes ont connu la même dynamique puisqu'une nouvelle arcade a été ouverte tout en maintenant le magasin initial (une complémentarité qui a duré toutefois un temps très court à Zurich). Tandis que le nouveau magasin se situe dans des quartiers en développement commercial (Pépinet pour Lausanne et Saint-Gervais pour Genève), le premier magasin, resté dans le maillage commercial ancien de la ville (Bourg et rues Basses), joue comme un « appoint » en proposant des ouvrages de grande vente : poche, jeunesse, ainsi qu'une petite

12. Entretien avec M. M., le 10 décembre 2010.

spécialisation répondant aux attentes de la clientèle restée fidèle à ce magasin, comme le secteur beaux-arts pour Lausanne. La première étape de ce développement débute en 1961. Elle consiste à ouvrir à Lausanne un rayon de librairie technique dans un espace de vente au premier étage du magasin pris sur le secteur jeunesse. Celui-ci déménage ainsi, de façon d'abord temporaire, dans une nouvelle arcade de l'immeuble adjacent de la rue Saint-François loué jusqu'alors à un autre commerce. Mais le provisoire se transforme vite en définitif puisque le livre destiné à la jeunesse atteint, grâce à cette opération, un rythme de croisière insoupçonné :

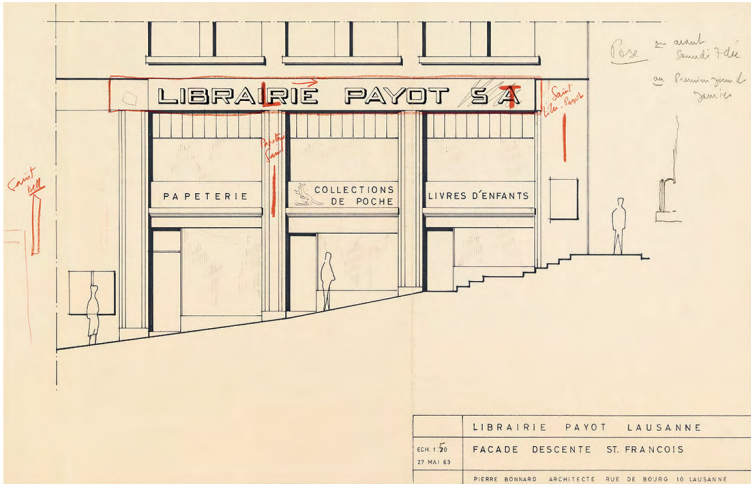
Afin de faciliter l'opération « transformation 1^{er} étage », nous avons dû, dès le début de février, installer le rayon de livres d'enfants dans le local de l'ex-chemiserie Corboz, à la rue Saint-François ; ce déménagement qui ne devait être que provisoire pendant la durée des travaux s'est révélé extrêmement favorable, et la vente du livre d'enfants, avec une vitrine constante, a marqué une nette avance. Nous continuerons donc à exploiter le rayon Jeunesse à la rue Saint-François jusqu'à nouvel avis.¹³

Face à ces résultats prometteurs, la librairie Payot s'étend l'année suivante dans l'arcade contiguë au livre jeunesse pour y ouvrir une pochothèque. Elle opte donc pour une même stratégie de séparation physique des arcades, dont l'efficacité en termes de retombées financières est également concluante. Ainsi, en l'espace de deux ans, Payot teste à Lausanne un concept efficace qui consiste à singulariser spatialement les rayons les plus porteurs.

Cette formule est reprise en 1964 à Genève lors de l'ouverture du magasin de Saint-Gervais. Ce quartier, situé sur la rive opposée à celle du magasin du Marché, est alors en fort développement commercial avec la construction quasi simultanée du grand magasin Placette qui promet d'apporter un essor à la zone, comme en témoigne le discours de Jean-Pierre Payot à l'inauguration du magasin :

Dans ce petit Paris qu'est Genève, le Rhône joue le rôle de la Seine et, si les vrais Parisiens, ceux des 6^e et 7^e arrondissements, sont fiers de leur quartier de Saint-Germain-des-Prés, ils traversent

13. Rapport du C. A., 1961.



4. Plan lors de la création des arcades séparées du livre de poche et du rayon jeunesse [1962]. Source: BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/22]



5. Arcade jeunesse du magasin de Bourg [années 1960]. Source: BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/03]

néanmoins chaque jour les ponts en direction de la rive droite ; on prétend que les vieux Genevois n'aiment pas beaucoup dépasser le pont de l'Île... et pourtant le faubourg Saint-Gervais les attend les bras ouverts. Nous avons voulu soutenir un mouvement qui s'amplifiera sous des impulsions nouvelles.¹⁴

La répartition en deux magasins situés dans deux quartiers éloignés permet une lecture encore plus claire de cette logique de délimitation spatiale. En effet, alors que le nouveau magasin offre une grande surface commerciale « multispécialisée », l'ancien magasin est uniquement dédié au livre de poche et au secteur jeunesse, avec un petit rayon de livres d'occasion afin d'écouler leurs stocks d'invendus. Une dizaine d'années plus tard, c'est-à-dire en 1973, cette solution est aussi adoptée à Lausanne avec l'ouverture du magasin de Pépinet, soit dans une zone commerciale encore peu passante et que la librairie contribuera à faire vivre¹⁵. À l'instar de la surface commerciale de Saint-Gervais, Payot-Pépinet propose un vaste choix d'assortiments dans tous les domaines, alors que le magasin de Bourg maintient les secteurs de poche et de littérature générale dans une rue qui demeure passante. À l'opposé, à Saint-Gervais, comme à Pépinet, la taille plus importante de la librairie permet de développer aussi les rayons spécialisés.

Zurich présente un cas quelque peu différent. La maison Payot attend depuis les années 1920 la possibilité de s'implanter dans la ville en faisant des démarches auprès de la propriétaire de la Librairie française, qui finira par vendre son commerce en 1944 sous l'effet d'une surcharge de travail dans une maison qui « a pris, au cours des dernières années, un développement tel qu'elle demande qu'on lui consacre une activité de tous les instants »¹⁶. Dans le rachat de la Librairie française, Payot se fait toutefois dépasser par Walter Egloff de la Librairie universitaire de Fribourg. Cet événement pousse les Payot à faire une entorse à leur politique qui consiste à ne fonder aucun nouveau magasin *ex nihilo* : une arcade nouvelle est ainsi créée à Zurich en 1946. À cette époque, alors que Samuel Payot fait des démarches pour trouver une arcade commerciale, le premier critère est moins la taille du magasin, qui peut rester modeste – Samuel

14. Discours d'inauguration du magasin de Payot-Genève prononcé par Jean-Pierre Payot, 28 novembre 1964, fonds Payot, IV/09/08/07.

15. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

16. Lettre de Mme Leuba à Samuel Payot, 7 février 1944, fonds Payot, VII 39A.

Payot évoque même la possibilité de 40m² –, que l'importance de la situation urbaine afin d'être proche des écoles et des universités, ainsi que d'une population issue des classes supérieures. Alors qu'un local lui est proposé dans le quartier pourtant centré de Niederdorf, Samuel Payot rechigne à l'idée d'être localisé dans un endroit marqué par un tissu social populaire, contrairement à l'emplacement de la Librairie française – Rämistrasse – pourtant quelques rues plus loin: «[...] À la Rämistrasse, une grande vague d'étudiants, d'intellectuels et d'écoliers des écoles supérieures doivent passer quatre fois par jour. [...] Le quartier Niederdorf en revanche est plutôt le quartier des petits bourgeois et petits artisans, même des ouvriers. [...] La clientèle de hasard manquerait beaucoup, presque totalement.»¹⁷ Les Payot trouvent finalement une arcade sur la prestigieuse Bahnhofstrasse. Le gérant y développe un important secteur de livres rares et d'estampes, où il se dote d'une forte réputation. Les directeurs lausannois lui laissent donc la latitude de développer son domaine de prédilection.

Zurich affiche après une vingtaine d'années d'exploitation des résultats probants qui la classent en troisième position des magasins Payot, dépassant pour la première fois en 1966 le million (3, 3 millions) de chiffre d'affaires. La même année, la direction projette donc de s'agrandir et rachète, finalement, la « Librairie française » qui est à nouveau à vendre, afin d'ouvrir, là encore, deux arcades dans la ville. La logique est la même: le magasin de la Bahnhofstrasse fait office de locomotive et celui nouvellement racheté, qui est moins bien situé, se centre sur les ouvrages de ventes courantes, poche et best-sellers francophones: «C'est de bon augure surtout dans la perspective de rachat de la "librairie française de la Rämistrasse 5" que nous allons reprendre dès le 15 août 1966 et exploiter, sans changer l'enseigne, comme deuxième point de vente de la succursale de Zurich (spécialités: livre de poche et best-sellers français). Le coût de l'opération de reprise est estimé à 125 000 fr. (415 000), alors que le chiffre d'affaires moyen de la Librairie française ces dernières années est de 200 000 fr. (665 000) environ.»¹⁸

La politique du «doublet» ne perdure toutefois pas sur le long terme ni à Genève ni à Zurich, cela pour des raisons circonstancielles. Le bail genevois de la rue du Marché arrive en effet à échéance en 1969 et le magasin zurichois de la Bahnhofstrasse déménage dans

17. Lettre de Samuel Payot à Kraehenbuhl, 20 février 1945, fonds Payot, VII 39A.

18. Rapport du C. A., 1966.

une arcade plus grande encore sur la même avenue, où « la présence de prestige [...] se paie cher! »¹⁹ Difficile donc de maintenir l'exploitation de deux magasins. Seule Lausanne, dont le marché est potentiellement plus large, maintient les deux magasins, puisque l'attachement à l'immeuble de Bourg, auquel le nom de Payot est associé, reste vif, mais également du fait que loyer revient directement à la famille Payot propriétaire des locaux. Payot-Lausanne continue ainsi à profiter du prestige attribué à la rue de Bourg et profite également du développement commercial de la rue Saint-François avec laquelle leur immeuble fait l'angle.

Les magasins Payot ne connaissent ainsi pas le même développement selon leur implantation urbaine. Les petites succursales, au marché plus limité pour des raisons de minorité linguistique ou de petitesse de la ville – Berne et Bâle, Vevey et Montreux – subissent des transformations, mais ne connaissent pas les efforts entrepris pour élargir le potentiel des magasins. Preuve en est de ces investissements différents, le déménagement genevois qui, en 1964, demeure le plus coûteux pour un budget d'environ 500 000 fr. (1,8 million)²⁰, un coût que la maison aura d'ailleurs de la peine à amortir étant donné les résultats mitigés de la succursale dans les années suivantes. Ce « coup de poker », qui ne correspond pourtant pas à l'attitude souvent prudente de la direction, s'explique d'abord par l'augmentation spectaculaire du chiffre d'affaires du magasin les années futures (doublement en huit ans²¹), mais aussi par l'impossibilité de moderniser le magasin de la place du Marché qui se situe dans un immeuble classé et dont le bail arrive à échéance. Ajoutons l'opportunité d'investir un nouveau quartier commercial et la présence des spécialisations de la succursale genevoise qui promet de bons résultats en touchant principalement les universitaires et les fonctionnaires internationaux. Mais une mauvaise gestion, trop gourmande en ouvrages coûteux et rapidement défraîchis – ce qui est le cas de la littérature scolaire et universitaire – demandera des réajustements importants de la succursale de Saint-Gervais avec une quasi « mise sous tutelle » par Lausanne qui en reprend la gestion des stocks et en centralise l'administration. En comparaison, l'installation de Zurich à la Bahnhofstrasse, s'élève à 250 000 fr. (800 000), avec un loyer très élevé, mais elle s'accompagne d'une forte progression du magasin. Quant aux autres magasins, les

19. *Ibid.*, 1970.

20. *Ibid.*, 1965.

21. *Ibid.*, 1961.

transformations opérées s'élèvent généralement à une moyenne de 150 000 fr. en fonction des travaux entrepris²².

L'étude comparative des différents types de magasins met ainsi en évidence l'importance de l'ancrage géographique des commerces. En ce sens, la maison ne forge pas une identité fixe et homogène de la firme, mais elle reste attentive à la demande et au potentiel de chaque ville en profitant de la situation de ses commerces dans les centres urbains, ce qui semble, selon une étude relatée dans *La librairie suisse* en 1970, fondamental pour les librairies. Celle-ci propose un tableau comparatif entre les différents cantons suisses qui met en évidence le rapport entre le nombre d'habitants et celui des librairies : Zurich possède 84 librairies pour 952 304 habitants, Berne 62 librairies pour 889 523 habitants, Bâle-Ville 31 librairies pour 225 588 habitants, Genève 26 librairies pour 259 234 habitants, Vaud 43 librairies pour 429 512 habitants et Neuchâtel 14 librairies pour 147 633 habitants. Selon cet article, ce sont les pôles d'attraction économique et intellectuel qui regroupent la plus grande densité de librairies :

La répartition géographique des librairies [...] montre clairement que la librairie considère en premier lieu les concentrations urbaines, mais que les hautes écoles sont aussi attractives pour elle, au même titre que les écoles secondaires suscitent de l'intérêt pour le livre. Les centres économiques comme Zurich ou Bâle sont le véritable terrain favorable pour le commerce du livre, ce qui est d'autant plus visible à Bâle que la ville se cristallise en tant que pôle d'attraction face à la campagne. En effet, 31 librairies y sont actives sur les 230 000 habitants tandis que sur les 150 000 habitants que comptabilise la campagne, seulement 4 librairies sont ouvertes.²³

Aussi, l'implantation des magasins Payot s'inscrit-elle dans cette tendance générale. Dans sa politique de développement, Payot garde des librairies plus traditionnelles dans les villes où le potentiel est moins fort et elle engage plus d'investissements financiers dans les autres villes, ce qui montre l'importance pour le commerçant de savoir s'adapter à chaque situation en fonction de la clientèle et de la concurrence potentielle.

22. Les bilans annuels de l'entreprise Payot aux actionnaires donnent le coût des travaux de Vevey (148 000 fr.), Neuchâtel (150 000 fr.) et Bâle (187 000 fr.) qui subit des transformations plus importantes (ouverture d'une galerie notamment).

23. «Die räumliche Verteilung des vertreibenden Buchhandels in der Schweiz», *La librairie suisse*, 5/1970, p. 138.

3. LA LIBRAIRIE DÉCOMPLEXÉE

La lecture de l'inscription urbaine des librairies Payot a permis de mettre en évidence la politique d'offre de l'entreprise en fonction de la demande potentielle, tant sur le plan quantitatif (taille de la ville) que qualitatif (profil des publics). Dans les grandes arcades, ce modèle se construit selon le principe d'une offre multispécialisée qui propose une superposition de rayons en littérature générale et en créneaux spécialisés mis en évidence par la segmentation spatiale des magasins. Payot a développé ce type de magasins à partir des années 1960 dans les deux grandes villes romandes où elle est implantée, à Genève et à Lausanne, où la demande est suffisante pour développer d'importants rayons en littérature spécialisée.

Tel un palimpseste, ce type de librairie superpose plusieurs couches de « niveaux de culture » et fonderait un modèle s'appuyant sur la valeur plurielle de la culture au-delà de hiérarchies plus anciennes. La démultiplication des genres éditoriaux peut déstabiliser les catégories traditionnelles. Armando Petrucci parle à cet égard d'un brouillage dans la hiérarchie des valeurs qu'il fait remonter aux années 1960, un phénomène, selon lui, « à relier avant tout à la crise des structures institutionnelles et idéologiques qui avaient jusqu'ici soutenu l'ancien "ordre de la lecture" »¹, étant donné notamment la transformation du profil social du public par l'arrivée de nouvelles classes dans les rangs scolaires. Selon Bertrand Legendre, le livre de poche aurait contribué de la même façon à brouiller les barrières culturelles en adoptant une logique éditoriale passant outre les instances de légitimation traditionnelles en juxtaposant, par exemple, les collections populaires à celles, plus

1. Petrucci, 1997, p. 413.

savantes, consacrées aux sciences humaines ou encore aux œuvres classiques². Payot s'inscrit dans ce mouvement par l'organisation de ses librairies en faisant se côtoyer dans un même espace tous les secteurs de la production éditoriale, ce qui peut avoir un impact sur le plan culturel dans la mesure où, comme le souligne Bertrand Legendre en citant Armel Huet, « la transformation des conditions de la commercialisation d'un produit culturel serait concomitante d'une transformation de la valeur d'usage elle-même du produit »³.

POUVOIR TOUT VENDRE

Si l'on observe les inventaires du magasin de Lausanne de 1950, 1955 et 1959, années où nous possédons ce type de documents⁴, nous pouvons constater la pluralité des rayons. Ils sont classés sur la base de leur regroupement thématique, ce qui permet non seulement d'avoir une idée du classement des livres, mais aussi du genre d'ouvrages possédés en magasin. Il est en revanche peu aisé de connaître le volume des stocks, dans la mesure où l'indication fournie dans les inventaires est celle de leur valeur monétaire qui varie énormément d'un type d'ouvrages à l'autre. Sans citer toutes les catégories, retenons les ouvrages historiques (avec des catégories très détaillées comme les biographies, la guerre de 1939-1945, l'URSS, l'histoire militaire, l'histoire suisse), la religion (catholicisme, protestantisme, bibles), les voyages et loisirs (montagne, folklore, aviation, guides, sports), la vie pratique (gastronomie, décoration, médecine populaire), les sciences humaines (économie, droit, sociologie, philosophie), la littérature romanesque française et étrangère (notamment allemande et anglaise), la poésie et le théâtre, le secteur jeunesse, les dictionnaires et encyclopédies, les domaines scientifiques et techniques, les manuels scolaires. Le magasin lausannois a donc l'ambition d'offrir toute la production éditoriale, laquelle tend cependant à être toujours plus détaillée afin d'atteindre, dans la masse des volumes produits, des secteurs de marché ciblés. « Décomplexée »⁵, la librairie des années d'après-guerre est celle qui propose des livres reliés à côté des collections poche, qui dispose les recueils de poèmes près des polars, qui offre

2. Legendre, 2010, [non paginé].

3. *Ibid.*

4. Inventaires des librairies et papeteries, fonds Payot, IV/08/01-07.

5. Selon l'expression de Jean-Marie Ozanne, 2008, p. 403.

des manuels de chasse comme des publications scientifiques pointues, cela en se souciant d'abord, dans l'aménagement de ses rayons, des stratégies de vente plutôt que des classifications culturelles et de « la satisfaction du seul horizon d'attente des éditeurs »⁶.

La librairie Payot se profile, selon la terminologie des employé-e-s, comme une « librairie universelle ». Dans un sondage de la direction auprès de ses équipes, les chefs de service ont en effet souligné « qu'à leurs yeux, il appartient au conseil d'administration de définir les objectifs généraux de l'activité de la maison, aussi bien sur le plan national qu'international. Plusieurs réponses relèvent que le souci de qualité et d'universalité dans la diffusion de la chose écrite caractérise notre maison. »⁷ Cette conception implique pour les libraires de se donner les moyens de pouvoir « tout fournir », c'est-à-dire de savoir répondre à toute demande physiquement ou au moyen de la commande, ce qui était valorisé par les éditeurs. En 1963, par exemple, les Éditions parisiennes Ligé, spécialisées dans le scolaire, portaient d'une remise de base pour les librairies, à laquelle elles ajoutaient des remises quantitatives en fonction du nombre de commandes et du stock, ainsi que des remises qualitatives selon l'aménagement de la librairie (vitrines, présentation des livres dans le magasin) et de la qualification des libraires dans le scolaire et l'utilisation de listes bibliographiques⁸. Mais celles-ci nécessitaient un savoir-faire pointu et étaient coûteuses à l'achat. Toute librairie ne pouvait donc pas assurer ce service, comme l'indique une ancienne libraire : « Chaque bibliographie requérait une technique pour l'aborder selon comment elle était structurée. Dans les petites librairies, ils avaient *La librairie suisse* et *La bibliographie de France* et encore, pour être membre de la SLESR, on était obligé de souscrire à la bibliographie nationale, *Le Livre suisse*, donc ils avaient ça au moins. Mais c'était souvent tout. Tandis que Payot avait une salle de bibliographies monstrueuse, on avait toutes les bibliographies européennes, simplement il fallait maîtriser l'outil. »⁹ Mettre à disposition un panel important d'ouvrages n'est donc pas de la compétence de n'importe quelle librairie et suppose des coûts non négligeables.

6. *Ibid.*

7. Compte rendu du séminaire des chefs de service de la librairie Payot Lausanne, 2 septembre 1966, fonds Payot, VII 177.

8. Lettre des Éditions Ligé à Payot-Lausanne, 14 juin 1963, fonds Payot, I/101. Ces différentes caractéristiques sont celles qui, en France, assurent à l'heure actuelle au libraire le « label qualité » reconnu par les éditeurs pour leur offrir des remises qualitatives selon le nombre de vendeurs qualifiés et la profondeur du stock.

9. Entretien avec H. R., le 24 janvier 2011.

Mais la notion d'« universalité » renferme aussi une connotation plus symbolique, en termes d'accès égalitaire à la culture. Fort de l'idéal de progrès social, qui passe par un accès démocratisé aux productions culturelles, la perspective d'une désacralisation de la consommation culturelle n'est plus entachée d'un jugement dépréciatif. Bien au contraire, elle est désormais pleinement valorisée par les politiques publiques et largement reprise par les professionnels du livre en véhiculant l'image de lecteurs désireux d'approcher le livre de manière plus individuelle. La lecture n'hésite donc pas à se montrer plus quotidienne et à affirmer son rôle de « divertissement » ou d'usage plus utilitaire. Le livre s'invite dans les multiples sphères de la vie sociale, apparaissant même, comme le montrent Anne-Marie Chartier et Jean Hébrard, comme une « valeur refuge » face à la généralisation des autres formes médiatiques (télévision, radio, magazines) : « Lire, avant toute considération des supports et des contenus, est devenu un geste de conditionnement positif. »¹⁰ Le consensus culturel se centre désormais sur le bienfait de la lecture en elle-même, au-delà des « bonnes » ou « mauvaises » lectures. Les nouveaux secteurs éditoriaux jouent ainsi comme une fonction d'appel auprès des nouveaux publics, mais la librairie ne perd pas sa clientèle traditionnelle, ce qui lui permet de jouer sur un double registre, « démocratique » et plus « cultivé », les deux profitant finalement à la notion d'« universalité » puisqu'ils relèvent de la valorisation globale de la lecture. Ici, la péréquation entre ventes lentes et rapides, nécessaire à la stabilisation financière d'un commerce de librairie, aurait en quelque sorte son corollaire en termes d'image sociale entre rayons grands publics et rayons plus sélectifs.

Le modèle de librairie que développe Payot se défend donc d'une définition élitaire et concourt à l'atténuation du discours prescriptif en matière de lecture. À titre d'exemple, relevons les débats qui ont animé les réunions des associations professionnelles du livre alémaniques et romandes sur le rabais proposé aux « lecteurs privilégiés » que sont les étudiants, les enseignants, les pasteurs et les bibliothécaires. Les associations de libraires veulent annuler cette habitude en 1949¹¹, ce qui ne se concrétisera pas étant donné les nombreuses revendications du monde étudiant. Mais les arguments sont clairs : Jean-Pierre Payot plaide pour « la suppression

10. Chartier et Hébrard, 1989, p. 509.

11. Note de Jean-Pierre Payot sur le rabais aux étudiants, 19 avril 1950, fonds Payot, IV/05/01.

totale de ces privilèges à une certaine catégorie d'acheteurs, étant donné la situation impérieuse où nous nous trouvons, libraires, de chercher de nouvelles classes de lecteurs, sans continuer à favoriser une élite dont la fidélité et l'assiduité ont malgré tout tendance à ralentir. Le privilège d'antan n'est plus un privilège et il faudrait pouvoir le définir à nouveau sous un angle réellement social : l'apprenti-menuisier est aussi fondé que l'étudiant-ingénieur à bénéficier d'un rabais¹², discours «égalitaire» relayé par les libraires genevois qui, après un sondage sur la question, déclarent ne pas comprendre «pourquoi accorder 5% aux professeurs, étudiants et pasteurs et non à l'épicier du coin ou à un bon client qui paie toujours comptant»¹³.

Jean-Pierre Payot est donc représentatif de la conception nouvelle d'une librairie «décomplexée» tant au niveau commercial – elle affirme sa légitimité à atteindre le plus large public – qu'au niveau socioculturel, la librairie se voulant être un lieu d'accès facilité à la culture. Elle s'inscrit en cela dans le nouveau discours des politiques publiques porté par les bibliothèques et par les premières études sur les pratiques de lecture (datant de 1955 en France). Dans ce cadre, le commerce de la librairie profite de l'émulation créée par les nouvelles politiques culturelles qui, dans le contexte global d'une démocratisation du savoir, rime non pas avec une vision négative de la «banalisation» de la production écrite, mais bien avec une vision positive de progrès social.

EXPO 64: LE LIVRE, VECTEUR DE CULTURE ET/OU DE COMMUNICATION?

Ce statut nouveau de la librairie prend toute sa signification, en Suisse romande, dans les débats qui ont entouré la présence des libraires au sein de l'Exposition nationale de 1964 à Lausanne. Dans quel secteur devait en effet figurer le livre, autant moyen d'expression artistique que vecteur de savoirs et d'informations? Quels usages de la lecture et du livre la librairie devait-elle véhiculer dans le vaste ensemble des activités humaines regroupées dans les pavillons de l'exposition nationale, fief d'une Suisse «moderne»? Les libraires, sous la houlette d'un Jean-Pierre Payot investi dans la section vaudoise de la SLESR, défendent dans ce contexte une conception nouvelle de leur commerce. Le premier enjeu porte

12. Lettre de Jean-Pierre Payot à Otto Fehr, 20 novembre 1958, fonds Payot, IV/05/01.

13. Lettre de Payot-Genève à Jean-Pierre Payot, 18 février 1950, fonds Payot, IV/05/01.

sur l'emplacement de la librairie dans les secteurs de l'exposition. Ils se battent pour qu'elle ne se présente pas aux côtés des activités culturelles et artistiques, comme l'ont initialement imaginé les organisateurs de l'exposition, mais pour qu'elle prenne plutôt place dans le secteur « information et connaissance » (devenu « éduquer et créer »). Selon eux, le livre doit sortir du domaine restrictif de l'expression littéraire pour se présenter dans sa diversité, comme support à tout type de communication : voilà le vœu des libraires qui insistent sur la valeur d'usage du livre dans la vie quotidienne. Ainsi, la présence de la librairie à l'Expo 64 – selon une note rédigée par Jean-Pierre Payot – est-elle placée sous le thème général « le livre s'offre à tous les milieux et à tous les âges, pour les loisirs, la culture, la profession », avec comme slogan « le livre doit être partout », afin de montrer :

de la façon la plus vivante possible le livre présent dans l'existence quotidienne : le livre pour les loisirs et l'éducation de la jeunesse, le livre dans la famille, le livre dans la formation et le développement professionnels, le livre dans la culture générale et spécialisée, etc. Autrement dit, l'édition et la librairie offrent à tous et dans toutes les circonstances de l'existence des possibilités de récréation et de développement, quel que soit le niveau social et économique. [...] Le livre est un moyen universel d'expression indéfiniment varié par son aspect et son contenu. Il s'agirait donc de réaliser un exemple de librairie « populaire » au sens positif de ce terme.¹⁴

L'idée de présenter d'abord le livre comme un média devait ainsi permettre, aux yeux des libraires, de l'imposer aux côtés des autres moyens de communication sur le plan plus global de l'information, de la connaissance et des loisirs et non sur le plan *stricto sensu* de la pensée et de la littérature : « Il est indispensable que le livre, qui subit la concurrence des moyens actuels de diffusion, occupe dans "l'information et la connaissance" la même place que les autres moyens »¹⁵, à savoir la radiotélévision, le cinéma, le monde de l'image, les documents et tradition, le café de la presse, les arts graphiques¹⁶. Mais chaque titre reste en soi unique et, corrélativement

14. SLESR, Note sur la participation des éditeurs et des libraires suisses à l'exposition nationale suisse 1964, Lausanne, 3 mai 1961, fonds Payot, V/06/02.

15. Procès-verbal des décisions de la séance concernant « le livre » du 3 juillet 1961, fonds Payot, V/06/02.

16. SLESR, Conclusions du 5 mai 1964, fonds Payot, V/06/02.

à cette image de décloisonnement, chaque ouvrage, aux yeux de Jean-Pierre Payot, doit trouver son lecteur. Il insiste alors sur l'idée de la singularisation de la demande en valorisant l'idée de l'individualité de la lecture: «Le consommateur se trouve en chaque être humain en puissance; pour chaque personne – un livre; les différents groupes d'intérêt: littérature générale, professionnelle, spécialisée.»¹⁷ Ce double niveau (général et singulier) est, nous le verrons, un des fers-de-lance de la conception pluraliste de la librairie moderne, qui joue d'une double stratégie entre accès à tous les contenus et nécessité d'accompagner chaque ouvrage sur le marché.

La librairie se présente dans l'Exposition 64 de deux manières différentes: par une exposition décrivant sous la forme de panneaux explicatifs les différents métiers du livre à travers leur dimension «technique», soit pour la librairie, l'information bibliographique, la vie et la rotation du stock, le prix de vente, les services du libraire. Parallèlement à cette présentation du métier, les libraires romands se sont battus pour mettre sur pied une vraie librairie dans l'exposition. Se voulant «populaire», elle rencontre, après des débuts difficiles, un accueil chaleureux grâce à l'autorisation d'exploiter le commerce en soirée dans la zone d'attraction culturelle. Elle participe de ce fait à l'animation nocturne de l'exposition, à côté des concerts, des représentations théâtrales et du Café des arts¹⁸: «L'activité qui règne dans la librairie de l'exposition entre 19 heures et 20 heures contribue à réchauffer l'atmosphère du secteur "art de vivre" et entre dans la ligne de l'animation que nous recherchons pour ce secteur le soir (expositions temporaires de peinture au Café des arts, musique de jazz au bar du théâtre et au Café des arts, par ex.).»¹⁹ La librairie se fait donc lieu de vie et d'animation, lieu ouvert et de passage en se déplaçant sur un lieu de rassemblement populaire. Dans ce sens, la librairie de l'Expo a donné satisfaction aux associations des libraires, s'étant révélée une «excellente affaire tant sur le plan moral que financier avec des incidences certaines sur le rayonnement des livres des éditeurs suisses auprès d'une immense clientèle très difficile à toucher»²⁰.

17. Note de Jean-Pierre Payot pour la préparation à la séance avec les organisateurs, 14 août 1963, fonds Payot, V/06/02.

18. Selon le plan du secteur «Art de vivre» reproduit dans l'ouvrage de Lugon et Vallotton, 2014, p. 408.

19. Lettre de P. Ruckstuhl et J.-J. Demartines à la direction de police, concernant une demande d'autorisation d'ouverture de la librairie le soir, 13 août 64, fonds Payot, V/06/02.

20. Assemblée générale de la section vaudoise de la SLESR, 24 septembre 1965, fonds Payot, I/059.

DU POCHE PLEIN LES RAYONS

La généralisation du livre de poche par la création de la collection éponyme par la maison Hachette en 1953 est un bouleversement dans le monde de l'édition et de la librairie francophone, qui reprend le concept des *paperbacks* déjà largement diffusés durant l'entre-deux-guerres dans le monde anglophone et germanique. La formule n'est en l'occurrence pas nouvelle puisqu'elle se fonde sur le principe de la diminution du prix des ouvrages par l'augmentation des tirages, avec pour caractéristiques principales un prix bas, un petit format et une diffusion de large ampleur²¹. Les années d'après-guerre réunissent les conditions adéquates à l'essor de ce format éditorial, intégrant aussi de nouvelles techniques d'impression comme le brochage et la couverture souple pelliculée. Les premiers tirages s'élèvent à 40 000 exemplaires²² et atteignent rapidement de nouveaux lecteurs, notamment les jeunes, intéressés par le prix modéré. La formule poche représente en 1966 un quart de la production éditoriale française²³, à tel point que l'on parle déjà dans ces années d'un « événement culturel ». La périodicité des publications passe rapidement de quatre à huit titres par mois, puis à dix jusqu'à douze en 1962, pour un tirage moyen de 60 000 exemplaires à un prix environ quatre fois moins élevé que la normale²⁴. La collection éditée par Hachette sous la filiale « Librairie générale de France » créée pour l'occasion par l'ancien directeur des Messageries Hachette, Henri Filipacchi, trouve donc rapidement son public, en publiant d'abord des rééditions d'auteurs classiques grâce aux contrats passés avec d'autres éditeurs français pour la réédition de leurs fonds (par exemple Albert Camus du fonds Gallimard).

Si, au départ, le poche semble s'être limité aux canons littéraires, cette « pléiade populaire » s'est ensuite ouverte à d'autres secteurs éditoriaux comme le domaine des sciences humaines, où la « Petite Bibliothèque Payot » a joué un rôle pionnier. Selon Bertrand Legendre, « l'histoire du poche peut être décrite comme un mouvement centrifuge qui, à partir de ce noyau dur, a gagné l'ensemble des catégories éditoriales »²⁵. Payot ouvre sa pochothèque, c'est-à-dire un espace du magasin entièrement dédié au poche, à Lausanne

21. Ce sont les critères avancés par Bessard-Banquy, 1998, p. 169.

22. Renard et Rouet, 1998, p. 696.

23. *Ibid.*, p. 679.

24. De Sairigné, 1983, pp. 25 et 28.

25. Legendre, 2010, [non paginé].

en 1962, un peu avant le Furet du Nord à Lille, qui est une des premières librairies françaises à ouvrir un rayon de ce type²⁶.

La collection le « Livre de Poche » est conçue dès le départ en synergie avec son mode de commercialisation par les Messageries Hachette, qui s'élevèrent à 25 000 points de vente en 1965²⁷ et permettent d'écouler les titres produits à un rythme accéléré. Le poche investit tous les canaux de distribution, à commencer par les commerces mixtes (kiosques et grande distribution), ce qui le dissocie à son origine d'une diffusion en librairie. Il « échappe » en quelque sorte, dans sa conception même, à la librairie traditionnelle et il implique en cela une inversion du rapport entre le livre et son public : le livre « s'invite » dans les lieux de consommation courante, « gigantesque circuit de distribution comprenant 100 000 points de vente environ : drugstores, *supermarkets*, vendeurs de presse, etc. Mis ainsi en contact permanent avec le citoyen moyen qui s'approvisionne dans ces magasins, [le livre de poche] s'insère de plus en plus dans la vie quotidienne », comme le soulignent Joffre Dumazedier et Jean Hassenforder dans une première étude sur l'état de l'édition, de la diffusion et des pratiques du livre au début des années 1960²⁸. Ainsi, c'est désormais le livre qui va vers le client en proposant sa « gamme de choix », plus que le client qui fait le pas d'aller dans le magasin spécialisé pour se procurer un type d'ouvrage bien précis, confronté aux barrières culturelles des libraires qui, « eux-mêmes lettrés, s'attachent à servir exclusivement une clientèle bourgeoise limitée avec laquelle ils se sentent en affinité »²⁹. L'enjeu est donc bien celui d'une production éditoriale qui va au-devant de son lectorat, renforcée par ses canaux de diffusion, en s'écartant d'une logique de l'offre où le lecteur irait chercher, *chez son libraire*, un spécimen bien précis grâce à la médiation du commerçant.

La querelle qui a opposé au milieu des années 1960 les détracteurs et les partisans du livre de poche, met bien en évidence ces enjeux liés aux lieux de diffusion. Hubert Damisch, professeur d'esthétique à l'École pratique des hautes études, déplore, dans un article paru dans le *Mercure de France*, non pas forcément une culture démocratisée, mais une culture qui s'« offre » à bas prix au même titre que magazines et journaux. Il regrette que les livres de la

26. Hache-Bissette, 2008, p. 609.

27. Bessard-Banquy, 1998, p. 172.

28. Dumazedier et Hassenforder, 1962, p. 28.

29. *Ibid.*, p. 36.

haute culture se livrent « aux devantures des kiosques et jusque dans la rue, sous des dehors aussi séduisants que *Paris-Match* »³⁰. À l'opposé, les rédacteurs des *Temps modernes* ne rechignent pas à évoquer une « formule qui non seulement permet à des lecteurs modestes de se constituer à peu de frais une bibliothèque, mais va pour ainsi dire chercher ses lecteurs sur place, dans les grands magasins, dans les kiosques, chez les marchands de journaux ou dans la rue, en leur évitant le recours intimidant au conseil du libraire »³¹. De façon plus polémique, Michel-Claude Jalard évoque dans la même revue le fait que le livre de poche implique la « fin au système traditionnel de la librairie et à ses privilèges sacerdotaux »³² étant donné que, « s'il y a une solution de continuité entre le livre "normal" et le livre de poche, ce n'est pas, en fait, au niveau de l'objet qu'elle se place, mais à celui de sa diffusion »³³. Ainsi, la dimension proprement matérielle d'une formule éditoriale, d'abord conçue en fonction de ses modes de production et de commercialisation, est au cœur des débats de l'époque, avec comme focale la question des lieux de vente chargés d'importantes significations symboliques.

L'enjeu en termes d'émancipation culturelle se centre donc moins sur les contenus éditoriaux – puisque le poche intègre des œuvres de la haute culture – que sur des enjeux matériels en termes de prix, d'aspect des ouvrages et de modes de commercialisation qui en banalisent l'achat. Selon Hubert Damisch, le livre de poche briserait l'intimité de la lecture en déployant sur les étals des marchands les joyaux littéraires autrefois enfermés dans les ouvrages qui en maintenaient jalousement les trésors et en délimitaient – socialement – les usages :

Alors que le livre classique paraissait fait pour abriter dans ses pages non coupées ou derrière l'or de ses tranches une parole endormie que le lecteur avait pour tâche d'éveiller, le Livre de Poche, par sa présentation même (qui le désigne comme *produit*), est un objet bavard, qui interpelle le lecteur. La reliure elle-même était faite pour protéger le livre, parfois le refermant, le dissimulant toujours, tandis que le décor imagé commençait à la page de titre, un peu comme dans ces palais et maisons bourgeoises, contemporaines

30. Damisch, 1964, p. 483.

31. Pingaud, 1965, p. 1730.

32. Jalard, 1965, p. 1745.

33. *Ibid.*

de la première époque du livre, où la rusticité des façades, sinon leur austérité, contraste avec le luxe du vestibule et l'intimité des intérieurs. À partir du moment où le livre n'a plus été conçu pour être regardé par la tranche, mais pour être vu à plat, et dès lors que la reliure aura prétendu manifester le contenu des ouvrages comme le vêtement fait l'homme, la mutation était amorcée qui trouve son terme dans les « jaquettes » illustrées dont quantité de nos livres sont revêtus. [...] Ce que le consommateur est censé convoiter, ce qu'on le persuadera d'acheter, c'est en premier lieu, et au sens propre, une *image*.³⁴

La « haute culture » se fait en quelque sorte déborder, puisqu'elle sort de ses bornes et de ses moyens de contrôle par un accès facilité aux livres passant par leur matérialité et leurs modes de commercialisation qui trouvent, comme nous le verrons, toute leur signification dans les stratégies de présentation en magasin.

Cette nouvelle image d'une culture *qui s'offre* semble donc aller à l'encontre de celle plus classique pensée en termes de pérennité, d'héritage séculaire et de sédimentation³⁵. Un livre qui se veut, dans son concept même, matériellement moins résistant symbolise une obsolescence pour un type de biens qui ne devrait a priori pas se détériorer s'il reste centré, selon la conception classique, sur des contenus « atemporels ». La vitesse, qui est au cœur de la logique des industries de la culture³⁶, se lit en librairie dans l'accélération de l'écoulement des stocks. En ce sens, la rotation du poche atteint vite des chiffres peu comparables aux secteurs plus traditionnels, une rapidité d'autant plus importante pour les librairies qu'elles achètent ces ouvrages quasi exclusivement en compte ferme, c'est-à-dire sans possibilité de retour ou d'échange, à la différence du compte dépôt, une pratique alors encore en vigueur, mais qui tendait à disparaître³⁷. Une note de Jean-Pierre Payot répondant à l'enquête sur la rationalisation de la librairie de 1958 souligne, en effet, que « quelques rares éditeurs appliquent encore le système de dépôt; en principe la majorité des éditeurs français facturent ferme », ce qui leur permet de prendre moins de risques

34. Damisch, 1964, p. 486.

35. Johannot, 1978, pp. 18 et ss.

36. Kalifa, 1999, p. 8.

37. Enquête sur la rationalisation en librairie, fonds Payot, IV/06/01.

Les offices pour les nouveautés ont toutefois un droit de retour compris, selon le même document, entre 5 et 10 %.

commerciaux. En 1960 déjà, les livres de poche « tournent partout avec une rapidité attendue »³⁸, les rayons poche étant composés à 90 % de livres datant de l'année en cours. En comparaison, les ouvrages scolaires, de voyage, destinés à la jeunesse, les reliures et les romans connaissent 40 à 50 % de renouvellement³⁹. Les secteurs qui demandent une plus grande attention de la part des libraires pour que le stock ne se défraîchisse pas (les ouvrages ont une durée de vie maximale de trois ans) sont donc ceux où la rotation est relativement lente et qui sont plus onéreux à l'achat, soit les beaux-arts, l'architecture, le luxe, les albums de tourisme et les guides (sauf en été) et la jeunesse⁴⁰.

Dans les années 1950-1960, le livre de poche devient ainsi un enjeu crucial pour la librairie traditionnelle qui se confronte à la nécessité de faire tomber ses propres résistances pour toucher ce marché en expansion et pour réagir face aux nouvelles concurrences dans la distribution. Comme le souligne un gérant de Payot, à son arrivée dans les années 1950 :

Les libraires à l'époque étaient contre les livres de poche. On pensait que c'était la fin de la librairie, que ça allait détruire tout un aspect de la librairie. Ça allait à l'encontre de ce qu'on nous avait transmis, de ce qu'on nous avait inculqué. Qui était la littérature, des livres à un certain prix, l'importance de l'apparence. Le livre de poche au départ était quelque chose de misérable qu'on mettait dans un coin et petit à petit on a compris que le livre de poche amenait finalement des gens à la lecture. Ça, on ne l'avait pas compris au départ.⁴¹

La nouveauté de la diffusion du poche réside donc peut-être moins dans l'idée d'une culture écrite s'immiscant dans tous les recoins potentiels de diffusion, c'est-à-dire hors des circuits lettrés – ce qui est le propre de la généralisation de la culture dès la Belle Époque –, mais plutôt dans une librairie qui ouvre désormais ses étals à ce nouveau type de livres : « Ça été obligatoire de changer, car il y avait des grandes surfaces comme l'Innovation qui vendaient du livre de poche. »⁴²

38. Rapport de la visite à la succursale de Berne, mai 1960, fonds Payot, IV/08/07.

39. *Ibid.*

40. Rapport de la visite à la succursale de Bâle, juin 1960, fonds Payot, IV/08/07.

41. Entretien avec M. M., le 10 décembre 2010.

42. *Ibid.*

Les chiffres font état d'un important changement en une dizaine d'années. Alors qu'en 1955, cette catégorie n'apparaît pas dans les inventaires de la librairie, elle s'impose dès 1959 par un rayonnage consacré aux nouvelles collections (« Livre de Poche », « J'ai lu »)⁴³. En 1960, 50 à 100 volumes s'écoulent quotidiennement⁴⁴ et la pochothèque de Lausanne affiche un chiffre d'affaires mensuel d'environ 12 000 fr. (49 200) après six mois d'exploitation en 1962, pour un mouvement de marchandises de 4 200 volumes (dont 60 % en « Livre de Poche » Hachette), attirant 2 400 clients sur vingt-cinq jours de vente⁴⁵. Dans les succursales suffisamment grandes, comme à Neuchâtel, la direction désigne en 1964 un vendeur spécifique pour ce seul secteur. Le nombre de commandes des magasins fait état de ce phénomène, puisque, en 1965, une commande de 20 000 exemplaires est passée par la maison Payot pour la seule collection « Livre de Poche » à l'occasion d'« une importante série de réimpressions »⁴⁶, les librairies faisant parfois leur choix sur des listes préétablies par Hachette pour la commercialisation de volumes du Livre de Poche. À Bâle, lors des transformations en 1966, le rayon poche occupe 4,5 mètres linéaires en comparaison à 3,2 mètres pour le secteur jeunesse, tandis que les romans, les guides et les cartes ont droit à 1,8 mètre⁴⁷. Enfin, entre 1967 et 1970⁴⁸, les résultats mensuels de la librairie zurichoise de la Rämistrasse témoignent d'une vente quasi équivalente en livres de poche et en ouvrages reliés de littérature générale, soit environ 300 livres vendus par mois, excepté l'écart significatif observable à la veille des fêtes de Noël où les livres reliés, plus destinés à être offerts en cadeaux, doublent vis-à-vis du poche (726 livres vendus en littérature générale contre 412 en livres de poche en décembre 1967). Les rentrées d'argent mettent en revanche en évidence un écart significatif, puisqu'elles attestent d'un rapport de 1 à 4 entre les livres de poche et ceux de littérature générale en 1967⁴⁹, le manque à gagner sur la modicité du prix devant être récupéré par le nombre

43. Inventaires des librairies et papeteries, fonds Payot, IV/08/01 et IV/08/05. L'édition « J'ai lu » est fondée en 1958 et publie essentiellement des livres de poche.

44. Quelques considérations sur l'inventaire, 1960, fonds Payot, IV/08/06.

45. Rapport du C. A., 1963.

46. Rapport sur le voyage de MM. Regamey et Decrey à Paris du 2-5 novembre 1965, fonds Payot, IV/04/04.

47. Projets d'implantation des rayons de Payot-Bâle, 1966, IV/09/01/04.

48. Statistiques de ventes au comptant du magasin de Rämistrasse, janvier 1967-mars 1970, fonds Payot, IV/09/07/15.

49. 2000 fr. par mois de l'époque pour le livre de poche contre 8000 fr. par mois pour les autres ouvrages de littérature générale.

d'ouvrages vendus. La généralisation de la vente du livre de poche est donc bien la marque d'un changement dans les pratiques de la librairie. Dans la même dynamique et à la même époque, la librairie a aussi progressivement toléré dans ses rayons la bande dessinée face à laquelle les libraires étaient d'abord hostiles⁵⁰ et qui a pris d'abord sa place dans les rayons destinés à la littérature jeunesse.

50. Selon le même témoignage de M. M. : « D'abord il y a eu le rayon jeunesse, mais nous étions contre la bande dessinée, bon il y avait Tintin, mais c'était quand même limité et les responsables des rayons jeunesse essayaient quand même de vendre autre chose que la BD. »

4. LES SPÉCIALISATIONS DE LA LIBRAIRIE PAYOT

Les rayons spécialisés en librairie impliquent un rapport spécifique à la clientèle, fondé sur un lien de fidélisation avec une clientèle privée ou institutionnelle nécessitant l'entretien de réseaux avec les milieux professionnels locaux. La librairie spécialisée requiert donc une bonne connaissance de la demande qu'il s'agit de solliciter par différentes stratégies promotionnelles ou par des contacts directs. Elle suppose un important savoir-faire des librairies, mises en contact avec des éditions elles-mêmes spécialisées et avec une clientèle « experte » impliquant une relation inverse à celle des secteurs plus généralistes, comme le disent d'anciens gérants : « Pour la littérature générale, le client vient avec une demande générale et il faut produire quelque chose, tandis que dans l'universitaire et le technique, il faut savoir ce que vous avez dans les rayons et s'en tenir à ce qu'ils cherchent. Il n'y a pas de rôle prescripteur dans ce cas-là. »¹ Les domaines de spécialisation permettent donc de mieux appréhender le profil de la maison dans les rayons qu'elle choisit de développer et dans le type de liens qu'elle entretient avec sa clientèle. Le marché en littérature spécialisée joue sur deux tableaux complémentaires. Le premier consiste à posséder un stock d'ouvrages pointus en rayon alimenté par un gérant et des libraires qui savent répondre aux demandes spécifiques de la clientèle. Le second consiste à développer des contacts « par l'arrière » avec des services de prospection, des « suites » (le suivi auprès de la clientèle qui souscrit à des publications en série, notamment des abonnements ou des encyclopédies). En ce sens, la librairie spécialisée présente une ambivalence : elle nécessite des ressources en termes de personnel et en termes de stocks relativement coûteux et rapidement

1. Entretien avec H. R., le 24 janvier 2011.

obsoletés dus à l'évolution rapide des connaissances. Toutefois, la spécialisation offre aussi la possibilité de fidéliser une clientèle et d'anticiper les ventes. Dans ce chapitre, nous passons en revue les trois principaux domaines de spécialisation de Payot, à savoir les ouvrages universitaires et techniques, le livre scolaire, ainsi que les publications des organisations internationales, secteur intéressant en ce sens qu'il représente une spécialisation unique de la maison Payot.

PAYOT, « LIBRAIRIE DE L'UNIVERSITÉ » ?

La maison Payot, nous l'avons vu, est très attentive à la présence d'une vie universitaire dans les villes où elle ouvre des succursales. Un des arguments plaçant pour la création du magasin de Zurich en 1944 réside, par exemple, dans le fait que ce soit « la dernière des villes universitaires où notre maison ne soit pas représentée »². Toutefois, l'attention portée à l'universitaire se concrétise d'abord dans les magasins lausannois et genevois, où les réseaux entretenus avec le monde académique par la maison Payot offrent de belles opportunités.

C'est dans le courant des années 1940 que la direction décide de prêter une attention plus grande à ce secteur. En 1943, à la suite d'une visite de la succursale genevoise, Jean-Pierre Payot insiste auprès de son père sur « les possibilités de vente dans le domaine scientifique : médecine, sciences, mathématiques, donc le rayon universitaire et le domaine technique. Il ne faut pas hésiter à favoriser Payot-Genève de ce côté-là »³. Une année plus tard, il est également question à Lausanne d'un « rayon universitaire que nous nous proposons de développer »⁴, en anticipant l'augmentation des effectifs universitaires dans les décennies suivantes. En 1950, l'Université de Lausanne compte en effet 1300 étudiant.e-s, pour atteindre un effectif de 1532 personnes dix ans plus tard, qui augmente à 3076 en 1965, et à 5962 en 1975⁵. Genève connaît la même progression, puisque 2869 étudiant.e-s occupent les bancs universitaires en 1950, 4557 en 1960,

2. Lettre de Samuel Payot à G. H. Kraehenbuhl, directeur du Grand Hotel Dolder, 4 octobre 1944, fonds Payot, VII 39.

3. Compte rendu de la visite à la succursale par Jean-Pierre Payot, 25 juin 1943, fonds Payot, VII 39.

4. Lettre de Jean-Pierre Payot à Samuel Payot, 12 mai 1944, fonds Payot, VII 39.

5. Ritzmann-Blickenstorfer, *Historische Statistik der Schweiz*, Z.19, « Université et École polytechnique fédérale de Lausanne : étudiants par faculté, sexe et origine, de 1916/17 à 1986/87 », p. 1183. Nous avons écarté les étudiants de l'École polytechnique.

5963 en 1965 et 10563 en 1975⁶. Quant au domaine des sciences et des techniques, l'École polytechnique universitaire de Lausanne (EPUL), devenue en 1969 EPFL (École polytechnique fédérale de Lausanne), passe de 525 inscriptions en 1949 à 837 en 1959, pour atteindre le chiffre de 1143 en 1965 et de 1841 dix ans plus tard. À l'échelle suisse, les effectifs universitaires doublent entre 1960 et 1969, passant de 19 852 étudiant-e-s à 39 995⁷.

Si Payot arrive à profiler ses magasins vers les secteurs universitaires, la configuration entre Genève et Lausanne n'est toutefois pas tout à fait la même. Les rayons spécialisés à Lausanne, qui demeure une « librairie la plus générale qu'il est possible de l'être »⁸, restent des sous-secteurs d'un magasin possédant une place importante à l'échelle de la ville. À l'inverse, Genève, en tant que succursale d'une maison vaudoise, a face à elle plusieurs librairies importantes implantées de longue date, comme Jullien, Georg ou Naville-Levrier. La spécialisation peut être un moyen de pallier ce manque en se profilant comme une « librairie spécialisée [...] essentiellement technique et universitaire »⁹, propre à attirer la clientèle d'une ville abritant des instituts de recherche universitaire et scientifique (le CERN est fondé en 1954) et les organisations internationales. Rappelons que le questionnaire sur la rentabilité dans la librairie fait état de 34,7 % à Genève en littérature spécialisée (sans compter les 35,9 % qui doivent recouvrir en partie le marché des organisations internationales) et de 21,11 % à Lausanne, tandis que les autres magasins oscillent entre 2 et 12 %.

Deux périodes de spécialisations universitaires se dessinent. Les années de l'immédiat après-guerre maintiennent les marchés traditionnels de médecine et de droit, les deux principales spécialisations universitaires héritées de l'entre-deux-guerres. À Lausanne, la cessation d'activité de plusieurs librairies concurrentes, soumises à des difficultés de gestion, profite à la maison Payot. La librairie Roth, profilée en livres de médecine et surtout de droit, cesse son activité en 1948 et devient la librairie centrale et universitaire sous la houlette de Félix Bloch. Trois ans plus tard, c'est la librairie Rouge, grande spécialiste du livre de médecine, qui fait faillite laissant alors vacant le domaine médical. Payot saute sur l'occasion pour capter ce marché, ce dont atteste par exemple l'augmentation du volume

6. *Ibid.*, Z.16c., « Université de Genève : étudiants par faculté, sexe et origine, de 1916/17 à 1990/91 », p. 1179.

7. Marcacci, « Étudiants », *DHS*.

8. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

9. Rapport de la visite à la succursale de Genève, 26 mai 1959, fonds Payot, IV/08/05.

d'achats auprès de l'éditeur médical Masson. Les achats à l'éditeur français doublent en effet quasiment entre 1950 et 1952, ce qui révèle « l'effort que nous faisons pour la distribution et la prospection de vos éditions médicales, surtout depuis la disparition de la Librairie Roth et la cessation d'activité de M. Porchet »¹⁰ ; une disparition qui signifie également pour Payot la possibilité d'investir le marché juridique — dans lequel les Éditions Payot avaient déjà une place de choix —, en saisissant notamment la diffusion du *Catalogue de droit suisse*, précédemment distribué par Roth, car en 1952, « il n'y a que peu de libraires qui se prêtent à la distribution de la jurisprudence, en Suisse allemande, mais aussi en Suisse romande »¹¹.

L'importance du domaine médical s'observe aussi à Genève dans les années d'après-guerre. En 1959, il couvre 8 % du stock total du magasin¹². Cette situation peut s'expliquer par la présence de l'OMS, dont Payot devient le fournisseur exclusif dès la fin des années 1940, mais également par la présence à Genève d'une population d'étudiants anglo-saxons, alors que l'édition anglophone commence à dominer la production mondiale dans ce type de domaines. Mais, à partir de la fin des années 1950 déjà, le vent semble tourner. La littérature médicale est en baisse, « les étudiants américains étant devenus rares et la production des éditeurs dépassant largement les possibilités de lecture du corps médical »¹³. Le stock est resté quasiment inchangé en une année et vaut « à peu près zéro ! »¹⁴. La réponse est claire pour Robert Decrey : « Il faut abandonner progressivement les achats d'ouvrages de médecine à Genève »¹⁵, et investir de « nouvelles possibilités, peu ou pas exploitées »¹⁶. En littérature spécialisée, les choix s'imposent rapidement : la maison Payot se saisit du créneau scientifique et technique, qui représente désormais un marché plus porteur.

C'est donc au tournant des années 1960 que la maison Payot décide d'intensifier sa présence dans la spécialisation technique à Lausanne et Genève. La demande semble en effet suivre la croissance des effectifs en études d'ingénierie à l'échelle suisse¹⁷.

10. Lettre de la librairie Payot aux Éditions Masson, 9 avril 1953, fonds Payot, II/13/01. Les chiffres affichés s'élèvent à 1 247 886 fr. en 1950, 1 611 427 en 1951 et 2 021 230 en 1952.

11. Lettre de Helbing à Jean-Pierre Payot, 30 avril 1952, I/033.

12. Visite de Robert Decrey à la succursale de Genève, [1959], fonds Payot, IV/08/05.

13. Rapport de la visite à la succursale de Genève, 26 mai 1959, fonds Payot, IV/08/05.

14. *Ibid.*

15. *Ibid.*

16. *Ibid.*

17. König, « Ingénieurs », *DHS*.

En 1960, l'inventaire Payot indique une augmentation des achats dans la spécialisation technique à hauteur de 7000 fr. (28 500) pour l'année 1960¹⁸. Comme nous l'avons vu, Payot-Lausanne agrandit alors aussitôt l'espace de « ce secteur qui frisait l'asphyxie »¹⁹ en termes de densité du stock. Cette transformation s'avère être commercialement très avantageuse, puisque les bénéfices des ventes affichent en une année une augmentation de 25 %²⁰. Parallèlement, Payot ouvre également un rayon plus modeste et plus spécialisé encore consacré à l'« organisation de l'entreprise »²¹.

À Genève, l'ouverture du magasin de Saint-Gervais est aussi l'occasion de consacrer une galerie entière au livre scientifique et technique devenant « une spécialité de la maison »²². Un gérant s'occupe spécialement de ces rayons²³, pour lesquels la prospection se fait auprès d'une clientèle spécialisée à qui Payot-Genève fournit des services d'abonnements à des périodiques en faisant l'intermédiaire entre les éditeurs des revues et les entreprises ou organismes publics (en tout 1218 abonnements en 1974 entre autres pour le CERN, Givaudan, l'ONU, Swissair, l'Hôpital cantonal universitaire, Le Conseil de l'Europe²⁴). La focale est mise sur les lieux de recherche et de formation, mais aussi sur les entreprises au niveau local et européen, ainsi que sur les organisations internationales, comme l'indique un gérant de la succursale :

Genève travaillait très fortement les livres techniques et scientifiques auprès de l'industrie suisse et de l'université, de plusieurs gros éditeurs américains très connus dans ce domaine [...]. On recevait, en office nouveautés, un ou quelques exemplaires de chaque nouveauté. Ils nous les envoyaient automatiquement, on n'avait pas besoin de passer la commande et une fois qu'ils étaient arrivés, c'était notre rôle d'essayer de les vendre.²⁵

18. Quelques considérations sur l'inventaire 1960, fonds Payot, IV/08/06.

19. Rapport du C. A., 1960.

20. Rapport du C. A., 1962.

21. Quelques considérations sur l'inventaire 1960, fonds Payot, IV/08/06.

22. Mirador, « La librairie Payot déplace à Saint-Gervais son centre genevois », *Journal de Genève*, 28-29 novembre 1964.

23. À Genève, en 1965, la librairie emploie trois chefs de service, dont l'un s'occupe uniquement des rayons spécialisés, un second de la littérature générale, enfin le troisième gère les tâches administratives. Organigramme Payot-Genève 1965, fonds Payot, IV/09/08/07.

24. Abonnements Genève, 1974, fonds Payot, IV/09/08/02.

25. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

Du côté des éditeurs spécialisés, les bonnes relations commerciales témoignent également du dynamisme de Payot. En 1959, les remises obtenues avec les éditeurs anglo-saxons, dont certains sont très renommés (Cambridge University Press, Irwin, Pergamon, Harper, etc.), sont avantageuses : de 25 à 40 %, avec une moyenne de 33-35 %²⁶ (pour une remise de base de 25 % dans ce domaine). C'est ce qui fait dire au gérant genevois de l'époque, envoyé en 1960 à la Foire de Francfort pour rencontrer les éditeurs internationaux et négocier les contrats, que « le nom de la Librairie Payot est évidemment très connu par la majorité des éditeurs, y compris les italiens, les espagnols et ceux de derrière le rideau de fer »²⁷. Mais une attention particulière est donnée aux éditeurs anglo-saxons qui dominent progressivement ce marché, à tel point que dans le courant des années 1970, la majeure partie des partenaires commerciaux semblait être anglophone, selon le responsable des achats²⁸. Les conditions proposées aux libraires étaient assez strictes, puisque le système de l'office (retour possible des nouveautés) n'existait pas pour ce type d'ouvrages, ce qui supposait de bien cerner la demande avant d'acheter les ouvrages en compte ferme. Les remises étaient donc négociées au mieux, même si « chez les éditeurs anglo-saxons le système était très structuré. Selon le chiffre d'affaires et un taux de retour pas trop élevé, alors on pouvait bénéficier d'un bonus. Mais on était dans des remises de 32 % ce qui était très loin des remises obtenues en littérature générale »²⁹. Selon le même interlocuteur, Payot était à son époque de loin le plus gros client suisse des éditeurs anglo-saxons.

La place acquise par la librairie Payot dans la littérature universitaire l'engage à deux reprises à tenter d'obtenir à Lausanne le titre de « librairie de l'Université ». La première fois remonte à 1958, où Payot profite de la fermeture de Rouge en 1951, ex-« librairie de l'Université », pour passer une convention avec les instances académiques et devenir le dépôt général des publications de l'Université de Lausanne³⁰. Dans cette optique, Payot-Lausanne s'informe pour pouvoir prendre à son tour l'ancienne dénomination de

26. Liste des éditeurs anglo-saxons avec lesquels nous avons un *standing-order*, fonds Payot, IV/07/01.

27. Rapport de voyage Foire du livre de Francfort, 28 septembre 1960, fonds Payot IV/04/03.

28. Entretien avec J.-M. R., le 24 janvier 2011.

29. *Ibid.*

30. Rapport du C. A., 1970.

Rouge³¹. Si ce projet est abandonné, puisque cette nouvelle raison sociale aurait aussi dû être légalement attribuée aux succursales, la volonté de se rapprocher des institutions académiques se dessine toujours plus. En 1966, les gérants des différentes succursales souhaitent que ces liens soient intensifiés « non seulement sur le plan de l'édition, mais également sur le plan de notre activité de libraire »³². Comme en réponse à ce vœu, lors de la construction du campus de Dorigny en 1970, Payot entreprend des démarches auprès de l'EPFL et de l'UNIL « pour chercher des formules qui nous permettraient de mieux jouer notre rôle d'informateurs sur le plan universitaire (exposition régulière des nouveautés à l'EPFL) et de créer d'ici quelques années une grande librairie universitaire à Dorigny, en collaboration avec quelques confrères lausannois »³³, à savoir Naville et la librairie SPES, grande concurrente de Payot dans ce registre. Cette démarche n'aboutira pas, mais les démarches entreprises par Payot attestent du fort intérêt qu'avait la maison à intensifier ses liens avec le monde académique³⁴.

L'attention portée par Payot aux secteurs techniques, scientifiques et universitaires dénote une réelle politique volontariste par la maison. Dans ces secteurs, où le lien à la clientèle est particulièrement précieux, Payot use à la fois de son savoir-faire pour répondre à une demande pointue et de son aura pour fidéliser un public de connaisseurs. Outre l'intérêt économique, cette spécialisation a aussi un bénéfice symbolique certain, puisque l'enseigne se rapproche par ce moyen des élites locales, voire plus internationales.

LE MARCHÉ SCOLAIRE

Le secteur des ouvrages scolaires présente un autre cas de figure, car il connaît d'importants remaniements dans les années d'après-guerre en lien avec l'évolution de l'institution scolaire. Ce marché présente un paradoxe, puisqu'il est à la fois très lucratif pour les librairies et les éditions locales, mais il suppose simultanément une forte dépendance à la demande institutionnelle, qui fluctue

31. Lettre de F. Zachmann (société fiduciaire Lemano) à Jean-Pierre Payot, 27 novembre 1958, fonds Payot, I/020.

32. Compte rendu du séminaire des chefs de service de la librairie Payot Lausanne, 2 septembre 1966, fonds Payot, VII 177.

33. *Ibid.*

34. L'absence de documents d'archives nous empêche malheureusement de savoir quelles ont été les négociations de Payot avec la direction de l'université.

au gré de la transformation des programmes scolaires, mais surtout en fonction des choix politiques en matière d'enseignement. Les années d'après-guerre se déclinent, en effet, sur le ton de la gratuité de l'instruction dans le secondaire. Neuchâtel l'introduit en 1948, Genève en 1947 et Vaud en 1961. En toile de fond se pose l'enjeu d'une distribution gratuite des manuels par l'État dans ces trois cantons où Payot est bien implanté.

Tracer le contour des effets de l'introduction de la gratuité des livres scolaires sur le secteur de la librairie et de l'édition relève d'une véritable gageure, tant les pratiques varient en fonction des législations communales et cantonales, des différents acteurs locaux et du prototype des manuels provenant d'éditions romandes, mais aussi françaises. Pour la maison Payot, nous l'avons vu, l'enjeu se situe d'abord au niveau de l'édition qui tire une bonne part de ses revenus de la publication de ces manuels. L'étatisation progressive des moyens d'enseignement, qui suit un mouvement d'uniformisation à l'échelle romande des programmes et des manuels, a un impact sur tout le champ éditorial, où la concurrence cherche à se partager le marché local. Si la question de la distribution en librairie peut paraître plus résiduelle, les conséquences économiques sont toutefois bien réelles. Qui dit en effet gratuité de l'école implique parfois gratuité des manuels et donc distribution directe des économats aux élèves, avec l'épineux problème des sources d'approvisionnement, les institutions étatiques ayant tendance à se fournir aux conditions les plus avantageuses, c'est-à-dire directement auprès des fournisseurs – éditeurs ou distributeurs – en omettant l'intermédiaire qu'est le libraire³⁵.

Dès lors que l'État prend en charge le coût des fournitures scolaires, les conditions de vente régulées par la SLESR, qui agissent sur un marché privé, ne deviennent plus effectives. L'introduction de la gratuité des manuels scolaires dans le canton de Neuchâtel offre un exemple de la position adoptée par l'association professionnelle pour tenter d'endiguer la perte de ces débouchés lucratifs. Afin d'éviter la dérégulation abrupte de ce marché, les sections cantonales de la SLESR cherchent des solutions pour soutenir les librairies des régions rurales notamment, à qui ce revenu profite plus encore qu'aux librairies des centres urbains. La section neuchâtoise de la SLESR passe ainsi un accord avec le Département de

35. Demeurent alors le marché des instituts privés – nombreux dans le canton de Vaud – et les commandes plus ponctuelles durant l'année comme les livres de littérature.

l'instruction publique pour jouer elle-même la fonction d'intermédiaire avec les éditions (dans le cas présent, principalement Payot qui publie une grande part des manuels au niveau secondaire du canton de Neuchâtel) en revendant les ouvrages aux établissements scolaires avec une remise de 20 % sur les 30 % octroyés par l'édition. Le pourcentage restant est alors utilisé pour couvrir les frais administratifs de l'association, mais il est également redistribué aux huit librairies du canton dans les communes possédant un établissement secondaire pour leur manque à gagner³⁶. Quelques années plus tard, un autre système est expérimenté : chaque librairie du canton est désignée selon un tournus annuel pour procéder à la livraison des manuels, en s'octroyant une commission, mais sous la houlette de la section cantonale qui récupère une partie des bénéfices pour la réinjecter dans des projets collectifs (expositions, foires aux livres, etc.). Le marché scolaire fait donc intervenir l'association professionnelle au niveau de la branche. Le principal enjeu est bien celui du maintien de l'approvisionnement par les librairies pour les achats groupés qui, par ailleurs, et cela bien avant l'introduction de la gratuité, étaient déjà l'occasion de multiples écarts par les éditions elles-mêmes livrant directement les écoles ou par les institutions scolaires qui se fournissaient déjà auprès de marchés de distribution parallèles, notamment pour des ouvrages non édités en Suisse.

Dans le canton de Vaud, des pressions politiques se font sentir depuis la fin des années 1950 par des élus plaçant pour un contrôle plus affirmé de l'État sur la production des manuels scolaires. La motion du socialiste Louis Jaccard déposée en 1958 au Grand Conseil vaudois va dans le sens d'une remise en cause du « monopole Payot ». Mais le Département de l'instruction publique, tenu par le radical Pierre Oguey, proche de la famille Payot, réfute l'idée d'un quelconque monopole et insiste dans son argumentaire sur le savoir-faire professionnel de la maison Payot dans ce domaine spécialisé. Cela étant, la gratuité scolaire et des fournitures dans le secondaire est introduite en 1961 sur sol vaudois. Les négociations de la section vaudoise de la SLESR vont dans le même sens qu'à Neuchâtel, c'est-à-dire vers un système de livraison centralisé par une librairie de la place qui rétrocède ses bénéfices à la section

36. Lettre de la section neuchâteloise de la SLESR aux Éditions Payot, 5 janvier 1948, fonds Payot, VII 42A.

cantonale, le choix s'étant porté sur... la librairie Payot³⁷! Ainsi, l'introduction des manuels gratuits dans le secondaire a pour un temps perpétué l'intervention des librairies, étant donné que «l'État a dû brusquement s'occuper de doter les classes en manuels très divers compte tenu de la complexité de cet enseignement et des habitudes prises à ce niveau de non-uniformisation. Cette diversité s'est accrue avec l'ère actuelle de réformes, restructurations scolaires, expérimentations, méthodes et moyens d'enseignements nouveaux. L'État a conclu pour cela des accords avec les professionnels du livre, les libraires, seuls en mesure de procéder aux commandes et regroupements, etc.»³⁸ Un accord qui avait également trouvé sa raison d'être à Genève en 1957 par l'intermédiaire du Cercle de la librairie genevoise.

Ce système de concertation entre les professionnels du livre et les départements est toutefois mis en cause lors d'un processus de centralisation par l'État de la production et de la distribution des manuels scolaires. En 1970, la constitution de la Coordination romande de l'enseignement (Corome) joue en effet en la faveur d'une uniformisation des programmes romands et tessinois au niveau primaire. Cette coordination des programmes entraîne l'utilisation de matériels d'enseignement communs, qui justifie la création d'économats cantonaux assurant la distribution dans les écoles. Dès la mise en place de ces structures centralisées, librairies et surtout éditions se montrent ainsi inquiètes face à un marché qu'elles sentent toujours plus labile du fait d'intérêts contradictoires avec ceux de l'État, puisque les cantons sont de plus en plus dans l'obligation de se fournir auprès des canaux les plus rentables. Pour les livres étrangers notamment, le recours au marché gris devient le spectre des librairies : «Les économats cantonaux romands, pour la part de leur activité qui dépend du Département de l'instruction publique, ont pris l'habitude de commander une partie importante des livres nécessaires à l'enseignement soit directement à l'étranger, soit par des canaux de distribution qui ne sont pas ceux de l'édition et de la librairie traditionnels. Les libraires de Suisse romande ont subi de ce fait un préjudice très important au cours de ces dernières

37. Convention entre le Département de l'instruction publique et des cultes et la SLESR, section vaudoise, [1967-1968], fonds ASDEL.

38. Mémoire sur le problème de la vente de manuels scolaires aux offices cantonaux de fournitures scolaires, 31 mars 1972, fonds ASDEL.

années.»³⁹ Cette situation avait précédemment déjà fait état de négociations avec les librairies qui avaient exigé en 1967 la mise en place d'une clause de soumission de toute offre aux sections cantonales; un accord qui n'aurait pas été systématiquement respecté par l'État selon les librairies⁴⁰. De même, avec l'instauration de la Coordination romande, il semblerait que la nécessité de se fournir au moins cher ait poussé les départements à franchir parfois les barrières cantonales pour acheter ailleurs des livres à des conditions avantageuses⁴¹. Face à ces pratiques, les acteurs du livre cherchent à préserver leurs intérêts en brandissant la bannière du soutien à l'économie locale et aux métiers du livre, dont le rôle culturel serait rendu possible grâce au maintien du marché scolaire, qui en est une locomotive économique; argument auquel les chefs de départements semblent sensibles, puisqu'il est un élément central – pour ce qui est des éditions – dans « les prescriptions générales concernant les éditions scolaires et la création de moyens d'enseignement sur le plan romand » de novembre 1975. Il y est stipulé qu'il « s'agit de mettre à la portée des éditeurs romands – dont le rôle est primordial dans le maintien d'une vie culturelle diversifiée et indépendante –, un secteur d'activité économiquement important et propre à compenser le caractère aléatoire par nature de l'édition libre. »⁴² Quant aux éditeurs, ils insistent sur leur savoir-faire dans la production spécialisée du livre scolaire, sur leur attitude pragmatique pour rentrer dans leurs frais – ce qui, selon eux, abaisse les coûts de fabrication – et sur la concurrence stimulante suscitée par des mises au concours devenues obligatoires après la fin du « monopole » Payot. Face aux sollicitations des acteurs du livre, qui remontent à la fin des années 1960, un partenariat est ainsi envisagé entre le privé et le public, alors que la structure étatique a décidé de créer un organisme regroupant les pédagogues et les éditions d'État, mais sans opter pour une « super-édition d'État »⁴³. Du côté des libraires, les négociations en 1976 avec cet Office romand des

39. Lettre de Robert Decrey à Raymond Junod, conseiller d'État, 23 octobre 1975, fonds ASDEL.

40. Mémoire sur le problème de la vente de manuels scolaires aux offices cantonaux de fournitures scolaires, 31 mars 1972, fonds ASDEL.

41. *Ibid.*

42. Charte définissant la procédure à suivre pour que la création des moyens d'enseignement décidés par la Corome, projet du 6 mars 1978, fonds ASDEL.

43. Résumé de la séance tenue entre la Commission romande chargée d'étudier les relations entre l'État avec les éditeurs et les auteurs de manuels scolaires et une délégation du bureau des éditeurs, 3 juillet 1970, fonds ASDEL.

éditeurs et des fournitures scolaires (OR), nouvellement créé et dont la fonction est aussi de publier des manuels scolaires étatiques, donnent lieu également à une régulation sur les fournitures. En 1972, les librairies obtiennent de maintenir la distribution d'ouvrages en dessous d'un certain barème de quantité, laissant le soin à l'État de s'adresser directement aux fournisseurs pour des quantités plus élevées.

Les difficultés auxquelles se confrontent l'édition et la librairie face aux tendances d'étatisation à la fin des années 1960 poussent la maison Payot à anticiper la baisse du marché scolaire. Signe d'une forme d'urgence pour Payot qui voit son privilège s'effriter vis-à-vis des instances étatiques, la direction cherche à pérenniser les liens avec la clientèle scolaire, voire à gagner de nouveaux partenaires, alors que des concurrents importants lui font face comme l'édition-librairie SPES. Ainsi, en 1968, Payot engage un délégué aux relations publiques, dont la mission consiste à prospecter auprès des établissements romands privés et publics. Ses rapports hebdomadaires soumis à la direction fournissent des renseignements sur la position de Payot au sein du tissu des institutions scolaires. D'une manière générale, une grande part d'instituts privés et d'écoles professionnelles reconnaissent à la maison de grandes compétences dans ce domaine spécialisé qu'elle a su développer depuis des décennies, «les professeurs continuant à venir à la librairie Payot par tradition et aussi par intérêt (richesse du stock, possibilité de choix, rapidité de la livraison)»⁴⁴. Le recours au savoir-faire des libraires, et le sérieux d'une maison jugée comme particulièrement fiable, sont donc des facteurs déterminants que Payot sait mettre en avant. Mais les propos critiques d'instituts privés ne manquent pas non plus, qui veulent faire jouer la concurrence et faire pression sur les prix. Ils dénoncent par exemple les normes trop sévères de la SLESR, auxquelles Payot reste rigoureusement fidèle. L'attitude de Payot est en effet souvent perçue comme rigide, voire procédurière, vis-à-vis des conditions de vente (par exemple ne pas faire de remise de quantité accordée à partir de 50 exemplaires pour une commande qui s'élève à 49 exemplaires), ce qui est le signe pour certains de l'attitude arrogante d'un «trust»⁴⁵. Mais ces critiques révèlent surtout que le «monopole Payot» n'est plus aussi monolithique. Le marché scolaire s'organise en effet autour de nouvelles structures.

44. Rapport hebdomadaire de Jean Forestier, 18 janvier 1969, fonds Payot, VII 222.

45. *Ibid.*, 20 septembre 1968, fonds Payot, VII 222.

Des directions d'écoles privées, à la tête desquelles la vieille institution lausannoise Villa Brillantmont, ont fondé une centrale d'achat en partenariat avec les Éditions SPES dans l'idée d'une centralisation des commandes afin de profiter de meilleures conditions d'achat. La peur de Payot dans ce cas est de perdre les commandes groupées, les plus intéressantes commercialement, et de n'être sollicité que pour des demandes pointues qui requièrent leur savoir-faire en la matière. Cela, malgré le *gentleman's agreement* passé avec SPES pour se partager le marché des établissements scolaires⁴⁶. En perdant sa position de force, Payot est ainsi confrontée à la nécessité de revoir ses méthodes de travail, puisque ses concurrents développent des stratégies qui proposent des conditions avantageuses en termes de prix grâce au regroupement des achats.

Pour conclure, nous retiendrons que la réputation de Payot lui assure la fidélité d'un nombre important d'acteurs du monde de l'enseignement qui la reconnaissent pour son service de haute qualité. Le contexte des années d'après-guerre est celui toutefois de l'effritement d'une position de privilège qui voit apparaître des formes nouvelles de concurrence que ce soit dans le contrôle adopté par l'État sur la distribution des livres scolaires ou dans l'organisation de systèmes de grossistes pour les instituts privés qui ignorent la régulation des ventes par les professionnels du métier. En ce sens, la spécialisation du scolaire est soumise à des forces hétéronomes au champ du livre, qui doit s'ajuster aux enjeux politiques et éducatifs dépassant de loin les préoccupations économiques des libraires, alors que ce marché représente l'unique « niche » de spécialisation réellement rentable à l'échelle romande.

UN PUBLIC SPÉCIFIQUE: LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Rapidement après la fin de la Seconde Guerre mondiale, la librairie Payot renoue avec le marché des organisations internationales, qu'elle avait déjà développé dans l'entre-deux-guerres en tant que dépositaire des publications de la Société des Nations. Elle relance ce créneau en 1947 en sollicitant des liens avec le bureau européen des Nations unies qui s'ouvre à Genève en 1946. Assez naturellement, l'organisation internationale désigne la maison Payot comme représentante de ses publications en Suisse, excepté à Zurich où

46. Cahier des charges de M. Forestier, délégué aux relations publiques, [1968], fonds Payot, VII 222.

elle s'adresse à la librairie Hans Raunhardt. Le service des ventes de l'ONU envoie ainsi ses publications (généralement annuelles comme les périodiques ou les recensions statistiques), que Payot est chargée de distribuer dans toute la Suisse parmi le réseau de détaillants. Rapidement, la réputation de la maison acquise dans ce domaine lui permet de devenir la librairie privilégiée pour la vente de tous ces types d'ouvrages dans la Cité de Calvin. Ainsi, les contrats d'exclusivité avec d'autres organisations vont suivre: au début des années 1960, Payot-Genève diffuse les publications d'importants organismes comme l'OTAN, l'OMS, la FAO, l'Unesco ou encore le BIT. L'intérêt que peut avoir la maison dans ce domaine découle de plusieurs facteurs: une exclusivité en tant que grossiste, d'une part; un monopole comme libraire, d'autre part, sur un marché ultraspécialisé que la concurrence domine peu avec une clientèle institutionnelle assurée qui commande chaque année les mêmes publications périodiques. Les remises sont en outre souvent intéressantes, par exemple les termes du contrat avec la FAO en 1950 indiquent un partage sur le prix à hauteur de 60 % en faveur de l'organisme et 40 % pour la maison Payot. Inversement, Payot s'engage à faire de la prospection auprès de la clientèle ciblée et à rendre visible dans leurs magasins ce type de publications. Enfin, leur vente assure à Payot une bonne réputation. Selon un ancien gérant de la succursale genevoise, Jean-Pierre Payot se disait « très fier de ces contacts internationaux »⁴⁷ grâce à une clientèle d'« homme cultivé, du spécialiste et du fonctionnaire qui veulent connaître sur tous leurs aspects l'œuvre quotidienne et les réalisations des Nations unies et des institutions spécialisées »⁴⁸.

Étant donné cette spécialisation, la direction de l'ONU mandate même, en 1964, la librairie Payot pour ouvrir une antenne de sa propre succursale genevoise dans le bâtiment onusien. Située à l'entrée du bâtiment sur le passage obligé de tous les fonctionnaires à côté d'une banque, d'une poste, d'un bar et d'un kiosque Naville (qui peut vendre un nombre limité de livres), cette petite surface commerciale (25m²) représente un fort potentiel de ventes. Le local est concédé gratuitement à la librairie, qui rétrocède en échange une ristourne mensuelle de 2 % proportionnelle au chiffre d'affaires⁴⁹.

47. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

48. Périodique des Nations unies, [non daté], fonds Payot, VII 37.

49. Convention entre la librairie Payot et l'Office européen des Nations unies, [1963], fonds Payot, I/007.

En plus des ouvrages ultraspécialisés diffusés en exclusivité par Payot, la librairie élargit son assortiment à des ouvrages plus généralistes (droit international, économie, sociologie) pour ouvrir son champ d'activité à une littérature moins professionnelle. L'aménagement souligne cette volonté avec la mise en place d'un salon de lecture, centré sur l'aspect convivial au sein d'« un point de vente pratique, moderne, bien éclairé, permettant à tous les intéressés de suivre au jour le jour la parution des nouvelles publications rentrant dans le cadre de la vie internationale; chacun peut y bouquiner facilement devant les rayons ou même se plonger dans une lecture plus concentrée dans le petit salon aménagé tout à côté »⁵⁰. Du côté de l'ONU, la visibilité des publications dans l'espace de la librairie, le recours à la compétence bibliographique d'une libraire qualifiée et la création d'un espace de rencontre offrent un réel service à ses employé-e-s. Pour Payot, outre l'intérêt purement commercial, cette nouvelle vitrine peut être attractive auprès d'une clientèle cultivée, alors que la maison ouvre simultanément son nouveau magasin à Saint-Gervais, comme le souligne le gérant genevois de l'époque: « Si nous arrivons à un arrangement valable, ce point de vente sera inestimable comme publicité pour la maison en général et le nouveau magasin de Saint-Gervais en particulier. »⁵¹

L'exploitation de cette librairie ne durera toutefois que dix ans. Malgré la possibilité d'élargir la spécialisation des études internationales à la globalité des sciences humaines, le contrat passé avec l'ONU sur l'exploitation de la librairie reste en effet trop restrictif pour répondre aux normes de rentabilité d'une librairie: limitation de la surface de vente et de l'assortiment, charges élevées, difficulté à trouver un personnel polyglotte et spécialisé dans le domaine⁵². La différence de conception du type de commerce entre les deux parties montre les limites d'une exploitation de librairie dans le cadre d'un mandat institutionnel, où la péréquation avec des ouvrages de vente plus généraliste est limitée. L'ONU a comme perspective la diffusion pointue de contenus destinés à des fins purement professionnelles, tandis que Payot doit répondre à des exigences de rentabilité en ouvrant son activité à une librairie manifestement plus généraliste. Le dynamisme du début n'aura donc duré que quelques années.

50. Discours de Jean-Pierre Payot à l'inauguration du magasin de l'ONU, [juin 1964], fonds Payot, I/007

51. Note manuscrite de Jean-Pierre Payot prise sur la lettre de Mosa Bielawski (gérant de Payot-Genève) à Jean-Pierre Payot, 30 novembre 1962, fonds Payot, I/007.

52. Lettre de Jean-Pierre Payot à Mosa Bielawski, 7 décembre 1973, fonds Payot, I/007.

Les ventes diminuent, en effet, dès 1968, alors que l'ONU réduit son personnel – l'unique clientèle de cette arcade – et l'organisation de congrès internationaux, où la librairie pouvait proposer un choix intéressant d'ouvrages. Payot cesse donc l'exploitation de cette annexe en 1974, mais le magasin de Saint-Gervais maintient cette forte spécialisation encore jusque dans les années 1990. Ainsi, au-delà des aléas que suscite le développement d'une librairie ultraspécialisée, qui semble délicate à maintenir sur le long terme, le créneau ouvert par Payot à Genève est un exemple significatif de l'intérêt pour le libraire à se montrer perméable à la demande locale et à développer des niches spécialisées. Le choix d'assortiment entre la littérature générale, qui s'adresse à une clientèle diversifiée, et la littérature spécialisée, destinée à une clientèle ciblée, correspond au modèle de « librairie universelle » que développe Payot à cette époque. Cette structure se retrouve dans le choix d'aménagement, qui superpose aussi au niveau de l'espace ce double modèle de magasin « tout-venant » ou « profilé ». C'est ce que nous étudions dans les pages à venir : au « quoi vendre » vient s'ajouter le « comment vendre ».

5. LES DISPOSITIFS DE VENTE

La conception d'une librairie qui favorise l'accès de la clientèle aux ouvrages trouve sa forme matérielle dans l'aménagement des magasins à travers notamment la généralisation du libre-service. Ce type de dispositif de vente suppose une nouvelle manière d'aménager l'espace de vente afin de garantir une meilleure circulation, tout en intégrant également un nouveau mobilier qui favorise la présentation des livres. Cette nouvelle librairie met ainsi en place des stratégies de « captation à distance », selon l'expression de Franck Cochoy¹, où un rapport en deux temps s'établit entre la clientèle et le « produit » : premièrement un regard distancié (avoir une vision panoptique pour pouvoir se diriger seul) puis, à l'opposé, un contact direct avec le livre puisqu'il est désormais possible de prendre facilement l'objet dans les mains pour le consulter – chose peu évidente dans la conception traditionnelle de la librairie. Le libre-service est ainsi la matérialisation de pratiques nouvelles, car il insinue un rapport moins médiatisé par le regard expert des libraires, mais il interpelle la clientèle par des stratégies de vente qui suggèrent un rapport plus individualisé à la culture.

L'importance acquise par le libre-service s'observe dans le commerce de la librairie surtout à partir des années d'après-guerre, alors que les méthodes de la grande distribution s'imposent progressivement. Développé à partir du début du XX^e siècle dans le commerce alimentaire², le libre-service s'est élaboré par tâtonnements

1. Cochoy, 2004, pp. 11-23.

2. L'historiographie tend à faire remonter l'introduction du libre-service au développement de la chaîne de magasins Piggly Wiggly par Clarence Saunders en 1916 à Memphis, chaîne qui comptera 2600 magasins dans les années 1920. Catherine Grandclément note toutefois que des projets initiaux avaient été développés précédemment, mais c'est Saunders qui aurait breveté les agencements de ses magasins. Grandclément, 2011, pp. 65-67.

successifs grâce à de nouvelles structures spatiales et de nouvelles mises en scène des produits à travers leur *packaging*³, qui permet d'abandonner la vente en vrac et donc, la sollicitation du vendeur. Venu d'Amérique, le libre-service se généralise en Europe après la Seconde Guerre mondiale. Migros ouvre un premier magasin en libre-service en Suisse à Zurich en 1948⁴, la même année que le premier magasin français⁵. Mais cette innovation entre étape par étape dans les nouvelles habitudes de consommation, puisque Jean-Claude Daumas ne recense que 1663 magasins en libre-service en France en 1959⁶. En Suisse, environ 22 % des magasins d'alimentation proposent le libre-service en 1957, tandis que ce taux atteint les 60 % en 1967⁷. En outre, le *Recensement fédéral des entreprises* voit apparaître la catégorie « supermarché » en 1955 (au nombre de six dans toute la Suisse), qui n'existait pas dans le volume précédent de 1939⁸. Leur nombre augmente encore de manière significative dans les années 1960.

Le commerce du livre intègre relativement rapidement ce type de dispositif, puisqu'à partir du début des années 1960, la question du libre-service revient régulièrement dans les articles de la presse professionnelle *La librairie suisse*, qui en présente les innovations et en vante les mérites. La maison Payot, quant à elle, suit le même rythme, puisqu'elle réaménage tous ses magasins pendant les années 1960, en transformant et en agrandissant les surfaces occupées ou en déménageant, comme nous l'avons vu, dans un espace plus grand. Le manque de place semble en effet devenir un mal endémique à une époque où l'augmentation de la production nécessite de nouveaux espaces de rangement. Le regard chronologique sur les solutions apportées – ou projetées – à Lausanne, dans le vieil immeuble de Bourg, nous renseigne, dans un premier temps, sur les enjeux d'un magasin situé dans un immeuble construit selon les normes « modernes » de son époque, mais dont l'architecture montre désormais les limites de sa fonctionnalité. Puis, dans un second temps, nous nous pencherons sur les transformations concrètes opérées dans les magasins en termes de conception de l'espace et du mobilier à partir des années 1960.

3. Cochoy, 2008, pp. 34-53.

4. Brändli, 2000, p. 49.

5. Daumas, 2006a, p. 60.

6. *Ibid.*

7. Brändli, 2000, p. 53.

8. *Recensement fédéral des entreprises*, 1965, catégorie 6202.

DES MURS INEXTENSIBLES

Depuis 1927, Samuel Payot entre en tractation avec le propriétaire de l'immeuble adjacent à celui de Bourg, dans la prolongation de la rue Saint-François, pour en faire l'acquisition, afin d'agrandir son commerce. L'hoirie Payot, acquise au nom de Samuel, se compose déjà des trois premières arcades de la rue Saint-François, dont les deux premières, situées dans la descente, sont louées de longue date à des commerçants (primeur, articles de sport, etc.) qu'il ne souhaite pas déloger. La dernière, quant à elle, est récupérée par la maison pour y installer une papeterie en 1930, qui cessera son activité en 1972 à la prise de retraite de sa gérante. Son intention, en revanche, est d'agrandir dans la longueur le magasin de librairie situé au-dessus des arcades ce qui implique d'acquérir l'immeuble contigu au sien. C'est pourquoi, il entre en négociations en 1927, mais sans tomber d'accord sur le prix d'achat, et ce n'est qu'une quinzaine d'années plus tard, en 1943, soit au décès du propriétaire, que sa veuve finit par vendre l'immeuble à Samuel Payot, à la condition de pouvoir maintenir la location de son commerce (une boucherie). L'acquisition s'élève à 170 000 fr. (860 000) (avec 70 000 fr. annuels de revenu en location de l'arcade), mais la maison Payot rajoute la même somme en frais de rénovation et d'aménagement intérieur du magasin et des bureaux situés à l'étage.

Grâce à cette opération terminée en 1944, la surface de magasin passe de 180 m² au sol à 270 m² (sur deux étages)⁹. La transformation représente des charges considérables au bilan de 1944-1945, mais c'est sans compter le bénéfice qu'enregistrera l'entreprise l'année suivante: 35 %, en partie réalisé grâce à « l'augmentation sensible du choix des livres en stock dans tous les domaines »¹⁰. Ce seul exemple est significatif des conséquences très bénéfiques des transformations opérées dans les magasins, tout en mettant en évidence les investissements requis révélant la nécessité d'une assise financière importante dans l'entreprise ou grâce à des fonds externes (autres sociétés, emprunts bancaires). Cette augmentation de la surface semble suffisante jusqu'au début des années 1960, où d'autres importantes transformations sont opérées. Comme nous l'avons déjà évoqué, les deux magasins dans la descente de la rue Saint-François sont récupérés aux anciens commerçants pour

9. Le rez-de-chaussée couvre 141 m² + 10 m² de galerie et le premier étage, directement relié par un escalier représente 120 m². Les autres étages sont attribués aux bureaux. Les arcades sont, quant à elles, louées à d'autres commerçants jusqu'au début des années 1960, si ce n'est la papeterie inaugurée en 1930.

10. Rapport du C. A., 1944-1945.

installer des arcades avec vitrine et entrées séparées, l'une consacrée au livre jeunesse en 1961 et l'autre, une année plus tard, qui « sera transformé en self-service pour le livre de poche français, afin de dégager nos étages de vente en librairie »¹¹. Mais gagner 120 m² environ de surface de vente par l'ouverture de ces deux nouveaux espaces ne suffit toujours pas, puisque, selon l'architecte mandaté, la surface totale de vente qui s'élève à 450 m² en 1969 devrait en posséder 300 de plus pour répondre aux besoins de la librairie¹². D'autres difficultés proviennent des « couches » successives d'acquisition des locaux. C'est le cas d'un escalier central menant au premier étage à l'endroit de l'ancienne séparation entre les deux immeubles, qui occupe 35 m² par étage, soit 160 m² en tout, et d'un ascenseur réservé au personnel. Les difficultés de circulation sont donc constantes et empêchent une bonne mobilité de la clientèle, selon l'architecte : « La liaison entre les différents niveaux au point de vue commercial est irrationnelle, vu le manque de contact direct et de fluidité entre les zones de vente réparties sur trois niveaux. »¹³ La recherche d'une architecture verticale, qui prévalait à la construction de l'immeuble en 1912 pour souligner la sensation de hauteur montre ici ses limites. Afin de pallier ces difficultés et rendre fonctionnel un magasin qui a été construit selon des normes remontant à un demi-siècle, la librairie Payot insiste auprès des propriétaires voisins pour racheter une partie de leur immeuble, mais sans succès. Face à ces échecs, plusieurs solutions sont envisagées : l'une consiste par exemple à déplacer l'escalier et l'ascenseur dans la cour intérieure pour « permettre une liaison directe et visuelle entre les niveaux »¹⁴ ; l'autre, en 1970, à louer des arcades aux immeubles voisins et d'aménager les sous-sols des magasins¹⁵ de la rue de Bourg ou encore à louer tout l'immeuble adjacent à défaut d'être racheté. Bref, après de multiples tractations qui courent sur environ quatre ans (en 1973, il s'agit encore de construire un ascenseur à l'extérieur du bâtiment) la solution est trouvée : ouvrir, en 1973, un magasin à la place Pépinet, dans un quartier commercial en devenir, même s'il demeure à cette époque encore beaucoup moins passant que la rue de Bourg. Mais ce magasin deviendra le symbole de la conception moderne d'aménagement en librairie par ses espaces ouverts et fonctionnels.

11. Rapport du C. A., 1961.

12. Expertise par l'architecte Hans Schaffner, [1969], fonds Payot, IV/09/01/15.

13. *Ibid.*

14. *Ibid.*

15. Procès-verbal de la séance entre les architectes, Jean-Pierre et Jean-Marc Payot, 5 mai 1970, fonds Payot, IV/09/01/15.

LA « PRÉSENCE-ABSENCE » : LE LIBRE-SERVICE

Le principe de base du libre-service tient à l'invisibilité de la médiation physique entre la clientèle et le bien incarnée par les vendeuses et les vendeurs. La médiation commerciale passe alors par des stratégies de substitution de l'interaction concrète à travers une communication à distance principalement visuelle (signalétique, esthétique du magasin, emballage des produits). Dans ce type de communication, d'autres perceptions sont convoquées, comme l'engagement corporel – déambulations, coins lecture dans le cas des librairies – ou le toucher par la manipulation des objets¹⁶. Cette nouvelle relation marchande suppose donc de susciter l'achat par un rapport à distance, tout en rendant l'objet accessible. Cela implique une consommation plus individualisée, atténuant le contrôle social que les libraires pouvaient précédemment incarner en tant que dépositaires d'une norme culturelle¹⁷ : désormais, on ne va plus chez les libraires, mais à la librairie¹⁸, d'où l'importance de la visibilité créée par le nom de l'enseigne et par l'identité visuelle du magasin. En ce sens, la coïncidence temporelle de la mise en place des dispositifs de libre-service en librairie et de la commercialisation du livre de poche est significative, puisque ces deux formes sont le symbole de la démocratisation du livre. La vente des ouvrages rognés – prédécoupés sur le haut et la tranche – s'est par exemple systématisée avec l'essor du livre de poche¹⁹ et a été une condition nécessaire à l'introduction du libre-service, afin que le client puisse feuilleter les ouvrages par lui-même en magasin. Le libre-service implique également une plus grande mise en scène matérielle du livre, ce que le poche permet grâce à sa couverture « accrocheuse » soutenue par une iconographie et une identité graphique fortes.

Avec le libre-service, des pratiques commerciales plus anciennes, fondées sur un rapport de fidélisation de la clientèle, disparaissent progressivement, à l'instar de la vente à crédit sur la base d'un compte ouvert chez le commerçant et facturée au mois. Sans connaître précisément l'époque où le principe du crédit est abandonné, deux

16. L'emballage sonore est un élément qui s'est imposé à une époque plus tardive. Sur ces questions, Grandclément, 2008, pp. 55-57.

17. Catherine Grandclément met en évidence les mêmes phénomènes d'atténuation du contrôle social dans l'acte d'achat grâce au libre-service aux États-Unis qui, tout en « mettant au travail » le consommateur, peut également être un facteur de « libération » puisque, par exemple, le montant des achats est plus discret. Grandclément, 2011, pp. 70-72.

18. Ozanne, 2008, p. 403.

19. Chaffanjon, 2008a, p. 471.

sources évoquent à dix ans d'écart l'atténuation de cette pratique. Dans l'enquête sur la rationalisation en librairie de 1958 citée précédemment, trois magasins Payot font état de la répartition entre vente au comptant et vente à crédit. Cette seconde option représente encore une part importante du chiffre d'affaires annuel, puisqu'elle s'élève à 35 % à Montreux et à 50 % à Zurich²⁰. Autre pratique, les bibliothèques circulantes, c'est-à-dire un service de prêt d'ouvrages sous forme d'abonnements payants, que les petites librairies généralistes Payot (Vevey, Montreux, Neuchâtel, Berne) maintenaient, sont également abandonnées. Même si ces abonnements étaient peu rentables, elles garantissaient un lien de fidélité avec la clientèle. Montreux et Berne cessent cette exploitation en 1948 pour gagner de la place de vente, Neuchâtel attend le début des transformations du magasin en 1961, tandis que Vevey la maintient encore quelques années. Mais la nécessité d'une ouverture de l'espace et l'augmentation des stocks auront progressivement raison de ce type de services.

C'est à partir de la fin des années 1950 que la direction Payot sensibilise ses gérants à l'introduction du libre-service. Selon l'ancien gérant de Payot-Berne, la directive de Lausanne à sa reprise du magasin a été de le « revivifier ». Sa première action a donc été d'en transformer l'aménagement intérieur :

Je suis arrivé comme gérant à Berne en 1958, il n'y avait aucune paroi directement accessible au public. Il y avait des livres jusqu'au plafond, le magasin était haut, il y avait une tringle tout le long, il y avait une échelle et c'est le libraire qui montait chercher. Il allait s'informer auprès du client de ce qu'il voulait, quitte à remettre le livre après. Concrètement il a fallu supprimer ce qui était devant les bibliothèques. On a ouvert partout, mis une gondole au centre qui donnait la même exposition, mais qui permettait d'avoir accès. La nouveauté était de permettre au client d'arriver au livre.²¹

L'introduction des tourniquets pour les collections poche, à placer en dehors de la boutique, est aussi révélatrice des nouveaux besoins spatiaux. Après un sondage de la direction en 1961 auprès des gérants

20. « Enquête sur la rationalisation en librairie », 1958, fonds Payot, IV/06/01.

21. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010. Un article à l'ouverture de la succursale de Bâle après les transformations du magasin souligne exactement la même chose en 1966 : « La librairie Payot n'était pas seulement un haut lieu de rencontre des clients francophones, mais elle était aussi jusqu'à récemment, avec son espace en verticalité, un lieu involontaire de l'alpinisme en chambre. » [Non signé], *National Zeitung*, 28 septembre 1966, fonds Payot, IV/09/10/03,

pour connaître leur satisfaction sur ce type de support, les réponses mettent en avant la difficulté à sortir ces tourniquets lourds, car remplis de livres, dans les boutiques possédant des marches à l'entrée²². La confrontation entre l'architecture traditionnelle des magasins et la transition vers des formes commerciales nouvelles se lit encore dans cet exemple des années 1960. L'enjeu d'une modernisation des magasins fait donc partie des priorités de Payot, ce que confirment les investissements très onéreux auxquels la direction a procédé dans tous ses magasins sur une quinzaine d'années pour façonner ces nouveaux espaces de vente tant « la modernisation d'un magasin attire une nouvelle clientèle qui, dans une certaine mesure, permet d'amortir les frais de rénovation beaucoup plus rapidement que prévu »²³.

Atténuer la présence du commerçant nécessite de façonner une meilleure lisibilité spatiale permettant au client de se repérer dans l'espace, tout en sachant mettre en scène le livre de façon à susciter la curiosité, voire l'envie. Un double système se juxtapose ici : premièrement, dans la conception globale de l'espace, la distinction entre ventes rapides, ventes de fonds et ventes spécialisées renvoyant à des pratiques d'achat différentes ; deuxièmement, dans un découpage plus fin par l'ordonnancement des rayonnages selon une classification thématique qui renvoie à l'expérience de lecture de la clientèle – comme en bibliothèque. En ce sens, la circulation du magasin est d'abord conçue selon les pratiques de consommation de la clientèle.

Pour illustrer la logique de structuration de l'espace en trois zones, nous nous fondons sur l'analyse du plan de la succursale de Neuchâtel lors de sa transformation entre 1961 et 1967. Cette arcade de taille moyenne (94 m²) propose principalement de la littérature générale (environ 80 %), tout en offrant de petites spécialisations, comme des livres illustrés du pays neuchâtelois ou des ouvrages à vocation touristique. D'une manière générale, les travaux ont pour finalité l'ouverture de l'espace et la facilitation de la circulation grâce à l'abattement du mur central et l'installation d'un système de portes électriques rendant plus fluides les entrées et les sorties. L'espace « ouvert » favorise ainsi le regard horizontal avec des meubles n'obstruant pas la visibilité, ce qui rompt avec l'empilement massif des livres « jusqu'au plafond », caractéristique de la librairie ancienne.

22. Lettre de la Payot-Berne à Payot-Lausanne, 19 mai 1961, I/101.

23. Rapport de la visite à la succursale de Neuchâtel, mai 1959, fonds Payot, IV/08/05.

déjà existante. Cet espace s'étend sur environ un quart de l'arcade et il est visuellement marqué par un revêtement au sol spécifique sous la forme d'un dallage de mosaïques de marbre, matériau chic et fonctionnel, tandis que le reste du magasin est en moquette, plus fondé sur un effet de confort. La zone d'appel prolonge la première accroche dans la rue matérialisée par la vitrine. Dans la zone d'appel, la clientèle peut toucher le livre, le feuilleter en consultant des ouvrages choisis par les libraires et mis à disposition sur des tables d'exposition, seuls meubles à occuper cet espace. Ce dispositif des livres à l'entrée du magasin est tout à fait opposé à celui décrit par le gérant de Berne avant l'introduction du libre-service, pointant le fait « qu'il y avait quand même un couloir permettant un accès direct des clients aux livres, mais que les clients n'y allaient pas, car il fallait traverser tout le magasin »²⁵. Comme dans les vitrines, les livres exposés sont en général les nouveautés, voire les *booms* médiatiques, comme en témoignera plus tard l'« effet *Apostrophes* » consistant à déposer le matin sur ces tables des piles de livres dont on a parlé la veille dans l'émission littéraire²⁶, ou des ouvrages qui relaient l'actualité culturelle, politique, saisonnière, événementielle.

La « zone de choix » est celle des rayons où la clientèle cherche elle-même les ouvrages sans idée préconçue. Le secteur « livre de poche » est le plus accessible, suivi des ouvrages de littérature générale (littérature, essais), où le choix peut se faire seul en flânant dans le magasin ou nécessiter un conseil ; d'où la présence des libraires au centre de la zone, où se trouve également la caisse. Les principaux meubles à occuper cet espace sont des gondoles, entre-deux entre la table d'exposition et la bibliothèque, qui sont des meubles bas structurés en trois parties avec des présentoirs de face et d'autres, couchés pour mettre certains livres en évidence, puis des rayonnages qui présentent la tranche du livre.

Enfin, la troisième partie, la moins directement accessible, est la « zone de besoin » qui propose les ouvrages spécialisés pour une clientèle professionnelle et estudiantine. Ici l'ameublement est plus classique avec des bibliothèques où les livres sont disposés les uns à côté des autres, seulement mis en évidence par la signalétique des catégories thématiques. Sur le plan de la librairie de Neuchâtel, la logique d'un classement allant du livre le moins spécialisé au plus spécialisé est évidente : les parois les plus accessibles depuis l'entrée

25. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

26. Entretien avec C. B., le 26 novembre 2010. L'émission *Apostrophes* débute en 1975.

dans cette zone relèvent encore de la littérature générale (allemand, anglais, histoire, philosophie, religion) ; viennent ensuite la médecine, l'hygiène et la philatélie ; et tout au fond les beaux-arts, les livres sur le pays, puis les encyclopédies, ouvrages réservés à une clientèle précise.

Ainsi, ces trois zones permettent de favoriser l'acte d'achat en fonction du type de livre recherché et façonnent un nouveau rapport à une clientèle plus autonome, puisqu'elle va seule aux livres selon ses propres besoins. Ces dispositifs n'impliquent toutefois pas une passivité des libraires, mais plutôt, comme le dit Franck Cochoy, un « faire/laissez-faire », lorsqu'il décrit l'espace plus contemporain et plus manifestement commercial des grands magasins :

Le libre-service performe l'utopie libérale d'une action fluide et sans entrave des agents économiques sur le marché (« laissez-faire ») ; d'un autre côté, et paradoxalement, les professionnels savent bien qu'une telle utopie n'a de chance de prendre forme qu'au travers d'opérations de cadrage et de contrôle très étroites, à grand renfort de dispositifs de fluidifications (tapis roulants), de canalisation (rails, gondoles) et de contrôle (caissières), voire de dispositifs articulant subtilement les trois opérations comme le chariot, les tourniquets et les caisses ; c'est en cela que l'on peut parler d'actions visant à faire/laissez-faire.²⁷

Quant aux tables d'exposition, elles occupent en général l'espace d'entrée, mais elles peuvent également être situées dans des zones plus discrètes pour permettre la consultation des ouvrages avec l'installation de chaises. La succursale de Bâle propose ce type d'ambiance, puisque, comme l'indique un article de presse lors de son inauguration en 1966, « une petite "cave de lecture" et une nouvelle galerie avec plusieurs sièges et tables complètent désormais le rez-de-chaussée éclairé. Moquette, climatisation, coins d'exposition, vendeuses sympathiques – tout y est... »²⁸ La librairie s'oriente ainsi vers une « domesticité » de l'espace en permettant de prendre connaissance du contenu des ouvrages tout en se sentant « comme à la maison » avec la possibilité de prendre son temps. Les « niches » formées par les tables et les fauteuils permettent ainsi de créer ce sentiment d'intimité.

27. Cochoy, 2004, p. 15.

28. [Non signé], *National Zeitung*, 28 septembre 1966, fonds Payot, IV/09/10/03.

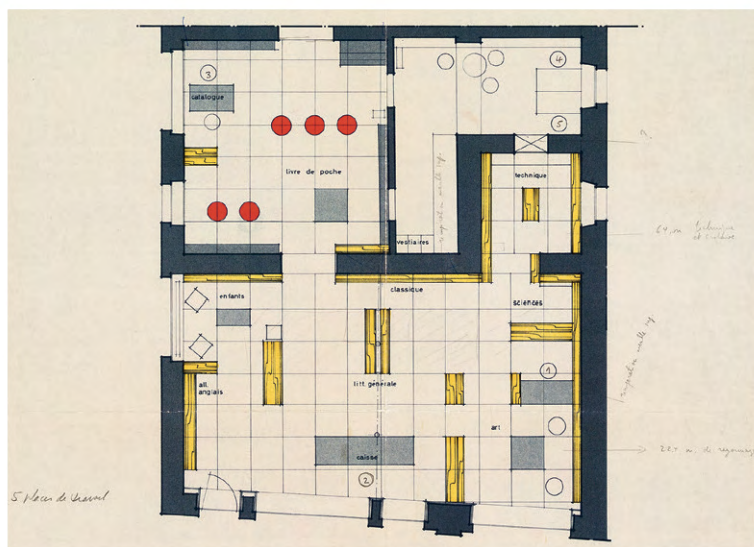


7. Rayon technique de la librairie Payot-Lausanne [années 1960].

Source: BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/23]

Dans les années 1970, des entreprises proposeront des aménagements fonctionnels plus légers (tubulaires en métal) et flexibles, parfois colorés aussi, spécialement conçus pour les magasins de librairie. Les meubles sont désormais conçus pour être interchangeables vu l'évolution du volume de stocks, comme en témoigne une note lors de l'aménagement de Payot-Bâle en 1966: «Faisons tous les rayons de la même manière de telle sorte que nous puissions changer de place les collections sans difficulté. Peut-être qu'en effet, nous serons obligés, dans quelques années, de prendre le sous-sol entier pour les collections de poche.»²⁹ Exit donc les banques imposantes de chêne qui trônaient encore dans le magasin de Bourg lors de sa transformation en 1946. Autre aspect: dans un espace non

29. Lettre du gérant de Payot-Bâle à Jean-Pierre Payot, 14 mars 1966, IV/09/01/04.



8. Projet de plan des transformations de Payot-Vevey, 1967.

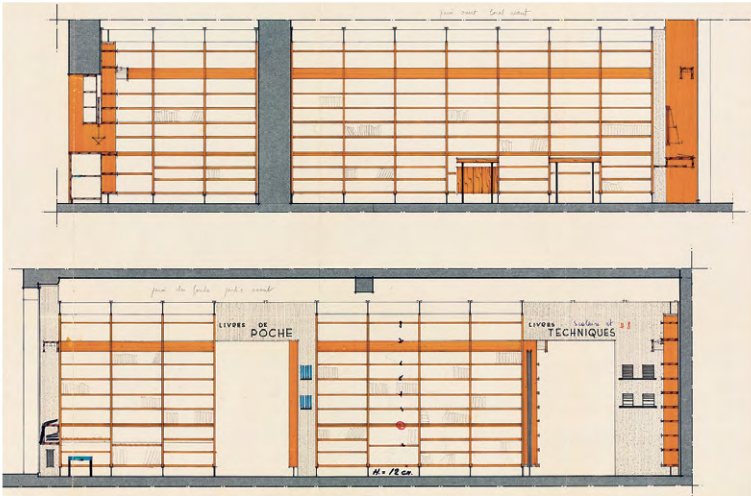
Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/09/01]

éclairé par la lumière du jour, des luminaires découpent les étagères à hauteur d'homme permettant une meilleure lecture. Dans les années 1960, le système de néons et d'« armatures lumineuses » remplace donc progressivement l'éclairage traditionnel.

SÉRIALISER L'OFFRE: LE CLASSEMENT THÉMATIQUE

La signalétique des rayons participe aussi des dispositifs de guide dans le magasin. La stratégie qui s'impose est celle de l'ordonnancement thématique des ouvrages qui fait gagner en lisibilité, contrairement à la logique plus ancienne classée souvent par éditions. Un article de journal à l'ouverture d'une arcade Payot réaménagée souligne que « tous les livres sont maintenant disposés dans de nouvelles étagères pratiques et sont – du manuel scolaire au polar et au classique – très clairement ordonnés et faciles à atteindre »³⁰. C'est donc dans cette décennie que ce type de classement se systématisait avec une sérialisation des ouvrages selon des catégories d'ensemble.

30. [Non signé], *National Zeitung*, 28 septembre 1966, fonds Payot, IV/09/10/03.



9. Croquis du projet de la succursale de Vevey, 1967.

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/09/01]

Les créneaux éditoriaux les plus porteurs ont droit à leur espace propre. La comparaison des plans de transformation des différents magasins Payot confirme en effet que le poche, le livre jeunesse et parfois le secteur technique occupent des zones clairement délimitées. Outre à Lausanne et à Genève, le commerce de Zurich réserve par exemple un espace spécifique dédié au poche sur un tiers de la surface du rez-de-chaussée (39 m² sur 118 m²). À Vevey, l'importance accordée à la pochothèque est encore plus flagrante puisqu'elle occupe un quart d'un magasin de petite surface, comme nous le voyons sur le plan ci-dessous.

Ce plan met en évidence la nécessité de réserver un espace spécifique au poche et au rayon technique – ce qui peut surprendre dans une librairie généraliste – par des encadrements spécifiques qui font accéder à ces deux espaces, alors que les autres secteurs sont simplement délimités par les bibliothèques. Quant au rayon jeunesse, il est situé juste en face de l'entrée, dans la continuité des rayons de littérature allemande et anglaise dont la mise en évidence s'explique par l'orientation « touristique » de la librairie (la devanture porte en effet l'inscription Payot-Books-Bücher-Payot librairie).

Le projet d'implantation des rayons de Bâle, après les transformations de la librairie en 1966, offre une vision détaillée de l'aménagement des rayons. Comme le souligne ultérieurement, en 1978, le manuel français rédigé par Michel Ollendorf destiné aux libraires qui dispense des conseils en termes d'organisation commerciale³¹, l'implantation des rayons répond d'abord aux usages de la lecture, entre lectures de plaisir (surtout la fiction) et celle de la connaissance (livres scolaires, universitaires et professionnels, livres pratiques, dictionnaires et guides), soit les littératures générale et spécialisée, la première se trouvant à Bâle au rez-de-chaussée et la seconde au premier étage.

Dans ces deux types de littérature, Michel Ollendorf distingue cinq sous-catégories : distraction (fictions, grandes ventes), culture et plaisir (arts, poésie, théâtre, cinéma), initiation et créativité (jeunesse, bandes dessinées), réflexion (essais, poche connaissance), information et formation (scolaire, sciences et techniques, dictionnaires-encyclopédies, livres pratiques, guides touristiques) ; catégories qui peuvent ensuite encore être subdivisées dans les grandes librairies. L'auteur met bien en évidence l'importance qu'il y a à présenter une cohérence dans le choix de l'aménagement, c'est-à-dire à regrouper les secteurs appartenant au même usage, tout en jouant sur les trois zones du magasin. Par exemple la littérature générale se divise entre les ouvrages de grandes ventes dans la zone d'appel et les ouvrages de fonds dans la zone de choix. De plus, il propose de créer des transitions entre les différents espaces par des rayons plus réduits, comme la poésie, les beaux-arts, les guides et albums de voyage.

Qu'en est-il de l'aménagement des magasins Payot dans les années 1960 (tandis que le manuel date de 1978) ? Voici le projet du plan d'aménagement – proche de la disposition définitive – proposé par le gérant de Payot-Bâle avec le métrage linéaire par rayon³².

31. Ollendorf, 1978, p. 260.

32. « Plan d'implantation des rayons dans le magasin », fonds Payot, IV/09/01/04.

REZ-DE-CHAUSSÉE

Côté droit, 3 m	Pléiades, Reliures club et éditeurs, beaux livres, arts appliqués
Côté gauche, 9 m	Romans (1m 80), poche (4 m 50), biographie historique et archéologie (90 cm), jeunesse (1m 80)
Côté vestiaire, 1m 60	Jeunesse
Caisse intérieur, 1m 30	Classiques Garnier
Colonne caisse, 80 cm	Revue
Colonne côté vitrine, 1m 80	Guides et cartes; tourisme et voyage
Meubles	2 meubles d'exposition pour nouveautés romans, essais, histoire littéraire 1 meuble d'exposition pour nouveautés théâtre, cinéma 1 meuble d'exposition avec exposition d'un côté 1 bibliothèque pour l'histoire, 1 pour les selecta et 1 pour Payot-Paris

GALERIE

Paroi nord, 6 m	Varia, ésotérisme, jeux, sports (90 cm); philosophie, religion, musique (90 cm); cuisine, agriculture, nature, médecine (1m 80), éventuellement occasions
Paroi est, 5 m	Livres scolaires, correspondances, droit, assurances, classiques Larousse, biographies littéraires et études littéraires
Paroi sud, 3 m	Littérature technique, dictionnaires, « Que sais-je », architecture

SOUS-SOL

Beaux-arts, livres d'anglais, espagnols, italiens
Salle d'emballage, réserve, économat

La logique de classement correspond à celle du manuel. Les livres de détente sont situés en bas et les livres liés à la connaissance et à l'information en haut. Les rayonnages du bas sont séparés selon une logique droite/gauche, avec une séparation nette: d'un côté des ouvrages relativement courants (romans, poche, jeunesse), de l'autre des ouvrages chers (Pléiades, reliures, beaux livres). Sur la galerie, les catégories de la formation et de l'information, ainsi que ceux des essais, dominent avec une séparation entre la littérature



10. Vitrine de Payot-Neuchâtel avec une présentation thématique [1967].

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/05/01]

scolaire et professionnelle d'un côté (formation) et la vie pratique, les dictionnaires (information) de l'autre, auxquelles viennent se mélanger les essais. Si la disposition finale semble avoir été quelque peu modifiée, l'implantation des rayonnages témoigne bel et bien d'une conception qui, une dizaine d'années plus tard, s'est imposée au point de figurer comme modèle dans les manuels des librairies.

PALAIS DE BOIS OU DE MÉTAL ?

Autant les nouveaux dispositifs de vente se fondent sur un rapport à distance avec la clientèle, autant l'esthétique marchande devient un repère pour qualifier l'identité du magasin. Le lien marchand passe en effet aussi par un attachement³³ de la clientèle à l'enseigne. Payot soigne ainsi l'image qu'elle véhicule et se trouve face à un paradoxe : comment allier modernité commerciale, faite d'espace ouvert et de transparence, et ambiance d'une boutique plus traditionnelle qui dominait encore dans les années d'avant-guerre ?

33. Cochoy, 2004, p. 21.

La comparaison entre les arcades anciennes, même après transformation, et les nouvelles surfaces de vente est à cet égard significative, notamment à Genève où le décalage est flagrant. Le magasin historique de la place du Marché se caractérise, en effet, par un mobilier ancien constitué quasi exclusivement de meubles en bois où une forte densité de livres occupe l'espace: «C'était la "librairie de papa", avec ses rayonnages grimant jusqu'à la limite des hauts plafonds.»³⁴ Comparativement, le nouveau magasin de Saint-Gervais frappe par son esthétique moderne. Il est construit dans des locaux nouveaux, visuellement aérés et lumineux, des «locaux de verre» qui pourtant, selon Jean-Pierre Payot lui-même, «se prêtent difficilement à des rayons de livres»³⁵, car la taille imposante des vitrines (le long des deux façades) nécessite d'immobiliser un important nombre d'ouvrages qui s'altèrent rapidement³⁶.

Les discours qui accompagnent l'ouverture de la librairie genevoise sont révélateurs de ces changements. Le nouveau magasin est présenté comme un «petit palais du livre»³⁷ avec les attributs de la modernité comme la clarté, l'ordonnancement et la lisibilité de l'espace, éléments qui se combinent avec deux caractéristiques commerciales: sur le plan pratique, la rationalisation de l'espace et l'ingéniosité technique permettent une flexibilité de l'aménagement que Jean-Pierre Payot souligne: «Son aspect classique a fait place à un modernisme parfaitement adapté à la nature de la vente: merveille d'ingéniosité, de sens pratique, de possibilités d'aménagements multiples; les rayonnages sont conçus de manière à pouvoir quasi instantanément changer d'orientation, telle une scène de théâtre qui change à chaque acte.»³⁸ Sur le plan du service, c'est l'accès à un large fonds consultable sur place grâce à des locaux confortables dans un espace «vaste, clair, facile d'accès, pratique, aux ouvrages groupés par matière, la recherche du visiteur se transforme en un plaisir réel»³⁹. C'est bien la notion de «plaisir» – de la flânerie, de la curiosité ou du savoir – qui se dégage de ces

34. Mirador, «La librairie Payot déplace à Saint-Gervais son centre genevois», *Journal de Genève*, 28-29 novembre 1964.

35. Discours de Jean-Pierre Payot à l'inauguration du magasin Payot-Genève, 28 novembre 1964, repris dans *La librairie suisse*, 1/1965, pp. 4-6.

36. Entretien avec H. P., le 26 novembre 2010.

37. Introduction par Hermann Hauser au discours de Jean-Pierre Payot à l'inauguration du magasin Payot-Genève, *La librairie suisse*, 1/1965, pp. 4-6.

38. Discours de Jean-Pierre Payot à l'inauguration du magasin Payot-Genève, *La librairie suisse*, 1/1965, pp. 4-6.

39. *Ibid.*



11. Nouveau magasin Payot-Genève de Saint-Gervais [1964].

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/08/08]

nouvelles « cathédrales du livre » en face d'un stock pluriel, diversifié, accessible. Dans les propos des journalistes, cette évolution n'altère ainsi pas la charge symbolique de la librairie, mais elle la renouvelle plutôt par une adaptation aux nouvelles normes de l'époque, dont l'archétype est la grande surface⁴⁰.

Mais, si le cas genevois offre un exemple patent de ces tendances nouvelles, il s'agit aussi de nuancer la propension de la maison Payot à opter pour un aménagement unilatéralement moderniste. Des contraintes spatiales dans les plus petites succursales, situées dans des tissus anciens, empêchent notamment de telles transformations, tout comme il y a l'intérêt à préserver une image parfois plus classique de l'enseigne Payot. C'est à Neuchâtel que cet enjeu apparaît distinctement. La concurrence y est vive face à la librairie Reymond, commerçant du « cru » localisé en face de Payot. Bien que le responsable des succursales insiste sur la nécessité de

40. David Chaney évalue la formation d'une culture moderne de l'acte de consommation à travers l'exemple de l'émergence des grands magasins à la fin du XIX^e siècle. Il met bien en évidence que les grandes surfaces datées du second XX^e siècle poussent plus loin encore l'aspect fonctionnel de la relation commerciale. Chaney, 1996.



12
Ancien magasin
Payot-Genève,
rue du Marché [1964].
Source: BCU
Lausanne, fonds Payot
[IV/09/08/08]

transformer ce magasin devenu désuet tout comme ses vitrines demeurées, en 1959, « dans un style XIX^e siècle définitivement périmé »⁴¹, la direction de Lausanne est prudente. Elle attend que la librairie Reymond transforme en premier son commerce, ce qu'elle fait selon la nouvelle esthétique, comme en témoigne un article du journal local :

C'est dans un cadre rajeuni et au goût du jour que s'ouvriront les portes de ce commerce [Reymond]. Le principal souci des architectes a été de donner accès à la clientèle aux nombreux articles exposés. C'est en toute liberté que vous pouvez entrer, car la devise de cette méthode de vente a pour nom LIBRE-CHOIX. Le personnel de vente vous laisse tout toucher et n'intervient que si vous avez recours à lui. Et c'est ainsi qu'un des plus anciens commerces de Neuchâtel devient une des librairies-papeteries les plus modernes de Suisse.⁴²

Payot engage alors des démarches très rapidement, soit deux mois après, pour envisager les transformations de son propre magasin. Mais, ici, Jean-Pierre Payot ne veut pas d'un commerce trop « tape-à-l'œil ». Il préfère maintenir une ligne classique : marbre, moquette bleu foncé et bois⁴³. Et sur le plan d'un architecte, il appose cette remarque : « Aménagement de la librairie en fonction du besoin fonctionnel et pratique. Pour l'intérieur, ne pas s'inspirer de la transformation Reymond. Il faut avant tout maintenir l'âme de la librairie ! »⁴⁴ « L'âme de la librairie » : voilà l'enjeu que pose le processus de modernisation dans la maison Payot, c'est-à-dire savoir introduire les nouvelles méthodes commerciales tout en préservant aussi une image plus classique qui la caractérise encore. Dans le contexte précis de Neuchâtel, l'enjeu est d'autant plus significatif que Reymond n'est pas uniquement libraire, mais possède aussi une activité de papetier. Ce statut de libraire non spécialisé et pourtant concurrentiel nécessite, aux yeux de Payot, de s'en démarquer pour maintenir la réputation d'une librairie « pure ».

41. Rapport de la visite à la succursale de Neuchâtel, mai 1959, fonds Payot, IV/08/05.

42. [Non signé], *La Feuille d'Avis de Neuchâtel*, 21 juin 1959.

43. Selon les échantillons des matériaux lors de la transformation du magasin. « Travaux d'agrandissement de la succursale de Neuchâtel », fonds Payot, IV/09/05/03.

44. Note de Jean-Pierre Payot sur une lettre de l'architecte P.-A. Debrot, 12 novembre 1960, fonds librairie Payot, IV/09/05/04. C'est J.-P. Payot qui souligne.

Ainsi, dans les décennies ultérieures à la Seconde Guerre mondiale, les ambiances plus anciennes n'ont pas tout à fait disparu. Les libraires qui y travaillent y sont d'ailleurs très attaché-e-s notamment dans le lien entretenu avec le magasin de la rue de Bourg. Car l'immeuble « en jette », comme l'explique un ancien employé Payot d'origine paysanne qui souligne le prestige que possédait cet immeuble encore dans les années 1940 :

On allait dans les petits commerces, mais si on voulait vraiment trouver un livre qu'on recherchait, il fallait aller chez Payot [...]. Mais je n'osais pas entrer dans la librairie Payot, alors que j'étais fou de livres. C'était une porte lourde d'abord, il fallait la pousser et il y avait un accueil... on avait l'impression d'entrer dans une basilique, c'était incroyable. Un silence palpable, l'ambiance bibliothèque, personne ne parlait haut, l'accueil était extrêmement correct, les gens parlaient bien chez Payot en 1945-1950, cela m'a impressionné longtemps. [...] C'était le temple de la lecture. Incomparablement plus que dans les autres librairies, celles que je connaissais à Payerne ou à Moudon, on y entrait comme chez le cordonnier.⁴⁵

De toute évidence, le magasin de Bourg ne s'adressait pas à l'apprenti campagnard qu'il était. Si cette conception évolue, nous l'avons vu, à partir des années 1960, le magasin de Bourg cristallise, dans les années 1970 encore, l'image d'une librairie demeurée « intacte ». Un autre témoignage d'une employée raconte cet attachement :

Cette librairie de Bourg me rappelait par son ancienneté une autre que j'avais dû quitter. [...] Certes, ces deux magasins n'étaient pas plus pratiques l'un que l'autre, mais ils avaient en commun le charme. Ah! Bourg, haut en plafond, était authentique avec ses coins et ses recoins, ses ajouts [...] et je revois ces boiseries marquetées qui m'enchantaient. Ce qui m'avait frappée d'emblée était cette impressionnante glace au mercure, biseauté et encadrée qui envahissait tout l'espace de la paroi jusqu'au plafond situé derrière l'enclos de la caisse où officiait la caissière. Je pensais alors à certains tableaux de Manet, de Lautrec où l'on pouvait contempler

45. Entretien avec G. C., le 14 février 2011.



13. Immeuble de la rue de Bourg [années 1970].

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/03]



14. Magasin de la rue de Bourg [années 1970].
Source: BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/23]



15. Magasin de la rue de Bourg [années 1970].
Source: BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/03]



16. Libraire vêtue de la « jupe » traditionnelle.

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/23]

les caissières « grand café » de l'époque 1900. Et sur cette glace s'étaient reflétés les visages de tant de personnalités payant leur achat. Visages célèbres : celui de Ramuz, familier de la librairie, au caractère peu facile aux dires de mes collègues, celui de Fellini et sa femme Giulietta, de Jean Anouilh, de Bernanos, Blier, Daniel Gelin, Jean Marais qui avait demandé son autobiographie pour l'offrir [...].⁴⁶

Ce témoignage, qui retient certes les éléments les plus éloquents et omet peut-être ceux plus prosaïques, montre de manière significative l'importance pour les libraires de s'identifier à leur lieu de travail. Côté les personnalités de renom et évoluer dans un espace aménagé par un mobilier chaleureux, voire luxueux (grand miroir, boiseries marquetées) active leur passion pour le livre qui leur a fait choisir ce métier : « À l'époque, les libraires c'étaient des fous de lecture. C'était ça le critère. Parce que c'est un métier où on est véritablement mal payé, il faut être passionné et avoir

46. Témoignage de M. L., le 6 décembre 2010.

beaucoup de curiosité.»⁴⁷ Un gérant dit aussi, non sans fierté, qu'il avait réussi à créer une familiarité avec les professeurs d'université dont certains passaient régulièrement discuter dans la librairie⁴⁸. Et comme le souligne par ailleurs une ancienne employée, les libraires n'aimaient généralement pas qu'on les appelle « vendeurs », avec la conscience de ne pas être « un vendeur de chaussettes »⁴⁹.

En outre, la bonne tenue semblait être de règle chez Payot dans une atmosphère apparemment « bon ton, un côté classique, avec le vert anglais, où on ne faisait pas n'importe quoi, les vitrines étaient assez strictes »⁵⁰. Les vendeuses auraient d'ailleurs revendiqué auprès de leur direction de pouvoir porter des pantalons et d'abandonner la traditionnelle jupe. En effet, quand, en 1971, une nouvelle employée entre en fonction, ses collègues la prient formellement de laisser ses jupes à la maison, car elles avaient « beaucoup lutté pour obtenir ce privilège »⁵¹. Dans un autre registre, une libraire explique aussi que la direction usait de stratégies pour cacher les ouvrages jugés immoraux, mais qu'elle proposait tout de même à la vente : « Au centre [du magasin], il y avait un gros meuble qui servait de présentoir avec deux tiroirs peu profonds dans lesquels était relégué l'enfer ! Des livres érotiques cachés du grand public ! Un jour, une collègue et moi-même les avions remplacés par des livres religieux et attendions avec impatience cet habitué, ce client complexé qui, l'air gêné, s'avancerait vers le meuble. »⁵²

La rupture opérée avec l'ouverture du magasin de Pépinet en 1973, beaucoup plus moderne, a pu être mal vécue par plusieurs libraires, qui y voyaient un « magasin au style supermarché »⁵³, tandis que les autres arcades restaient agencées avec « du bois et du plancher »⁵⁴. Il faut dire que cette surface de vente d'environ 500 m² accueillait un grand nombre d'ouvrages et privilégiait une fonctionnalité dans le rangement notamment. L'idée était une plus grande praticité et un coût réduit pour aménager cette surface, ce qui a supposé de ne pas créer des meubles sur mesure comme dans les transformations antérieures des succursales, mais d'acheter des meubles préfabriqués en structures métalliques.

47. Entretien avec N. B.-B., le 4 février 2011.

48. Entretien avec J.-F. F., le 3 décembre 2010.

49. Entretien avec M.-J. M., le 4 février 2011.

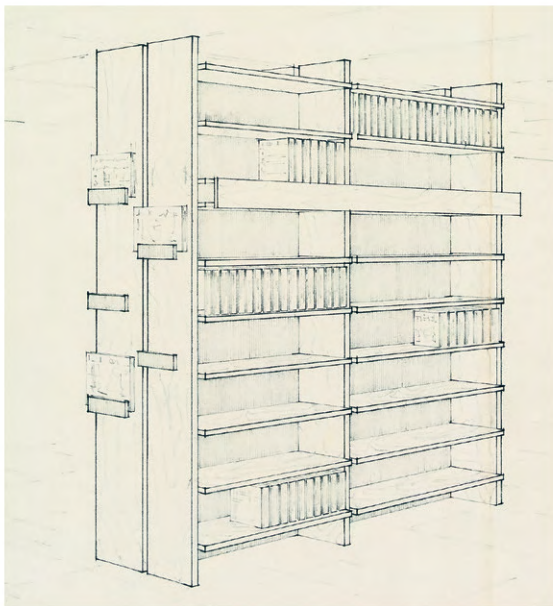
50. *Ibid.*

51. Témoignage de M. L., le 6 décembre 2010.

52. *Ibid.*

53. *Ibid.*

54. Entretien avec N. B.-B., le 4 février 2011.

**17**

Croquis d'étagère,
1960. Source:
BCU Lausanne,
fonds Payot
[IV/09/01/24]

Ces différentes conceptions dans l'aménagement des magasins sont bien le signe d'une superposition de plusieurs types d'arcades dans les années d'après-guerre. Si l'introduction des nouvelles méthodes de vente traverse la politique de la direction dans les années 1960 et que les magasins fondés de toutes pièces, comme ceux de Saint-Gervais ou de Pépinet, proposent une esthétique d'abord fonctionnelle, ceux plus anciens et souvent plus petits ne répondent pas totalement à ces critères. Le magasin de Bourg incarne encore l'image distinguée de la librairie traditionnelle qui n'a jamais totalement rompu avec son ancienne clientèle bourgeoise. Mais cette double vision n'est pas fondamentalement paradoxale. Au contraire, elle témoigne de la mutation que vit la librairie dans ces années entre pratiques nouvelles de vente et héritage plus classique. Nous verrons que cette superposition se lit aussi dans les catalogues publicitaires qu'élabore Payot dans les années 1960.



18. Photo d'étagère, 1960.

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [IV/09/01/23]

6. LES MÉTHODES PUBLICITAIRES

La réflexion sur les stratégies publicitaires se systématise dans l'entre-deux-guerres parmi les professionnels du livre. Le moment inaugural se situe peut-être en 1921, lorsque Grasset crée l'événement à la sortie de *Maria Chapdeleine* de Louis Hémon, auteur alors totalement ignoré et qui a essuyé des échecs avec cette même œuvre quelques années plus tôt. Grasset élabore une publicité très construite pour la mise sur le marché de l'ouvrage avec l'appui de nombreux critiques littéraires. Les librairies sont également mises à contribution, et apparaissent comme un « élément du succès d'un livre »¹. Grasset leur vante donc l'ouvrage par de longues lettres où il fait état du succès des ventes et les informe de l'échéancier de ses actions publicitaires afin qu'elles passent leur commande à temps, tout en leur offrant des conditions de remise intéressantes. Ce type d'élaboration commerciale savamment planifiée se systématisera après la Seconde Guerre mondiale, avec un second moment fort, fomenté par Julliard, qui lance en 1954 la jeune autrice alors inconnue Françoise Sagan et son *Bonjour tristesse*. La sortie de ce roman couronne l'effet de succès public en librairie, qui est même antérieur à la consécration par les experts et les journalistes².

L'IDÉE DU LIVRE ET DE LA LIBRAIRIE

Dans les années 1930, une réflexion s'engage au sein de la SELSR sur les mesures concrètes à adopter en termes de publicité. Le *Courrier*

1. Expression de Grasset parue ultérieurement en octobre 1951 dans un article de *Paris-Press*, cité par Boillat, 1974, p. 237. Gabriel Boillat retrace la genèse de cette publication et de son élaboration publicitaire.

2. Simonin, 1998, pp. 53-55.

des livres, bulletin de présentation des ouvrages romands distribué en librairie, débute en 1933 avec un tirage de 30 000 exemplaires³ financé par les annonces éditoriales. Si la fragilité économique en période de crise dans le secteur du livre rendra son destin aléatoire (le *Courrier des livres* reprend timidement dans les années 1950), l'instauration d'un tel bulletin de liaison inaugure un type de promotion collective que la SLESR perpétuera. Le catalogue d'Étrennes, publié à l'occasion des fêtes de Noël comme support publicitaire pour les libraires, en est un exemple. Lancé en 1937, sa publication se poursuit sur plusieurs décennies. Élaboré peu avant le second conflit mondial pour promouvoir la littérature romande, cet outil s'est avéré très précieux pendant la guerre (le catalogue atteint près de 50 000 exemplaires en 1942). Archétype d'une action promotionnelle interprofessionnelle, ce catalogue dévoile toutefois assez rapidement les limites d'une telle collaboration puisque, à la sortie de la guerre, les libraires désirent ouvrir les pages à la publicité d'ouvrages étrangers, tandis que les éditeurs veulent le maintenir à titre de vitrine exclusive privilégiant leurs publications.

Par ailleurs, en 1941, une réflexion de fond sur une promotion collective du livre s'élabore au sein de la SLESR par la constitution d'un groupe de travail intitulé «Action en faveur du livre». Sa mission est de concevoir une politique globale d'actes promotionnels en réunissant tous les acteurs gravitant autour du livre, à savoir les professionnels de la branche (imprimeurs, relieurs, libraires, éditeurs) et les professeurs, écrivains, journalistes⁴. Pour pallier le déficit d'efficacité de la publicité par titres – sur le modèle des listes de nouveautés éditoriales –, les membres de l'association tombent donc d'accord sur le fait de concevoir une publicité collective centrée non sur la mise en avant d'ouvrages particuliers, mais sur la promotion plus générale du livre et de la lecture. L'attention se porte ainsi moins sur la production éditoriale en elle-même et davantage sur les destinataires, c'est-à-dire les lectrices et les lecteurs, et sur l'usage social du livre. Pour cela, les libraires s'inspirent des méthodes publicitaires prévalant dans le commerce des biens de consommation courante, notamment le slogan, comme le souligne le rapport de l'«Action en faveur du livre» :

3. SLESR, Procès-verbal du Comité central, [1933], fonds Baconnière, n° 276.

4. Rapport «Action en faveur du livre» présenté par M. Amiguet à la SLESR, 28 février 1941, fonds Baconnière, n° 276.

Le livre se prête mal à une publicité personnelle. Il ne frappe pas l'imagination comme un autre article, il ne bénéficie pas de « nouveauté de saison ». Mais nous avons négligé tout un domaine, celui de la publicité collective. L'énumération des titres, pour en avoir fait l'essai entre collègues, donne un résultat négatif. Un simple titre, à moins d'être énorme, passe inaperçu. Le procédé qui nous paraît le meilleur est le slogan. Sa fréquence, sa concision, son ton un peu lapidaire finissent par taper juste. Le slogan, pour frapper juste, doit tenir compte de la nature de la marchandise, de l'époque où il est exprimé, du climat où il est développé. C'est dire si le « pneu Michelin boit l'obstacle », que « Radion lave plus blanc » sont excellents à force d'agacer. Le livre doit faire preuve de plus d'imagination, tout en s'exprimant de façon aussi concise. Nous sommes à la veille de l'hiver, on parle de pénurie de charbon, de nombreuses cartes de denrées : un terrain de culture magnifique ! « Pour avoir chaud, restez au lit et lisez ! » Agrémentons cette « profonde pensée » d'un croquis malicieux de père, mère et enfant au lit et nous avons un slogan qui tient jusqu'en mars. Le printemps nous apportera d'autres idées neuves.⁵

Dans le contexte de nouvelles valeurs qui se forment autour de la domesticité et de la famille⁶, la lecture incarnerait ainsi celles de détente et de sphère intime. Mais le livre se veut également instructif : « M. Geisendorf rompt une lance en faveur des slogans publicitaires pour le livre. La lecture de ce distique à l'Exposition de Zurich "cuisine au beurre, santé meilleure", lui inspire un slogan qu'il offre à la méditation des libraires : "livres nouveaux, meilleurs cerveaux". »⁷ Nous tournons donc autour des deux représentations fondatrices du livre, celle de la lecture-détente et celle de la lecture formative, qui permettent de se démarquer, aux yeux des professionnels, de la lecture « facile » des périodiques et de la presse, offrant « une vision rapide et panoramique des choses et des gens, de la littérature et des sciences »⁸.

5. Rapport « Action en faveur du livre » présenté par M. Amiguet à la SLESR, 28 février 1941, fonds Baconnière, n° 276.

6. Stuart Ewen montre les transformations de la représentation du modèle familial à cette époque, marquée par le passage d'une économie d'autosubsistance à celle d'une consommation de biens manufacturés, représentations où la publicité aurait eu un fort rôle à jouer. Ewen, 1983 (1977).

7. SLESR, Procès-verbal du Comité central, 26 juin 1939, fonds ASDEL.

8. Alexandre Jullien, « Organisation et désorganisation de la vente du livre en Suisse... et ailleurs », discours lors du XI^e Congrès annuel des libraires de France, 5 août 1934, fonds Baconnière, n° 276.

L'idée de développer une publicité collective mettant en scène l'acte de lecture lui-même se systématisait dans les décennies suivantes, étant donné que, selon Philippe Lane, « les seules actions d'envergure qui se mettent en place dès cette époque sont les campagnes collectives de promotion de la lecture »⁹. Plusieurs concours d'affiches sont par exemple lancés dans le courant des années 1950 des deux côtés de la Sarine pour inventer la nouvelle mise en scène du livre. Les professionnels s'adressent alors à des spécialistes en arts graphiques, voire à des publicitaires. Dès cette époque, le mode de communication change, puisque l'enjeu est désormais de « dépoussiérer » l'image du livre par une mise en scène ludique. Ainsi, en 1958, lors d'un concours lancé par la SLESR dans les écoles d'art romandes pour l'illustration d'une couverture de catalogue, l'option choisie est de délaissier le style classique au profit d'une esthétique plus contemporaine :

Dès le début, les projets se classent en deux catégories : un certain nombre force l'admiration par son fini, la beauté des lignes et la pureté des couleurs. Toutefois ils manquent d'originalité, ils échappent difficilement à l'ornière du déjà vu, des sujets trop classiques : le personnage lisant, le livre sur la table... La préférence sera donnée à l'autre groupe. Si la qualité d'exécution y est en général moins bonne, les projets se distinguent par les idées, l'humour et la valeur publicitaire.¹⁰

Sont ainsi retenues des affiches hautes en couleur mettant en scène des animaux (perroquet, paon, papillon, salamandre) ou une mise en scène amusante du livre (personnage marchant un livre à la main, un mandarin « assis » dans un livre).

La réflexion autour de la promotion en librairie présente les mêmes caractéristiques. Il s'agit d'animer le commerce en se centrant moins sur des livres spécifiques qu'en façonnant une « idée du libraire », selon les termes plus tardifs d'un professionnel de la vente mandaté par la SLESR en 1964 pour proposer des mesures concrètes de dynamisation du métier. Cet expert attire l'attention des libraires sur la nécessité qu'il y a à vendre « non seulement des livres, mais également l'idée du libraire. Il semble que le public soit mal informé de son rôle,

9. Lane, 1998, p. 596.

10. [Non signé], « Une publicité originale pour le livre », *La librairie suisse*, 19/1958, p. 543.

c'est pourquoi il faut frapper l'opinion par quelques faits précis qui feront mieux connaître les services que rendent les libraires»¹¹. La librairie doit se présenter, par exemple, comme un lieu de sociabilité construit autant par la personnalité des libraires que par l'ambiance du magasin. La notion d'«animation» devient ainsi centrale dans la réflexion plus globale sur les stratégies publicitaires dans la presse professionnelle d'après-guerre, qui encourage les professionnels à faire preuve d'audace et de créativité en suggérant des idées: colis attractif pour un cadeau avec la possibilité de mentionner l'adresse de destinataires pour que les libraires l'envoient directement, papiers d'emballage fantaisie, sceau au nom du client à apposer dans les ouvrages pour les personnaliser, concours sur le nombre de livres en vitrines ou encore aménagement d'un réel espace de vie avec téléphone public, bureau pour écrire des lettres, boîte aux lettres et même coin maquillage et de couture pour la clientèle féminine¹². La librairie devient ainsi lieu de vie à l'instar des grands magasins du XIX^e siècle, où il s'agissait de familiariser la clientèle avec cette nouvelle forme commerciale. Certes, ces exemples font preuve d'une originalité non généralisable à tous les commerces de librairie, mais ils témoignent de l'attention portée à l'ambiance commerciale qui encadre l'acte d'achat. En revanche, les animations plus directement liées à la vie culturelle, comme les séances actuelles de signature ou les expositions ne sont pas encore généralisées dans la maison Payot à cette époque.

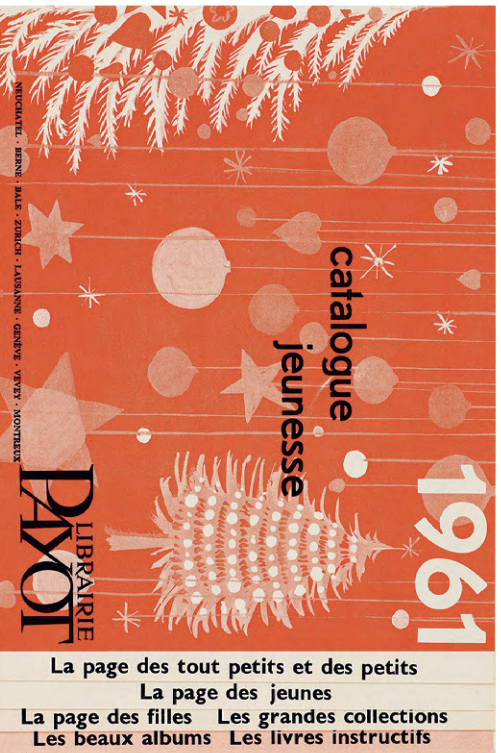
LES CATALOGUES

DIVERSIFICATION DES PUBLICS

Parallèlement aux catalogues collectifs de la SLESR, la librairie Payot édite ses propres catalogues où elle présente non seulement les ouvrages de ses éditions, mais plus généralement l'offre éditoriale à disposition dans ses magasins. Alors que les catalogues Payot des années 1920 sont encore structurés selon une liste d'ouvrages avec un bref commentaire de présentation, l'optique publicitaire des années d'après-guerre propose une forme plus variée et vivante. En témoignent les conseils de Jean-Pierre Payot au documentaliste

11. SLESR, Procès-verbal de l'assemblée générale, 3 octobre 1964, fonds Baconnière, n° 276.

12. M. M., «Wie werben?» *La librairie suisse*, 23/1958, pp. 631-633.



19. Couverture du catalogue jeunesse, 1961.

Source: BCU Lausanne, fonds Payot [I/143]

de l'ONU qui, n'étant pas un professionnel de la branche, s'enquiert de la formule à privilégier. Jean-Pierre Payot lui propose ainsi d'adopter « une présentation moins sèche et plus fantaisiste [...] avec, si possible, une couverture sous plusieurs couleurs qui frapperait le lecteur et ne passerait pas inaperçue »¹³, expliquant que « le catalogue devrait être conçu de façon très commerciale et publicitaire, en couleurs et illustré si possible, et ne mentionnant que les grands classiques de l'ONU, c'est-à-dire les publications d'un intérêt assez général pour justifier une distribution massive par le libraire auprès de sa clientèle »¹⁴.

Les catalogues sont un support commercial de première importance pour la maison Payot, malgré le travail et le coût nécessaires à leur élaboration. Le tirage du catalogue d'Étrennes 1960 s'élève en effet à 24 000 exemplaires pour une publication de 70 pages environ. Aussi, dès la fin des années 1950, les catalogues sont-ils spécialement élaborés, comme le souligne leur collègue genevois Alexandre Julien :

13. Lettre de Jean-Pierre Payot à Basil Larthe, 6 février 1957, fonds Payot, I/007.

14. *Ibid.*, 4 avril 1956, fonds Payot, I/007.

J'ai eu l'occasion de parcourir le catalogue d'étrennes Payot et de le comparer – que dis-je, il n'y a pas de comparaison possible – au catalogue SLESR. Le catalogue SLESR est une vaste collection sans choix des ouvrages de l'année, bons et sans valeur en tas selon leur discipline. Le catalogue Payot est ce que je tiens pour un catalogue de fonds, réunissant, à côté d'un choix de titres nouveaux, une série d'ouvrages dignes de figurer dans une bibliothèque.¹⁵

Progressivement, toutefois, Payot s'adresse à des publics diversifiés. Si le « catalogue jeunesse » existe déjà précédemment séparément du catalogue général en période de Noël, plusieurs autres formules apparaissent ensuite.

Vers 1956¹⁶, le catalogue *Payotec* couvre toutes les branches techniques. Distribué gratuitement sur demande et publié à raison de deux fois par an, il s'adresse à une clientèle spécialisée dans les domaines des sciences de la nature et de l'ingénierie; en 1960, c'est le domaine de la vie pratique qui a droit à un catalogue spécifique; en 1964, le *Payorama* est un nouveau support touchant également au domaine de la vie pratique, mais spécialisé dans les questions de la sphère domestique et familiale. Il aborde « tous les âges de la vie », avec une présentation d'ouvrages concernant « l'enfant, l'adulte, l'autodidacte, les loisirs, l'économie domestique »¹⁷. Enfin, même en littérature générale, Payot tente de diversifier le profil de son public. En 1963, la maison décide de diminuer les pages du catalogue d'Étrennes et de le limiter aux nouveautés de grandes ventes, afin de sortir un autre catalogue de printemps réservé à un public plus pointu. Comme ils le constatent, en effet, « la clientèle de nos magasins peut se diviser en deux grandes catégories; d'une part les clients de fonds, c'est-à-dire d'amateurs réguliers de bons livres, et d'autre part une clientèle occasionnelle à l'affût du livre récent, dont on parle, ou du livre-cadeau de nature indéterminée. Ces deux clientèles sont mal satisfaites, l'une trouvant notre choix trop restreint, l'autre désemparée devant son abondance. »¹⁸ Ils optent ainsi pour un catalogue très réduit à Noël, à la visée proprement commerciale, « haut en couleur et abondamment illustré »¹⁹, à côté du catalogue de fonds publié tous les deux ans.

15. Lettre d'Alexandre Jullien à Jean-Pierre Payot, 5 janvier 1956, fonds Payot, VII 54A.

16. Il est mentionné en 1960 que le catalogue *Payotec* en est à son numéro 8-9. Comme il sort à raison de deux fois par année, sa publication a dû commencer vers 1955-1956.

17. Catalogue *Payorama*, 1964, fonds Payot, I/143.

18. Note de A. Regamey, R. Vuille et R. Decrey, [1963], fonds Payot, I/143 bis.

19. *Ibid.*

Toutefois, après une année de test, cette formule est abandonnée, car le public semble la trouver trop commerciale²⁰. Mais ce procédé de diversification des catalogues est le signe de nouvelles stratégies publicitaires désormais centrées sur les attentes des différents publics et moins sur la logique des éditions (autour de collections éditoriales par exemple). C'est ce que nous allons considérer à travers l'exemple d'un catalogue précis publié par Payot.

LE CATALOGUE 1960

En 1960, la maison Payot déploie d'importantes ressources pour inaugurer un nouveau concept de catalogue. La nouveauté réside dans la création d'une séparation à côté de la littérature générale consacrée spécifiquement aux ouvrages aujourd'hui désignés sous l'appellation « vie pratique ». La maison Payot innove donc en intitulant son catalogue *Un livre pour chaque chose*. Signe d'un manque d'homogénéité, son organisation se fonde sur un principe d'accumulation plus que d'un réel ordonnancement, en privilégiant le classement alphabétique d'une centaine de sous-catégories allant de l'aquarium au cinéma d'amateur en passant par la discothèque, le jiu-jitsu, le bateau et... le marxisme ! Une liste donc quelque peu « fourre-tout », mais qui cherche peut-être à casser le sérieux des classements plus traditionnels. Cette présentation ludique donne en effet le ton général, le texte étant complété en marge par de petits croquis illustrant les différentes actions pratiques, une « note d'humour qui doit agrémenter la lecture et faciliter les recherches »²¹. Le rapport des gérants témoigne d'un plébiscite général de cette formule par le public, qui appréciait son originalité et sa lisibilité²².

L'organisation du catalogue de littérature générale, présenté dans la première section, est aussi vouée à l'efficacité commerciale. Les rubriques, c'est-à-dire l'ordre thématique des ouvrages, sont à cet égard significatives. Confrontons l'ordre du catalogue à la hiérarchisation des domaines de la culture héritée de la classification Dewey (1876), qui sert de base à la « classification décimale universelle », c'est-à-dire la balise pour le rangement des livres en bibliothèque. Cette classification, qui se retrouve aussi dans les bibliographies destinées aux libraires, se fonde sur une division de la culture en

20. Notes des différentes succursales à Payot-Lausanne, janvier 1963, fonds Payot, I/143bis.

21. Texte de présentation du catalogue 1961, fonds Payot, I/143.

22. Notes des différentes succursales à Payot-Lausanne, [1963], fonds Payot, I/143 bis.

1000 livres pour la vie pratique

UN LIVRE POUR CHAQUE CHOSE

LIBRAIRIE PAYOT

20 Couverture du catalogue
Un livre pour chaque chose,
1960.
Source: BCU Lausanne, fonds Payot [I/143]

Le Gal M. Promenades mycologiques, illustré	28,26	Falaise J. et Girod-Emsary M. A travers les chemins de fer, de l'argente à nos jours, 188 illustrations	8,20
Macquignat M. et Carlin B. Champignons comestibles et vénéreux	10,70	Mauri M. Nos locomotives, nombreuses illustrations	2,70
Lohse J. Chercheur de champignons, illustré	14,20	Lecroqville. nombreuses illustrations, relié	10,15
Pinchevès sésame de champignons pour amateurs, fasc. 1	1,50	Schmalzky M. Locomotives, nombreuses illustrations, relié	7,20
Pinchevès 2	1,20	Triboulet W. Nos pays, nombreuses illustrations	2,50
Pinchevès 3	1,20		
Pinchevès 4	1,20		
Pinchevès 5	1,20		
Pinchevès 6	1,20		
Pinchevès 7	1,20		
Pinchevès 8	1,20		
Pinchevès 9	1,20		
Pinchevès 10	1,20		
Pinchevès 11	1,20		
Pinchevès 12	1,20		
Pinchevès 13	1,20		
Pinchevès 14	1,20		
Pinchevès 15	1,20		
Pinchevès 16	1,20		
Pinchevès 17	1,20		
Pinchevès 18	1,20		
Pinchevès 19	1,20		
Pinchevès 20	1,20		
Pinchevès 21	1,20		
Pinchevès 22	1,20		
Pinchevès 23	1,20		
Pinchevès 24	1,20		
Pinchevès 25	1,20		
Pinchevès 26	1,20		
Pinchevès 27	1,20		
Pinchevès 28	1,20		
Pinchevès 29	1,20		
Pinchevès 30	1,20		
Pinchevès 31	1,20		
Pinchevès 32	1,20		
Pinchevès 33	1,20		
Pinchevès 34	1,20		
Pinchevès 35	1,20		
Pinchevès 36	1,20		
Pinchevès 37	1,20		
Pinchevès 38	1,20		
Pinchevès 39	1,20		
Pinchevès 40	1,20		
Pinchevès 41	1,20		
Pinchevès 42	1,20		
Pinchevès 43	1,20		
Pinchevès 44	1,20		
Pinchevès 45	1,20		
Pinchevès 46	1,20		
Pinchevès 47	1,20		
Pinchevès 48	1,20		
Pinchevès 49	1,20		
Pinchevès 50	1,20		
Pinchevès 51	1,20		
Pinchevès 52	1,20		
Pinchevès 53	1,20		
Pinchevès 54	1,20		
Pinchevès 55	1,20		
Pinchevès 56	1,20		
Pinchevès 57	1,20		
Pinchevès 58	1,20		
Pinchevès 59	1,20		
Pinchevès 60	1,20		
Pinchevès 61	1,20		
Pinchevès 62	1,20		
Pinchevès 63	1,20		
Pinchevès 64	1,20		
Pinchevès 65	1,20		
Pinchevès 66	1,20		
Pinchevès 67	1,20		
Pinchevès 68	1,20		
Pinchevès 69	1,20		
Pinchevès 70	1,20		
Pinchevès 71	1,20		
Pinchevès 72	1,20		
Pinchevès 73	1,20		
Pinchevès 74	1,20		
Pinchevès 75	1,20		
Pinchevès 76	1,20		
Pinchevès 77	1,20		
Pinchevès 78	1,20		
Pinchevès 79	1,20		
Pinchevès 80	1,20		
Pinchevès 81	1,20		
Pinchevès 82	1,20		
Pinchevès 83	1,20		
Pinchevès 84	1,20		
Pinchevès 85	1,20		
Pinchevès 86	1,20		
Pinchevès 87	1,20		
Pinchevès 88	1,20		
Pinchevès 89	1,20		
Pinchevès 90	1,20		
Pinchevès 91	1,20		
Pinchevès 92	1,20		
Pinchevès 93	1,20		
Pinchevès 94	1,20		
Pinchevès 95	1,20		
Pinchevès 96	1,20		
Pinchevès 97	1,20		
Pinchevès 98	1,20		
Pinchevès 99	1,20		
Pinchevès 100	1,20		

21. Catalogue *Un livre pour chaque chose*, 1960.
Source: BCU Lausanne, fonds Payot [I/143]

dix catégories (philosophie, religion, sciences sociales, sciences du langage, sciences exactes, sciences appliquées et techniques, arts-jeux-sports, littérature, géographie-histoire²³), elles-mêmes subdivisibles en dix autres catégories, et cela autant que nécessaire. Or, cette segmentation est contraire à la logique du commerce, comme le reconnaît un ancien libraire qui évoque son apprentissage dans la librairie Rouge des années 1950 :

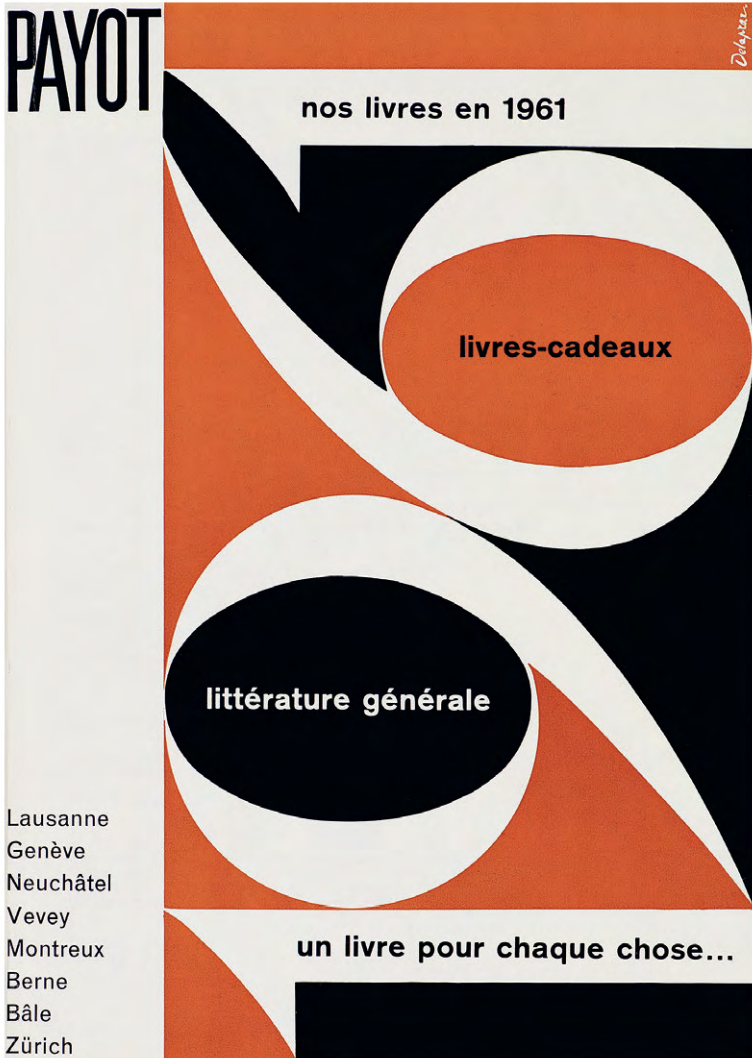
Il [le gérant, mathématicien de formation] a décidé que dans la librairie, les livres allaient être classés comme dans une bibliothèque par classification décimale. Il avait un copain menuisier qui a fabriqué des petites planchettes avec une place pour l'étiquette, et il a fait toutes les étiquettes avec la classification décimale. On a dû ranger tous les rayons selon ce principe, si bien que parfois on avait plus d'étiquettes que de livres, car cette classification donne des sous-groupes à n'en plus finir.²⁴

Ainsi, la classification du catalogue va à l'encontre de cette division qui devient caduque dans une optique de vente. Par exemple, alors que la littérature vient dans la classification Dewey en huitième position, elle occupe la seconde place chez Payot. La philosophie et la religion, classées en première et deuxième positions chez Dewey, sont à l'inverse rejetées dans les dernières catégories du catalogue. Entre-deux, un dosage entre des catégories qui s'adressent à des publics différents : les « beaux livres », vente privilégiée à Noël ; le divertissement, les voyages, les jeux et le sport ; enfin les essais viennent à la fin du catalogue.

Si l'on observe maintenant le contenu des livres proposés, le consensus culturel – toucher le public « universel » – est manifeste : la littérature classique et les ouvrages destinés à un large public (romans historiques de Maurice Druon, Lawrence Sanders, Joseph Kessel) sont mis en évidence au début du catalogue, mais ils côtoient aussi l'avant-garde littéraire (Duras, Butor, Beckett) et les auteurs engagés (Sartre, Beauvoir, Camus), de même que les genres encore considérés comme « mineurs » comme le polar ou même Henry Miller, auteur longtemps censuré pour des questions morales. Les ouvrages d'actualité touchent aussi des domaines

23. Selon Armand Petrucci, cette classification peut être considérée comme le « canon » de la culture écrite occidentale. Petrucci, 1997.

24. Entretien avec M. M., le 10 décembre 2010.



22. Couverture du catalogue Payot, 1961.

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [I/143]

variés: l'attention se porte sur les questions politiques (Seconde Guerre mondiale, pays de l'Est, France et Algérie face à face) ainsi que sur les courants progressistes de l'époque, puisqu'une catégorie à part est réservée à la collection « les cahiers libres » de Maspero qui édite les auteurs engagés. Fait aussi intéressant, *La Question* de Henri Alleg figure au catalogue, un livre censuré en France en 1958 et publié en Suisse immédiatement après par les Éditions de la Cité²⁵. Décloisonnement des genres éditoriaux, décloisonnement des œuvres: la maison Payot n'hésite donc pas à ouvrir son catalogue pour atteindre un public le plus varié possible à travers une offre plurielle, qui est à l'image de la diversité de ses rayons à vocation d'« universalité ».

LA PUBLICITÉ CIBLÉE

Si ces différentes stratégies promotionnelles sont symptomatiques de tendances qui se généralisent dans le courant des années 1950, Payot ne les a toutefois pas encore réellement systématisées à cette époque. En effet, c'est seulement dans les années 1970 que l'entreprise crée son bureau promotionnel, qui reste principalement consacré à la recherche de la clientèle par l'entretien de fichiers d'adresse et d'envois ciblés. Ces techniques promotionnelles tentent ainsi de s'approcher au mieux de la demande dans les domaines de la littérature spécialisée, au moyen par exemple de cartes de commandes avec la mise à jour d'un fichier d'adresses de professionnels dans les rayons qu'ils cherchent à développer, en droit, en médecine, en architecture et dans les sciences²⁶. Si ces démarches semblent ne pas être nouvelles dans la profession, elles ont tendance à se généraliser, même si leur rentabilité n'est pas spectaculaire. Pendant l'année 1956-1957, sur un nombre de 11 000 cartes envoyées par Payot-Lausanne, 752 ont fait l'objet d'une commande²⁷. Toutefois, avec les catalogues, ces pratiques sont un des piliers du service de promotion qui emploie plusieurs personnes pour faire le suivi de ces démarches, « vrai travail de bénédictin » selon une libraire²⁸. Elles sont accompagnées d'autres méthodes, comme les « envois à l'examen » des nouveautés reçues dans les domaines spécialisés et

25. Sur cette question, voir Vallotton, 2007.

26. Prospection des ventes 1958-1961, fonds Payot, IV/05/02.

27. Enquête sur la rationalisation de la librairie, [1958], fonds Payot, IV/06/01.

28. Entretien avec H. R. le 24 janvier 2011.

que la librairie envoie à la clientèle susceptible d'être intéressée avec possibilité ou non de retour – une clientèle surtout constituée d'institutions publiques, comme les universités ou les écoles, et privées comme les entreprises de la région²⁹. Autre dispositif: le bureau des suites, soit un service d'abonnements aux périodiques pour les bibliothèques ou les particuliers et le suivi auprès des clients sur des publications livrées en plusieurs livraisons, comme les encyclopédies et les dictionnaires.

Toutes ces stratégies sont une façon de solliciter la demande autrement que par l'aménagement des magasins et les catalogues. Il faut voir dans ces démarches non pas le souci d'une retombée directe en termes financiers, mais la possibilité d'une fidélisation et d'un attachement de la clientèle à l'enseigne Payot. Dans le même temps, elles sont la résurgence d'une notion fondamentale dans l'identité professionnelle des libraires: celle de la valeur qualitative de leur métier. Ainsi, le libraire propose des services à la clientèle qui, tout en ayant une finalité marchande, renforcent les liens avec elle.

Les différentes pratiques commerciales que nous avons analysées dans cette partie montrent qu'une librairie comme celle de Payot a su intégrer dans ses rayons, dès la fin des années 1950, des ouvrages qui s'adressaient à une nouvelle clientèle. Corrélativement, elle a élaboré de nouveaux dispositifs de vente impliquant un autre type de relation commerciale, fondé sur une distance plus grande, qui permet d'atténuer l'image intimidante des libraires auprès d'un public moins lettré. Payot a par ailleurs ouvert de nouvelles arcades plus fonctionnelles à Genève, à Lausanne et à Zurich et a aussi porté une attention particulière à des secteurs éditoriaux en développement comme le poche, le rayon jeunesse ou encore la littérature technique. Enfin, elle a soigné ses catalogues publicitaires orientés à la fois vers une offre plurielle ou vers des publics plus ciblés. Aussi a-t-elle développé l'idée d'une librairie « universelle » s'adressant à tous, tout en ajustant son offre au plus près des publics à qui elle s'adresse sur un plan plus local. C'est en ce sens qu'elle forge un modèle de magasin alors nouveau, celui de la *grande librairie généraliste*³⁰, qui se détache d'une vision plus ancienne de la librairie.

Toutefois, chez Payot, moderniser la conception des magasins ne rime pas totalement avec l'abandon d'une identité plus classique. Cela contribue à façonner l'idée que la librairie ne se soumet pas aux

29. Entretien avec G. D., le 12 mai 2011.

30. Rouet, 2000, chap. « le commerce de la librairie ».

normes plus « déshumanisées » de la grande distribution, dont elle cherche à se démarquer en perpétuant des liens forts avec sa clientèle grâce à des services de qualité, ainsi que par une offre multiple et abondante. En cela, la librairie affirme son rôle d'intermédiaire, qui répond à des exigences commerciales, certes, mais qui continue d'affirmer son identité de commerce culturel. Ainsi, la mutation de la librairie dans les années d'après-guerre ne correspond pas à une rupture franche avec l'ancien modèle, mais bien, dans une enseigne comme celle de Payot, à une transformation progressive qui tente d'équilibrer conviction en la valeur qualitative des livres et logiques commerciales plus attestées.

PARTIE III
LE MÉTIER DE LIBRAIRE

Au XIX^e siècle, sous l'impulsion de la division du travail, le métier de libraire est voué à une redéfinition. Les libraires passent d'un statut qui les liait à une activité manuelle (l'artisanat, les affiliant à un métier) et intellectuelle à une activité commerciale. Bien qu'appartenant encore au monde du livre, la légitimité du métier est toutefois réévaluée par rapport notamment à l'activité éditoriale, qui se situe dans un lien plus contigu avec le pôle de la production. Désormais, les libraires conçoivent leur action dans un contexte prioritairement commercial et doivent se positionner face à la concurrence des autres acteurs du commerce.

Pour cela, l'action des libraires se centre sur la définition des limites du marché, la protection des conditions de vente et des prix, ainsi que sur les valeurs qui constituent la culture de leur métier. Ce sont les principaux enjeux d'un processus de professionnalisation, qui se centrent notamment, dans le cas des libraires, sur un protectionnisme commercial, afin de préserver un monopole qui tend à s'éroder sous la pression de pratiques commerciales extérieures à la chaîne traditionnelle du livre. C'est au nom des valeurs «qualitatives» que les libraires justifient ce protectionnisme et qu'ils font évoluer les compétences requises pour accéder au métier. L'affirmation du concept de «librairie pure»¹ est à comprendre dans ce contexte. L'identité du libraire se construit autour de ce qu'il n'est pas, un «vendeur de livres», c'est-à-dire un commerçant mixte pour qui la vente du livre constitue un revenu partiel de son activité (kiosques, revendeurs, grands magasins, etc.). Derrière cette distinction se cache l'idée que les vendeurs de livres appartiennent d'abord au champ du commerce tandis que les libraires s'inscrivent

1. Mollier, 2010.

historiquement dans celui du livre et sont culturellement solidaires avec les éditeurs. Les motifs cachés derrière l'évolution du métier, telle qu'elle a été construite par les professionnels eux-mêmes, tiennent à la défense de leur rôle de promoteur de la « qualité » éditoriale.

En un certain sens, la double appartenance de la librairie, entre culture et commerce, se lit dans ces représentations. Si le champ commercial avec ses pratiques propres (publicité, prix, dispositifs de vente, gestion) devient prioritaire pour cerner l'action concrète des libraires, les valeurs dirigeant cette action continuent de se référer à celles prévalant dans le champ de la culture en termes de canons de légitimité. Cette double logique entre désintéressement économique et impératif commercial devient, durant le XX^e siècle, le trait qui structure l'activité des libraires et forge leur identité.

La question de la régulation économique du métier se joue au sein de la Société des libraires et éditeurs de la Suisse romande (SLESR), c'est-à-dire l'association patronale dans la branche du livre. Nous ne possédons malheureusement pas de documents relatifs à la création de la SLESR en 1866, excepté les premiers statuts ni ceux liés à son activité jusqu'en 1930, période à partir de laquelle les procès-verbaux du Comité central sont accessibles dans le fonds de l'ASDEL (ex-SLESR)². Il ne nous est donc pas possible de rendre compte des priorités accordées par l'association à une époque antérieure à 1930. Bien sûr, la concurrence d'autres types de magasins existait précédemment et le protectionnisme commercial a été un des moteurs de la création de l'association. L'enjeu n'est donc pas entièrement nouveau. Mais les années 1930 représentent une période charnière dans la vie de l'association dans la mesure où de nouvelles réglementations sont mises en place, afin de mieux délimiter l'activité des libraires vis-à-vis des autres commerces. La période de crise dans la librairie, qui atteint son paroxysme en 1935 et 1936, en est peut-être une explication. Le contexte évolue aussi. La production augmente, moins en termes de titres publiés (11 000 titres en France en 1890, 12 000 à 13 000 dans l'entre-deux-guerres et 14 000 au début des années 1950³) que par le nombre de tirages et surtout par le type d'imprimés

2. Les deux principales sources sur l'association viennent du fonds de l'ASDEL (ex-SLESR), à travers les procès-verbaux et les rapports annuels, et des papiers préservés par Hermann Hauser, directeur des Éditions de la Baconnière, qui a été très actif au Comité central de l'association.

3. Chartier, Martin et Vivet, 1986, p. 20.

comme la presse et les périodiques. Le système commercial qui destitue le libraire traditionnel de sa position centrale se comprend sous l'impulsion de cette évolution: «Moins spectaculaires, les transformations des circuits de vente et de diffusion n'en sont pas moins bien réelles [dans l'entre-deux-guerres]. Toutes vont dans le même sens qui est de déposséder les libraires de type traditionnel du contrôle qu'ils exerçaient sur le marché du livre [...]. Leurs boutiques et magasins ne constituent plus qu'une minorité des lieux où se vendent des livres: peut-être pas plus du quart en 1950.»⁴ Le réseau de distribution «populaire», parallèlement à celui plus «lettré», représente une masse critique et une force commerciale, avec le spectre, pour les libraires, d'effets de banalisation du livre qui mineraient leur légitimité sociale et les fragiliseraient sur le plan commercial.

Dans les années 1960, cette situation est tout à fait confirmée. Dans une étude menée sur la vente du livre en ville de Bordeaux, Robert Escarpit et Nicole Robine mettent en évidence la présence de cette disparité entre les canaux de distribution et l'importance quantitative acquise par les réseaux dits populaires. Ils dénombrent 52 librairies, définies par le fait d'engager des libraires de métier; 51 débits de livres, qui ont d'abord une fonction de distribution de la production courante; enfin 239 points de vente, c'est-à-dire des lieux où la vente du livre est secondaire, voire marginale (rayons de magasins, étals provisoires, kiosques à journaux)⁵. Ainsi, dans ces années, 52 boutiques s'inscrivent dans le réseau «lettré», tandis que 290 commerces participent au réseau «populaire». L'implantation géographique des commerces confirme cette concurrence, puisque l'étude met en évidence la forte concentration des libraires dans le centre-ville bordelais, tandis que les commerces mixtes sont éparpillés dans le «Grand Bordeaux», soit dans un maillage de proximité, sans qu'il faille «se rendre chez» le boutiquier dans des déplacements au centre-ville⁶.

Dans son essai au ton pamphlétaire, *L'édition française au pied du mur*, daté de 1960, le fondateur de la collection «Que sais-je?», Paul Angoulvent, pointe l'urgence pour les libraires de renouveler leurs méthodes commerciales s'ils veulent rivaliser avec les nouvelles formes de commerce. Dans les mêmes années, un constat

4. *Ibid.*

5. Escarpit et Robine, 1963, p. 11.

6. *Ibid.*, pp. [32-33].

similaire traverse les débats de la presse professionnelle romande qui s'interroge sur l'importance pour les libraires de savoir capter une nouvelle demande, ce que Jean-Pierre Payot souligne lui-même :

À production de masse, distribution de masse. Rien ne servirait de produire pour le grand public, si celui-ci devait aller à la recherche des livres dont il aura besoin; on trouvera donc du livre partout, mais du livre populaire qui atteindra ses amateurs devant le cinéma, dans les hôtels, à la caserne et à l'usine, sur les foires et marchés... Que va devenir le vrai libraire dans cette perspective? Son adaptation sera difficile et le problème n'est pas facile à résoudre. Aussi la librairie doit-elle défendre ses positions et continuer à assumer son rôle culturel tout en raffermissant les bases économiques de son statut: des remises suffisantes, un stock bien choisi et de valeur, la garantie du respect du prix imposé, un personnel toujours plus qualifié.⁷

Si la concurrence se pense d'abord en termes économiques, les arguments avancés par les libraires pour protéger leur commerce s'ancrent dans leur rôle social en tant que « passeurs culturels ».

En d'autres termes, l'affirmation de leur métier passe par une réorganisation qui se lit à travers quatre principaux facteurs: une dimension économique régulée par l'association patronale suisse romande des libraires et éditeurs (SLESR); une dimension sociale par la valorisation du statut des salarié-e-s sous la houlette de l'Association des employé-e-s de librairie et d'édition (ARPLE); la notion de compétence et de définition du métier à travers l'institutionnalisation de la formation professionnelle; enfin une dimension plus culturelle fondée sur l'identité professionnelle, qui se centre sur la notion de services apportés à la clientèle. Ces quatre axes constituent les facteurs de professionnalisation d'une branche, dans la mesure où « l'organisation sociale des activités de travail, la signification subjective de celles-ci et les modes de structuration des marchés au travail »⁸ sont au cœur de la définition moderne des professions. Nous pouvons donc avancer que l'activité de libraire en Suisse romande s'inscrit dans la structuration plus générale des branches professionnelles, encadrées par l'appareil législatif en

7. Jean-Pierre Payot, « La librairie à un tournant? » *13/12. Organe de l'ARPLE*, 18^e année, n° 4, octobre 1966, p. 4.

8. Dubar et Tripier, 1998, p. 14.

termes de formation et de protection sociale surtout à partir des années 1940 dans ce métier.

Sur le plan terminologique, nous optons pour l'usage du terme « métier » de libraire et non de « profession », dans la mesure où il s'inscrit, pour le patronat, dans une activité indépendante et de commerçant. En ce sens, il n'entre pas dans la définition canonique des professions que la sociologie fonctionnaliste anglo-saxonne a initialement proposée, où ce sont les professions intellectuelles et libérales (médecins et avocats) qui servent de modèle par opposition à la tradition des métiers⁹. Et, dans notre cas, l'usage de ce terme se justifie d'autant plus qu'il évoque l'appartenance des libraires à leur filiation artisanale, que ce soit concrètement dans des microentreprises ou, plus abstraitement, en termes de représentations nourrissant l'identité du métier encore au XX^e siècle.

9. Heilbron, 1986.

1. L'ORGANISATION DE LA BRANCHE

La régulation du marché se lit à travers deux principaux axes constitutifs de l'action exercée par les associations professionnelles patronales, sur le plan des conditions d'achat aux fournisseurs et de vente à la clientèle. Dans le premier cas, la fixation des taux de remises à l'achat des ouvrages par une classification en fonction du statut des commerces revient à délimiter l'accès à une activité qui, en soi, ne connaît pas de barrières à l'entrée par la nécessité d'obtenir un diplôme ou d'un brevet, comme la France a pu le connaître au XIX^e siècle. Pour justifier cette position, les libraires font valoir, sur le plan commercial, leurs compétences professionnelles qui leur permettent de revendiquer des conditions de vente préférentielles à celles accordées aux autres types de commerce. Sur le plan culturel, ils mettent en avant le service qualitatif de leur activité par une offre élargie qui implique des risques commerciaux. Le critère de la classification se fait donc selon une plus ou moins grande proximité avec le modèle de la librairie urbaine qui sert de référence.

L'autre aspect de la protection du métier tient à la régulation du prix de vente à la clientèle. Dimension a priori d'abord commerciale, la question du prix cristallise pourtant les enjeux culturels du livre : ce qui se joue en effet est la prise en considération de la singularité d'un marché qui posséderait une part d'imprévisibilité des débouchés commerciaux. L'uniformité du prix du livre permet ainsi une plus grande prise de risque et atténue la logique de rentabilité centrée sur la demande. Si la délimitation du statut de la librairie face aux commerces mixtes remonte à la fin des années 1930, la question du prix se pose surtout dans les années d'après-guerre pour répondre à l'essor progressif de la grande distribution et de la pratique des discounts.

C'est donc bien autour d'une « chaîne » à la fois économique (négociations des prix et conditions entre éditeurs, diffuseurs/distributeurs et libraires) et culturelle que se forme une conscience professionnelle des métiers du livre se définissant par opposition aux acteurs extérieurs à la branche. Dans ce contexte, nous formulons l'hypothèse que c'est la pression accrue d'une logique commerciale externe qui a poussé les acteurs du livre à forger, a contrario, leur identité professionnelle autour du marché « traditionnel » de la branche, centrée sur la dimension qualitative de leur métier. Nous abordons dans ce chapitre les doubles mesures protectionnistes posées par les libraires dans leur association, celles de la délimitation de l'accès au métier et celles du prix du livre, en faisant un détour, dans un premier temps, par la présentation de la SLESR.

L'ASSOCIATION PATRONALE (SLESR)

La Société des libraires et éditeurs en Suisse romande (SLESR) voit le jour en juillet 1866, sous l'impulsion de 13 libraires et éditeurs¹. Signe des temps, ce regroupement en association professionnelle témoigne des transformations que connaît le marché du livre dans la seconde moitié du XIX^e siècle, où les acteurs du livre sont soumis à la nécessité de réguler une production et une distribution croissantes et de répondre à l'intensification des échanges commerciaux². En Allemagne, la création du *Boersenverein des Deutschen Buchhandels* date de 1825, dans le contexte d'unification nationale où libraires et éditeurs jouent un rôle pivot dans la constitution d'une identité linguistique et culturelle³. En France, le Cercle de la librairie voit le jour en 1847, dans une volonté de fédération des métiers du livre et d'atténuation des conflits d'intérêts⁴. L'évolution croissante dans le processus de spécialisation des activités, doublé par la nécessité pour les éditions françaises de contrer le monopole grandissant de Hachette, aboutit à la séparation du cercle en deux syndicats distincts entre éditions et librairies. La Chambre syndicale des libraires se constitue en 1892 et fonctionne comme organe

1. Les documents d'archives étant manquants sur la période de la création de la SLESR, nous nous référons pour ces éléments à Vallotton, 2001, chapitre 3 ; ainsi qu'aux premiers statuts de l'association qui, eux, sont accessibles.

2. Michon et Mollier, 2001, p. 12.

3. Barbier, 1995, pp. 21-25.

4. Mollier, 2008b.

fâtier des syndicats de librairie régionaux fondés en province et à Paris au cours des années 1890⁵.

La constitution de la SLESR intervient donc relativement peu de temps après la création des associations professionnelles de ses deux principaux voisins européens. Cela tient peut-être à plusieurs caractéristiques de la position helvétique. La création de l'État fédéral en 1848 facilite en effet les échanges au sein du territoire par l'unification douanière et postale, ce qui nécessite la régulation d'un marché plus libéralisé⁶. Les éditions romandes perçoivent également l'importance de se grouper pour soutenir leurs exportations en proposant une « masse critique » sur le marché français et en y assurant une meilleure publicité. Les buts définis selon les premiers statuts de l'association sont donc d'abord commerciaux : régulation des conditions de vente entre éditions et librairies, fixation des normes en termes d'importation et d'exportation, impulsion donnée à la production romande par la promotion des ouvrages et leur diffusion à Paris en s'associant à une librairie dépositaire dans la capitale française⁷. La création de l'association professionnelle est le signe d'une intensification des échanges, mais également d'une relative autonomisation du champ du livre suisse romand qui voit naître des institutions fortes (revues, suppléments littéraires) centrées sur une demande indigène au niveau du livre scolaire, religieux, mais également de la littérature. Par ailleurs, le premier point mentionné dans les statuts concerne l'importance de liens de sociabilité et de « confraternité »⁸, afin de renforcer l'éthique professionnelle qui assure la cohésion nécessaire au respect des régulations internes ; une dimension qui serait à la base de toute organisation patronale et qui participe à la constitution d'une identité professionnelle fondée non seulement sur des pratiques concrètes et des connaissances techniques, mais également sur des valeurs collectives⁹.

À cet égard, l'association patronale suisse francophone présente cette caractéristique de réunir sous une même aile libraires et éditeurs. La petitesse du territoire romand, le nombre limité des membres de l'association, ainsi que l'importance des liens avec

5. Fouché et Sorel, 2008.

6. Humair, 2009, pp. 91-112 ; Vallotton, 2001, pp. 55-56.

7. SLESR, « Statuts de la Société des libraires et des éditeurs de la Suisse romande », octobre 1866, fonds ASDEL. Pour le détail sur ces questions, Vallotton, 2001, pp. 83-86.

8. *Ibid.*

9. Dubar et Tripier, 1998, p. 114 et ss.

les marchés étrangers (importation pour les librairies, exportation nécessaire bien que relative pour les éditions) peuvent expliquer des relations de solidarité plus que de réelle concurrence, alors que la production romande représente une partie seulement des ventes de livres en librairie. Une autre caractéristique tient en la surreprésentativité des librairies dans l'association, alors que les éditions, nous l'avons vu, maintiennent généralement, jusque dans l'entre-deux-guerres, une activité de librairie et/ou d'imprimerie pour rendre leur activité viable. À l'inverse, le développement des magasins dévolus à la vente (sans activité éditoriale ou d'imprimerie) est relativement rapide dès la Belle Époque et cela, nous avons pu le dessiner, aussi dans des régions décentrées¹⁰. La Suisse romande connaît ainsi la situation paradoxale de posséder, au tournant du siècle, un réseau dense de librairies d'assortiment alors que les éditions, moins nombreuses, sont encore souvent le fait de maisons hybrides. Contrairement à un marché comme celui de la France, peu de grosses éditions peuvent se vanter de dominer le marché. Les libraires structurent donc l'organisation de la branche pendant une centaine d'années, jusque dans les années 1970, époque à laquelle les trois sous-sections de l'association se forment (éditions, librairies, diffuseurs), signe d'une divergence plus marquée entre les différents corps de métier¹¹.

Selon les premiers statuts de 1866, les conditions d'entrée sont de trois ordres : être patron-ne ou gérant-e d'une maison d'édition ou de librairie, obtenir les deux tiers de voix en sa faveur lors de l'admission, enfin s'acquitter d'une cotisation annuelle¹². Ces conditions d'accès peu limitatives révèlent un métier aux balises encore incertaines, où le manque d'uniformité peut expliquer la cessation d'activité de l'association après une quinzaine d'années, alors que la branche est fragilisée par la dépression économique de la décennie précédente¹³. En 1889, la société renaît toutefois de ses cendres tandis que le marché s'organise autour de quelques grandes maisons (Bridel, Payot, Attinger, Jullien).

Sur le plan de la vente, la SLESR fonctionne sur le principe d'un contrôle des conditions d'achats par les commerces de détail (marges accordées par les fournisseurs) et des prix à la clientèle.

10. Voir dans la partie II, « Localisation des librairies dans le canton de Vaud (1880-1980) ».

11. Voir dans la partie I, le sous-chapitre « La diffusion ».

12. SLESR, « Statuts de la Société des libraires et des éditeurs de la Suisse romande », octobre 1866, fonds ASDEL.

13. Vallotton, 2001, p. 96.

Ce système cartellaire a réussi à maintenir une stabilité du marché dans une branche où la pluralité d'entreprises ne favorise a priori pas la convergence des intérêts. Comme le montre Alain Cortat¹⁴, les cartels pérennes agissent généralement dans des branches où les produits sont homogènes et où seules quelques entreprises concentrent des intérêts communs. Le secteur du livre se caractérise au contraire par une multitude de structures hétérogènes, fondées sur une industrie de biens relativement peu standardisés. La pérennisation du cartel du livre en Suisse romande, qui a su réguler le marché sur une centaine d'années (1890-1990), paraît en cela surprenante.

Plusieurs facteurs explicatifs peuvent être avancés. Tout d'abord, l'organisation interne de la SLESR se présente comme un « cartel de condition »¹⁵, jouant moins sur la production des biens que sur leur commercialisation, ce qui serait le propre de secteurs faiblement homogènes. Étant donné la particularité du secteur du livre où l'éditeur fixe le prix de vente et non les détaillants, les librairies agissent d'abord sur la régulation des conditions d'achat des livres aux fournisseurs (remises) et sur la conversion du taux de change selon le principe d'une indexation intégrant le surcoût des charges en Suisse, table unique à l'époque permettant d'établir un prix de vente au client identique dans toute la Suisse romande.

Mais d'autres facteurs sont susceptibles d'expliquer la force du modèle cartellaire. La SLESR est dirigée par quelques figures centrales qui défendent les intérêts de la branche, mais qui de fait font figure d'autorité. Ainsi, seuls quelques acteurs, à commencer par les dirigeants de l'entreprise Payot, possèdent par exemple le statut pour représenter la branche auprès d'acteurs extérieurs, leur permettant d'entrer en négociation avec les syndicats étrangers et suisses alémaniques, ainsi que d'imposer leur lobby au niveau des autorités fédérales. Si coopération il y a entre les maisons romandes, celle-ci se comprend d'abord par la nécessité d'une solidarité forte au sein d'un marché minoritaire, mais également par la surreprésentation de locomotives dans les structures factières de l'association. Au fil des ans, ce sont les patrons des maisons historiques qui occupent les sièges du Comité central de la SLESR. Entre 1930 et 1980, seules huit entreprises en assurent la présidence selon un tournus

14. Cortat, 2009 et 2010.

15. Cortat, 2009, p. 34.

bisannuel, dont la direction Payot¹⁶. Excepté l'éditeur neuchâtelois Hermann Hauser, ces maisons sont jusqu'à une période tardive principalement le fait des libraires des centres urbains lausannois et genevois.

Vu le nombre limité de candidats « papables », le renouvellement de la présidence ne se fait d'ailleurs pas sans difficulté. C'est ce dont atteste une lettre de Jean-Pierre Payot destinée à son collègue Hermann Hauser, pour que ce dernier reprenne le flambeau en 1954. Jean-Pierre Payot doit en effet renoncer à son mandat lorsqu'il reprend les rênes de l'entreprise familiale: « Selon la politique que nous avions prévue d'avance dans le sein du Comité central, mon successeur tout désigné se trouve Henri Longchamp. J'en ai discuté très ouvertement avec lui ces derniers mois [...] et Longchamp pour des raisons personnelles et commerciales ne peut malheureusement pas donner suite à notre idée et doit refuser de prendre la charge de la présidence pour les deux prochaines années. »¹⁷ Payot dit avoir poursuivi ses démarches auprès d'Alexandre Jullien qui, « malgré la charge honorable proposée par de vieux amis », décline la proposition. Ainsi, la question deviendrait « une affaire de personnes », car le nombre de candidats répondant au profil reste très limité. Or, « Delachaux refusera toujours cette charge », Magnenat est trop jeune, Mercanton n'est plus inscrit au Registre du commerce, Jeheber déplace ses affaires à Paris... ne resterait ainsi que Hermann Hauser, unique candidat apte à prendre la « succession au trône », rôle qu'il accepte pour la cinquième fois en vingt ans¹⁸!

Jean-Pierre Payot reconduit cette présidence uniquement en 1962, mais son collaborateur Robert Decrey assume cette tâche entre 1972 et 1978, puis entre 1984 et 1988. Si Jean-Pierre Payot délègue cette fonction à son bras droit, il assume toutefois d'autres tâches importantes dans l'association. Il est le représentant privilégié de la SLESR auprès de leurs collègues alémaniques, puisqu'il siège dans les années 1950 au conseil d'administration de la Maison suisse du livre de Olten (SVS), jusqu'en 1957¹⁹. Il

16. Hermann Hauser a présidé huit fois l'association, avant la direction Payot (Samuel Payot, Jean-Pierre Payot, puis son bras droit Robert Decrey) qui l'a conduite six fois. Viennent ensuite Alexandre Jullien, François Mercanton de la librairie Roth, Longchamp de la librairie Georg, J. Matile, le diffuseur J. Salina et le libraire Paul Feissly. SLESR, Liste des présidents de la SLESR dès 1930, fonds ASDEL.

17. Lettre de Jean-Pierre Payot à Hermann Hauser, 7 août 1954, fonds Baconnière, n° 276. Les expressions citées dans la suite du paragraphe sont tirées de la même lettre.

18. SLESR, Liste des présidents de la SLESR dès 1930, fonds ASDEL.

19. Rapport du C. C., 1956-1957.

participe également à la « Werbestelle für das Buch » (« Centre suisse de propagande en faveur du livre »), organe en faveur de la promotion pour le livre qui est une activité centrale de l'association suisse alémanique des libraires et éditeurs, la Schweizer Buchhändler- und Verleger- Verband (SBVV)²⁰. Jean-Pierre Payot est également l'émissaire privilégié de la SLESR dans les assemblées de cette même organisation, lorsqu'il s'agit de discuter d'enjeux à l'échelle nationale comme la diminution de l'impôt sur le livre²¹, les relations commerciales extérieures, le taux de la table ou encore la formation professionnelle. Son activité se lit également sur le plan international, puisque Jean-Pierre Payot intervient aux Congrès annuels de l'Union internationale des éditeurs (UIE), où il participe pendant de longues années aux débats et tables rondes sur les questions d'actualité liées au marché du livre pour représenter la Suisse romande²². Enfin, Jean-Pierre Payot siège souvent à la présidence de la Commission professionnelle paritaire de la SLESR qui négocie les contrats collectifs avec l'association des employé-e-s, ainsi que dans la Commission de la formation professionnelle à une période de forte restructuration de l'apprentissage de libraires en 1958 et 1968. Les entreprises succursalistes ont de plus l'avantage de posséder plusieurs voix aux votes des assemblées, puisque les statuts de la SLESR de 1960 stipulent que les « maisons dont l'importance se justifie peuvent être autorisées à désigner plusieurs représentants au sein de la société »²³.

LE CONTRÔLE D'ACCÈS AU MÉTIER

À la fin des années 1930, la question de la concurrence faite aux librairies par d'autres types de commerces est régulièrement abordée dans les discussions de l'association professionnelle. La SLESR revoit les catégories de ses membres afin de délimiter l'accès au métier, dans un contexte où, en Suisse, cette question de concurrence commerciale est au cœur des préoccupations. Sous la pression du patronat commerçant, le Conseil fédéral a en effet édicté en octobre 1933 un Arrêté fédéral (resté en vigueur jusqu'en 1945), visant à interdire l'agrandissement des grands magasins, l'ouverture

20. *Ibid.*, 1957-1958.

21. *Ibid.*, 1961-1962.

22. *Ibid.*, 1957-1958.

23. SLESR, « Statuts de la Société des libraires et éditeurs de la Suisse romande », art. 4. 6, 1^{er} octobre 1960, fonds ASDEL.

de nouvelles succursales et de magasins à prix unique. Cette mesure visait à protéger le petit commerce et l'emploi salarié face à l'apparition de nouvelles chaînes, la Migros notamment qui existait depuis 1925²⁴, même si les grands magasins ne représentaient encore concrètement que 2 à 4,5 % des ventes du commerce de détail²⁵.

La première cible des libraires ? Les « revendeurs », c'est-à-dire des magasins non spécialisés qui vendent des livres de façon accessoire à côté d'autres articles (marchands de tabac, coiffeurs, grainiers, épiciers). Lors du XI^e Congrès annuel des libraires de France de 1933 – se déroulant en Suisse –, le président de la SLESR Alexandre Jullien explique cette concurrence par un phénomène de surproduction éditoriale entraînant une multiplication des canaux de vente. Au compte des principaux griefs se conjuguent la prolifération des revues et des périodiques, l'invasion des collections à bas prix « qui envahissent un marché déjà engorgé »²⁶, la multiplication des revendeurs et les soldes comme réponse à la surproduction. La librairie traditionnelle y perdrait le contrôle du marché :

Voudriez-vous qu'un libraire professionnel eût le visage éclairé d'un large sourire en apercevant, comme vous pourriez le faire à Genève, les dix derniers romans parus bordant la vitrine d'Irène, modiste en vogue ? Que diable dirait-elle si j'allais proposer « ce charmant ensemble, chemise légère et culottes de toile blanche » aux acheteuses du *Tennis* de Lacoste ? La multiplication des revendeurs, signalée sans relâche par tous nos syndicats comme un ver rongeur dont les effets sont lents, invisibles, mais sûrs, s'étend et se développe, conséquence et cause tout à la fois des collections bon marché. Ces collections permettent certes la diffusion à un très grand nombre d'ouvrages de valeur littéraire souvent reconnue, mais elles favorisent la publication de séries sans valeur littéraire, morale ou scientifique, pâture offerte largement aux acheteurs attirés par un titre suggestif.²⁷

À ces maux, Jullien dit ne pas percevoir de remèdes concrets, si ce n'est de permettre un abaissement du prix du livre par une réévaluation de la table et surtout de délimiter le métier en valorisant le

24. Faes, 1943, pp. 246 et ss.

25. Jaggi, 1970, p. 323.

26. Alexandre Jullien, XI^e Congrès annuel des libraires de France organisé à Vevey par la SLESR, 5 août 1934, fonds Baconnière, n° 276.

27. *Ibid.*

rôle de libraire grâce à de meilleures conditions commerciales. Un des enjeux réside dans le fait que, n'appartenant pas à la branche, les commerces « parallèles » peuvent aisément négliger les réglementations collectives de la SLESR. C'est à partir de ce constat que les libraires décident de clarifier le statut de chaque type de commerces. Ce système discrimine positivement le commerce spécialisé dans le livre « qui entretient un stock permanent, celui dont la librairie est la vocation. Il faudra que les conditions de remise assurent à ce libraire une juste rémunération, car c'est à un critère éternel que nous serons contraints de revenir: la juste évaluation du service rendu, évaluation qui ne pourra être établie que par "classement" des libraires. »²⁸ Ce processus offre l'avantage aux membres de la SLESR de maintenir un contrôle sur des commerces mixtes et, le cas échéant, de procéder à des sanctions sous forme d'amendes.

En 1934, ces paroles de Jullien sont encore des déclarations d'intentions, mais la SLESR se mobilise quelques années plus tard afin de fixer la base d'une délimitation de la profession. Les statuts des membres sont révisés en mars 1938, afin de classer les différents types de commerces par une graduation des remises négociées avec les éditeurs. Première difficulté, toutefois, le manque d'unité des bases commerciales entre les éditeurs français et les détaillants suisses. Les librairies romandes souhaitent réguler la profession sur le modèle d'organisation adopté en Suisse alémanique, fondé sur une répartition des commerces du livre en fonction de la taille de leur assortiment, qui se mesure par les commandes passées auprès des éditeurs. Or, si le système en vigueur dans les pays rattachés commercialement à l'Allemagne peut profiter d'une diffusion plus homogène grâce à un système de grossistes qui prévaut dans les pays germanophones, la situation en aire francophone est loin d'être aussi limpide. L'absence d'unité, dans un fonctionnement où chaque éditeur reste, à cette époque encore, le moteur de la relation commerciale, a pour conséquence pour le détaillant d'être en lien avec des acteurs multiples: « En Suisse romande, la situation est tout autre, puisque l'organisation française de l'édition est loin de présenter l'unité qui fait la force de l'édition allemande. Si nous entreprenions de réglementer la vente du livre d'une manière générale et totale, il serait indispensable que nous fussions certains de pouvoir compter sur la collaboration efficace des éditeurs français.

28. *Ibid.*

Le fait même que ces éditeurs français ne sont pas organisés de façon suffisante pour être à même de faire respecter par l'ensemble de l'édition française les conditions [...] nous oblige à renoncer provisoirement à vous présenter un projet de réglementation générale et totale de la vente du livre en Suisse romande. »²⁹

Les librairies romandes finissent par trancher et s'inspirent quand même de leurs homologues alémaniques pour proposer une révision des statuts et des règlements de l'association. Les commerces sont classés en trois catégories : librairies, revendeurs et dépositaires, selon une plus ou moins grande proximité avec la définition des libraires de métier. Quels en sont les critères ? Une librairie possède un stock étoffé et des outils bibliographiques, elle est en mesure de justifier des compétences suffisantes des employé·e·s pour répondre aux demandes de la clientèle, enfin elle est inscrite au Registre du commerce³⁰. Sont considérés comme revendeurs les commerçants dont l'activité de vente de livres participe pour une part seulement à leur chiffre d'affaires, mais une activité qui soit suffisamment développée pour qu'ils aient des comptes ouverts auprès des éditions et pour qu'ils possèdent un stock d'ouvrages relativement important. Enfin, les dépositaires ne font de la vente de livres qu'une activité accessoire et travaillent en relation exclusive avec un commerce de gros³¹.

La hiérarchisation de ces statuts de l'association s'opère à plusieurs niveaux. Elle agit premièrement sur le pouvoir de décision qui leur est accordé. Seules les librairies possèdent un droit de vote, même si les revendeurs peuvent être convoqués aux assemblées générales afin d'être informés sur les prises de décision. Le prix des cotisations, deuxièmement, se fonde sur le poids commercial des membres. Les librairies elles-mêmes sont classées en plusieurs catégories, selon leur localisation et leur taille : celles des principales villes, soit Genève, Lausanne, Montreux, Yverdon, Neuchâtel, La Chaux-de-Fonds, Le Locle, Bienne, Fribourg, Berne, Bâle et Zurich, paient une cotisation de 10 fr. supérieure aux autres. À partir d'un plancher de 40 fr. (300) annuels³² (et 30 fr. pour les commerces non urbains) pour un commerçant employant jusqu'à quatre personnes, les

29. SLESR, Lettre adressée aux présidents de sections cantonales, 2 mars 1938, fonds Baconnière, n° 276.

30. SLESR, Procès-verbal du Comité central, « Révision des statuts et règlements pour mettre au clair la question des librairies et revendeurs », 28 novembre 1938, fonds ASDEL.

31. SLESR, « Rapport du Comité central sur la question des revendeurs », [fin 1938], fonds Baconnière, n° 276.

32. Soit environ 300 fr. actuels.

cotisations s'élèvent graduellement de 10 fr. pour chaque employé-e supplémentaire jusqu'à un plafond de 200 fr. annuels. Les revendeurs, pour leur part, paient 15 fr. de cotisation sans distinction de localisation. Quant aux dépositaires, ils s'acquittent de la somme « symbolique » de 1 fr. prise en charge par leur grossiste, soit Naville pour une bonne part³³. L'ensemble de cette catégorisation confère ainsi un statut central aux librairies urbaines, dont le modèle devient le critère de référence pour la classification des autres marchands de livres. Comme l'indique un rapport de la SLESR quelques années après cette révision, si « un grand pas est fait par la distinction entre revendeurs et libraires, il nous faudra aller plus loin et discriminer entre libraires urbains, libraires mi-urbains, et libraires ruraux, c'est-à-dire distinguer que les besoins sont différents et exiger beaucoup du libraire qui s'établit en ville, seul moyen de lutter contre les marchands de tabac et de colifichets »³⁴. Ces distinctions font apparaître le flou qui peut exister entre les librairies de campagne ou de petites villes et les commerces mixtes, les librairies décentrées développant souvent des activités annexes pour pouvoir survivre. A contrario, la librairie urbaine remplit la fonction de « librairie pure »³⁵.

Mais l'enjeu de cette catégorisation se centre surtout sur la question des remises, en préservant aux librairies « pures » les meilleures conditions d'achat. L'attention se porte sur les revendeurs. Il s'agit en effet de leur accorder des remises suffisamment généreuses pour qu'ils adhèrent à l'association, tout en préservant des conditions plus avantageuses aux librairies justifiées par la valeur qualitative et économique d'un fonds diversifié et par les connaissances spécialisées. Les revendeurs bénéficient d'une remise de 25 % au lieu des 33,3 % généralement accordés sur la littérature générale et de 20 % au lieu des 25 % sur les ouvrages spécialisés, sans bénéficier du « treize-douze », soit un treizième exemplaire gratuit pour des commandes atteignant les 12 exemplaires³⁶. Les dépositaires, quant à eux, ont droit à des remises oscillant entre 15 % et 20 % sans treizième exemplaire. Enfin, la politique de l'association sanctionne drastiquement les commerces qui n'adhèrent pas à la société,

33. Les informations ci-dessus sont tirées de la révision des statuts élaborée lors d'une séance du Comité central de la SLESR, 28 novembre 1938, fonds Baconnière, n° 276.

34. SLESR, « Action en faveur du livre », 28 février 1941, fonds Baconnière, n° 276.

35. Ce terme est utilisé à plusieurs reprises dans les rapports de l'association professionnelle pour qualifier le commerce spécialisé de librairie, notamment dans le Rapport du C. C., 1961-1962.

36. SLESR, Procès-verbal du Comité central, « Révision des statuts et règlements pour mettre au clair la question des librairies et revendeurs », 28 novembre 1938, fonds ASDEL.

puisque leurs remises plafonnent à 15 %, cela afin d'intégrer le plus de membres possible et de garder un contrôle sur le marché, étant donné que, comme le mentionnera ultérieurement le gérant de Payot-Genève, « mieux vaut avoir ces libraires de quartier dans le sein du cercle [équivalent genevois de la SLESR] que les laisser libres de faire ce qu'ils veulent... ou peuvent »³⁷. Enfin, dernier cas de figure et véritable « nœud » pour les librairies : les collectivités non professionnelles (associations, églises) susceptibles de revendre des ouvrages en nombre (Bibles, ouvrages pédagogiques...). Ces collectivités ne connaissent pas les usages du métier et ont tendance à s'adresser directement aux fournisseurs pour des commandes collectives permettant de bénéficier de conditions avantageuses. Le plafond que leur accorde la SLESR est de 10 % de remise³⁸, marge suffisamment élevée pour qu'ils n'aillent pas se fournir ailleurs (à l'étranger notamment), mais suffisamment rédhibitoire pour que les revendeurs non professionnels ne se démultiplient pas.

Si ces ententes sont sources de renseignement sur la classification des commerces et a fortiori sur la constitution du modèle de la librairie urbaine, soulignons toutefois qu'elles concernent d'abord les conditions de vente proposées par les éditions romandes aux commerces de détail, et moins les importations étrangères. Les librairies romandes ont-elles pu imposer leur système de classification aux éditions françaises ou les détaillants suisses se conforment-ils aux remises négociées selon leur statut avec leurs fournisseurs étrangers ? Si la seconde option semble plus vraisemblable, aucun document ne permet de répondre véritablement à ces questions pourtant centrales vu le volume d'importations. Mais, la pratique en vigueur semble avoir été celle d'un contrôle des conditions d'achats et de vente entre les membres de l'association eux-mêmes, afin que chacun se conforme aux règlements de la branche.

LE PROFIL DES COMMERCES

Liées aux statuts de l'association professionnelle, ces catégories ne précisent pas de manière détaillée le type de commerces qu'elles recouvrent. Le nombre très limité de revendeurs est troublant, puisque le rapport annuel 1940-1941 de la SLESR n'en dénombre

37. Lettre du gérant de Payot-Genève à Samuel Payot, 11 octobre 1950, fonds Payot, I/024.

38. Ces données sont tirées de la « Révision des statuts et règlements pour mettre au clair la question des librairies et revendeurs », citée ci-dessus.

que neuf pour un total de 131 membres libraires-éditeurs³⁹. Il est ainsi surprenant de voir les personnes du métier s'émuouvoir pour quelques revendeurs et les désigner comme leur concurrence la plus menaçante. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées : la première est que, dans son discours de 1934, Jullien visait toutes les formes de diffusion du livre et exprimait le sentiment général de décloisonnement de la vente. L'autre hypothèse tient au fait que tous les revendeurs ne demandent pas à entrer dans l'association du fait des conditions moindres qui leur sont accordées. Ceux qui le font auraient alors un réel intérêt à suivre les réglementations du métier par une activité relativement importante dans la vente du livre, notamment les libraires-papetiers.

En revanche, en ce qui concerne les dépositaires, ils constituent un groupe de plus de 500 commerces⁴⁰. Leur nombre laisse supposer qu'ils sont composés majoritairement de kiosquiers, à titre notamment de succursales de Naville qui remplit la fonction de grossiste. Naville, rappelons-le, possède le réseau de kiosques en Suisse romande et, selon l'information de l'entreprise, elle distribuait, en 1928 déjà, 500 points de vente⁴¹. C'est aussi la maison Naville que les membres de la SLESR sollicitent en 1938 pour « limiter les dépositaires au nombre actuel et si possible de restreindre, en cas de mutation de propriétaires de décès, etc., le nombre des marchands de livres »⁴², ce à quoi Naville s'engage⁴³.

Des documents plus tardifs, datés des années 1950 à 1970, relatifs aux admissions, qui sont octroyées par le Comité central⁴⁴, permettent de préciser le profil de la catégorie des revendeurs. Cette dernière est la plus problématique pour les libraires étant donné une relative perméabilité entre les deux activités. Le statut des commerces spécialisés dans d'autres domaines – épicerie, merceries, grainiers, désignés comme des « revendeurs spécialisés » – est en soi peu problématique. Ils s'acquittent d'une cotisation en fonction du chiffre d'affaires réalisé par la vente des livres, pourcentage que la SLESR fixe selon ses propres normes et qui d'ailleurs, pour plusieurs commerces, apparaît comme particulièrement élevée proportionnellement à leur bénéfice global. En revanche, les cas où la vente du livre représente

39. Rapport du C. C. 1940-1941.

40. *Ibid.*, 1940-1941.

41. [www.naville.ch/default.aspx?pgid=7&lang=fr&tunit=nn] (consulté le 9 octobre 2014).

42. SLESR, Procès-verbal du Comité central, 29 août 1938, fonds ASDEL.

43. Dès 1947, la catégorie des dépositaires n'apparaît plus dans les rapports de la SLESR.

44. SLESR, « Statuts de la Société des libraires et éditeurs de la Suisse romande », art. 5, 1^{er} octobre 1960, fonds ASDEL.

une importante part de leur activité sont plus délicats. Comment désigner, en effet, les librairies-papeteries, sachant que dans les zones non urbaines la diversification des activités est une condition à la survie du commerce? La proportion de la vente du livre dans l'ensemble du commerce est le critère discriminant. Jean-Pierre Payot, à titre de président de la SLESR, l'indique à un libraire-papetier valaisan qui passe, en 1953, de la catégorie de revendeurs à celle de libraires: «Nous connaissons le problème de la librairie dans le canton du Valais et la nécessité d'avoir un département de papeterie important; toutefois nous vous demandons de faire un effort marqué pour la vente du livre en développant votre stock et la propagande, de manière à ce que votre activité de libraire devienne votre activité principale.»⁴⁵ En outre, et comme le montre cette citation, le passage d'un statut de revendeur à celui de libraire est souvent accepté par le comité de la SLESR après quelques années de mise à l'essai, où le commerçant «mixte» a fait ses preuves en termes de professionnalisme dans le domaine du livre.

Cette indécision dans l'attribution des statuts révèle ainsi la réalité de commerces aux contours poreux. La catégorie des revendeurs peut apparaître comme une «zone tampon» pour tous les membres qui ne répondent pas aux critères d'exigence de la profession, permettant a contrario de construire le modèle de la librairie «pure», dont la définition demeure toutefois délicate, comme en témoignent les rapports annuels de la SLESR qui soulèvent à intervalles réguliers la difficulté d'appliquer ces catégories:

À qui conférer la qualité du libraire? En théorie, la réponse est facile; en pratique, elle est complexe. [...] L'on voit trop de maisons, surtout à la campagne, qui, bénéficiant du statut de libraire n'arrivent pas à la cheville de certains revendeurs. Inversement, des revendeurs habiles à défendre des ouvrages de vente facile prétendent, grâce à un certain chiffre d'affaires, exiger l'avantage d'être considérés comme libraires. Et pourtant, les uns comme les autres manquent ce qui est réclamé comme véritables libraires.⁴⁶

Dix ans plus tard, dans les années 1960, le ton est encore moins affirmatif et l'heure est à la réaffirmation de la spécialisation des librairies. Un long exposé ouvre en effet le rapport de l'association

45. Lettre de Jean-Pierre Payot à M. Pfefferlé, 2 décembre 1953, fonds ASDEL.

46. Rapport du C. C., 1950-1951.

de 1961-1962 qui rappelle la démarcation des commerces entre une librairie proposant des services pointus à la clientèle (mise à disposition potentielle de toute l'offre éditoriale, recherches bibliographiques approfondies, stock profond, personnel qualifié) pour bénéficier de la marge principale et, par ailleurs, le « deuxième degré », celui du libraire-papetier, « bon libraire qui ne pourra cependant pas prétendre rendre à son client les services d'un libraire complet »⁴⁷. La chute est ensuite fatale : au troisième degré se situe le « libraire par occasion » qui vend « des coucous de la Forêt-Noire, des pots à lait en forme de vache, des cannes gravées, des écussons d'étoffes pour les livres » et « s'intéresse au plus grand profit que peut lui offrir aujourd'hui le passant ». Enfin, pire encore, le quatrième degré, celui des vendeurs de journaux et de tabacs qui « vend des histoires faciles pour celui qui va tuer trois heures de train... » Entre la simple description des formes commerciales et l'appréciation normative des commerces concurrents, le pas est vite franchi, qui montre que la librairie se définit par son rôle d'« agent de la culture »⁴⁸, selon les termes tirés du même rapport.

À partir des années 1950, les catégories de membres évoluent en se spécialisant toujours plus. Librairies et éditions, jusqu'alors comprises dans une même catégorie à côté des revendeurs et des dépositaires, sont divisées, en 1954-1955, en deux catégories distinctes dont l'une regroupe uniquement les éditions et l'autre les librairies associées aux libraires-éditeurs⁴⁹. Témoins d'une spécialisation croissante, ces deux dernières catégories (librairies et librairies-éditions) sont elles-mêmes différenciées en 1959-1960⁵⁰. De même, en 1954-1955, les revendeurs « spécialisés » sont le fait d'une catégorie à part et, en 1960-1961, les grandes surfaces sont acceptées à titre de revendeurs⁵¹. En 1969, ce sont les revendeurs spécialisés qui sont scindés en trois, ceux ne vendant que du poche, d'autres des livres jeunesse (attestant de l'accroissement de ces deux types d'ouvrages), enfin une catégorie « divers » qui englobe les autres commerces⁵². Figurent également à cette époque les revendeurs par courtage ou de vente par correspondance, pratiques commerciales alors en développement⁵³.

47. *Ibid.*, 1961-1962. Les citations de la fin du paragraphe sont tirées du même document.

48. *Ibid.*

49. *Ibid.*, 1954-1955.

50. *Ibid.*, 1960-1961.

51. *Ibid.*

52. *Ibid.*, 1969.

53. *Ibid.*

Cette spécialisation témoigne d'une diversification des pratiques de vente face à l'accroissement d'un marché du livre ne répondant plus aux standards de la librairie traditionnelle. Ce mouvement se dessine dès la moitié des années 1950, mais se confirme surtout dans les années 1960. Dès cette période, les librairies suisses romandes composent avec une diversité croissante d'acteurs concurrents qu'elles cherchent à faire entrer dans l'association pour maintenir un contrôle sur le marché. La concurrence la plus significative réside, à leurs yeux, dans le développement de la vente de livres en grandes surfaces. La diminution du poids des librairies « pures » face aux commerces mixtes se lit dans l'évolution du nombre de membres qui, rappelons-le, ne réunit pas tous les commerces vendant du livre, mais permet de pointer des tendances en Suisse romande. Le nombre de librairies reste passablement stable dans les années d'après-guerre, représentées par environ 140 maisons (libraires-éditeurs compris) jusqu'en 1959, date à laquelle la distinction entre les deux catégories fait apparaître 117 libraires et 19 libraires-éditeurs⁵⁴. Il faut attendre l'année 1972 pour voir le nombre de librairies baisser (- 4), tendance qui se confirme par la suite dans les années 1970, ce qui correspond par ailleurs à un ralentissement de la période de forte croissance dans le secteur du livre. L'augmentation, en revanche, du nombre de revendeurs se confirme sur le long terme. S'ils ne sont que 7 en 1939, ils augmentent à 27 en 1949⁵⁵, puis à 41 en 1956 ainsi que 23 revendeurs spécialisés⁵⁶, pour se stabiliser à une centaine dans les années 1960 et 1970, lorsque les grandes surfaces sont admises à titre de revendeurs spécialisés⁵⁷.

Cette évolution se lit aussi dans le *Recensement fédéral des entreprises*. Si le nombre de commerces du livre (compris avec les disquaires dans les statistiques) évolue peu pendant cette période, l'augmentation des kiosques est quant à elle significative. À l'échelle de la Suisse romande, le nombre de kiosques à journaux est multiplié par quatre en une quarantaine d'années: de 143 en 1939, il s'élève à 229 en 1955, pour atteindre 591 en 1965 et finalement s'abaisser à 561 en 1975⁵⁸. Quant à la grande distribution, son

54. *Ibid.*, 1958-1959.

55. *Ibid.*, 1948-1949.

56. *Ibid.*, 1955-1956.

57. *Ibid.*, 1960-1961.

58. *Recensement fédéral des entreprises* 1939, 1955, 1965, 1975. Nous retenons les cantons de Vaud, Neuchâtel, Genève, et les deux cantons bilingues Fribourg et Valais.

essor est également significatif. Les chiffres pour l'ensemble de la Suisse attestent d'une progression régulière du nombre de grands magasins, passant de 68 en 1929 à 119 en 1939, 149 en 1955, 217 en 1965 et 307 en 1975. La catégorie des supermarchés apparaît en 1955 : 6 sont dénombrés en 1955 en Suisse, 133 en 1965 et 328 en 1975⁵⁹.

Tableau 7. Nombre de kiosques, de grands magasins et de supermarchés en Suisse, entre 1929 et 1975

	1929	1939	1955	1965	1975
KIOSQUES (Suisse romande)		143	229	591	561
GRANDS MAGASINS (Suisse)	68	119	149	217	307
SUPERMARCHÉS (Suisse)			6	133	328

Source : *Recensement fédéral des entreprises*, 1929, 1939, 1955, 1965, 1975

Ainsi, le mouvement général entre les années 1955 et 1975 dessine bien une reconfiguration de la structure du commerce du livre, avec la multiplication des revendeurs, catégorie « fourre-tout » regroupant tous les commerces ayant une activité mixte, excepté les kiosques et autres canaux de distribution moins centrés sur le livre que sur les journaux et magazines. Cependant, en 1939, si les formes de concurrence dans des commerces relativement modestes permettaient aux libraires de métier de maintenir un contrôle sur le marché, l'essor de la grande distribution, et le changement en termes de poids commercial, modifie progressivement l'impact des libraires sur la régulation du marché. Dès les années 1960, les rapports annuels de la SLESR pointent régulièrement l'effritement du système traditionnel des métiers du livre et la nécessité pour la branche de s'adapter aux nouvelles normes commerciales. Corrélativement, c'est bien la conscience d'une « chaîne du livre » traditionnelle qui se forge dans des liens de solidarité entre les gens du métier face aux acteurs extérieurs : « Les libertés personnelles et les intérêts matériels individuels ne sont conçus intelligemment dans la mesure où ils tiennent compte de la solidarité professionnelle qui nous lie nécessairement les uns aux autres. »⁶⁰ De même, fait significatif, le terme de libraires et éditeurs « indépendants »

59. *Ibid.* 1929, 1939, 1955, 1965, 1975.

60. Rapport du C. C., 1958-1959.

apparaît en 1961 pour la première fois dans les rapports de l'association, désignant l'idée de maisons « de métier » face à l'accroissement de structures centrées sur la logique marchande. Nous nous proposons d'approfondir cette question de l'importance acquise par des logiques hétérogènes au modèle de la branche à travers les enjeux qui se cristallisent autour du prix du livre.

LE PRIX CONSEILLÉ: UNE RÉGLEMENTATION QUALITATIVE ?

En 1970, le gouvernement bâlois demande à la Commission des cartels d'ouvrir une enquête à l'échelle de la Suisse sur les conditions de fixation des prix dans le secteur du livre. L'interpellation du Grand Conseil fait suite à la constatation d'un taux de change jugé excessif sur les livres importés vendus par les librairies à la Bibliothèque cantonale, qui menace d'aller se fournir à l'étranger. Le refus d'entrer en matière par les libraires a pour effet l'ouverture d'une enquête sur les méthodes cartellaires des deux associations suisses du livre et de l'édition, la SBVV pour la Suisse alémanique et la SLESR dans sa version romande. L'enquête consiste à évaluer si les pratiques des deux associations professionnelles sont conformes à la loi fédérale sur les cartels du 20 décembre 1962, stipulant que « sont réputés cartels au sens de la loi les conventions et les décisions ainsi que les accords sans force obligatoire qui influencent ou sont propres à influencer le marché de certains biens ou de certains services par une limitation collective de la concurrence, en réglant notamment la production, la vente ou l'acquisition de marchandises, ainsi que les prix et autres conditions »⁶¹. Un autre article relativise toutefois ces dispositions, stipulant que « les entraves à la concurrence sont licites lorsqu'elles sont justifiées par des intérêts légitimes prépondérants et ne restreignent pas la libre concurrence de manière excessive par rapport au but visé ou du fait de leur nature et de la façon dont elles sont appliquées »⁶². La mission de la Commission des cartels revient donc à évaluer si les limitations de la concurrence dans les métiers du livre peuvent être considérées comme légitimes et selon quels motifs.

Le rapport de la Commission des cartels, déposé en 1973, examine l'état de la concurrence sur le marché du livre à travers trois

61. Loi fédérale sur les cartels et organisations analogues, 20 décembre 1962, *Feuille fédérale*, n°1, 10 janvier 1963.

62. *Ibid.*

problématiques : la fixation du prix des livres suisses, les barèmes de conversion des prix sur les importations, enfin les escomptes accordés aux étudiants et aux bibliothèques⁶³. Les deux premiers points révèlent les enjeux culturels contenus dans la question du prix du livre, permettant d'évaluer si le livre peut être reconnu comme un bien digne de bénéficier d'une exception en termes de concurrence.

Au niveau de la fixation du prix des livres suisses, la Commission des cartels discute l'usage du « prix de catalogue » ou « prix conseillé » par l'éditeur, soit un système de prix uniformisé par la branche, mais sans force législative. Le prix des livres peut en effet répondre à plusieurs systèmes, qu'il soit fixé par l'éditeur ou le diffuseur (« prix conseillé »), par les détaillants (« prix net »), ou par une base légale (« prix unique »)⁶⁴. Dans les pratiques de l'époque, le prix conseillé est fixé en amont de la chaîne de distribution par l'édition qui définit les marges accordées aux intermédiaires (diffusion/distribution et détaillants). S'il y a cartel, celui-ci ne se situe donc pas sur le plan horizontal, puisque la fixation du prix initial se fait librement, mais au niveau vertical, en termes de prix appliqués par l'amont de la filière. En soi, cette caractéristique est jugée recevable pour la commission puisque les accords sont régulés par des négociations interprofessionnelles, réunissant producteurs et détaillants dans une même défense d'un prix fort homogénéisant le marché. De plus, chaque édition est libre de fixer son propre prix, ce qui ne constituerait pas une atteinte à la libre concurrence⁶⁵.

En termes d'importation, la question évaluée est celle des taux de conversion au moyen d'une table définie par les associations professionnelles suisses qui indexent les taux de change étrangers sur le niveau de vie suisse et les charges des libraires. Cette table revient là encore à une fixation unifiée du prix en amont pour les détaillants, le barème étant le même pour l'ensemble des membres de la SLESR, libraires et représentants-dépositaires (les diffuseurs actuels) réunis. Si le principe du prix conseillé par l'édition est accepté par la commission, alors le principe de la table doit l'être également. Seule la question d'un éventuel abus des taux de conversion demeure. Les calculs arrivent à une réévaluation de

63. Pour une contextualisation de cette question en lien avec le combat pour le prix unique du livre en Suisse, voir Richard, 2000.

64. Sur les différents systèmes de prix dans le domaine du livre, voir Habrand, 2007, pp. 121-131.

65. Commission suisse des cartels [L. Schürmann *et al.*], « L'état de la concurrence sur le marché suisse du livre », [mars 1973], fonds ASDEL, p. 9.

25 % au maximum des prix suisses sur les prix français, qui reste justifiables aux yeux de la commission malgré le pourcentage élevé. L'unique bémol émis par la commission tient en la nécessité de prendre uniquement en considération les frais supplémentaires d'acquisition (frais de port) et de distribution (charges des détaillants, intermédiaires) lors des réévaluations de la tablelle⁶⁶.

Dans le contexte des années 1970, la Commission des cartels admet ainsi les principaux arguments des libraires et ne dénonce pas le cartel du livre, au même titre par exemple que le rapport Chetochine en France qui aboutit, en 1973, aux mêmes conclusions⁶⁷. La commission fait entrer le prix du livre parmi les « intérêts légitimes prépondérants » de l'article 5 de la loi, qui tolère « l'application de prix imposés raisonnables, notamment lorsqu'ils sont nécessaires pour sauvegarder la qualité de la marchandise ou le service à la clientèle »⁶⁸. Sur le plan historique, l'intérêt réside dans le fait que la régulation du marché du livre par l'interprofession n'a fondamentalement pas été remis en cause jusqu'après la Seconde Guerre mondiale. Le principe du prix fixé par le fournisseur et non par le détaillant remonte en effet au XVIII^e siècle, mais c'est en 1829 que les éditeurs anglais instaurent les premiers le principe du prix conseillé⁶⁹. La finalité, à cette époque déjà, consiste à contrer des formes de rabais proposés par des commerçants. Le système anglais de 1829 perdure jusqu'en 1850, date à laquelle la Société des auteurs en dénonce le protectionnisme. Il sera réintroduit en 1890 à travers le *net price system*. Les principaux pays européens introduisent, selon Markus Gerlach, ce même type d'accord entre 1830 et 1930, équivalant à un prix conseillé sur le principe du droit privé régi par les associations professionnelles⁷⁰. L'enjeu, resté inchangé depuis, consiste à limiter la concurrence par le prix afin de garantir une diffusion des ouvrages de ventes lentes par le biais des librairies traditionnelles. Il s'agit de les protéger face à la concurrence de commerces centrés sur des ouvrages à débit plus rapide pouvant pratiquer des *discounts*. L'argument structurant est bien celui de la dualité entre ventes de grande diffusion et de ventes plus lentes qu'assurent les libraires de métier.

66. *Ibid.*, p. 25.

67. Surel, 2008, p. 338.

68. Commission suisse des cartels, p. 22.

69. Pour un historique du prix du livre, voir Gerlach, 2003, pp. 21-37.

70. Pour le cas de la France, voir Parinet, 1997, pp. 203-210.

Une centaine d'années plus tard, en 1954, le Congrès international des éditeurs tenu à Zurich consacre ses discussions à la question du prix du livre. Les professionnels sentent le prix conseillé menacé par leurs gouvernements dans une lutte plus générale contre la vie chère dans un contexte d'inflation. À cette époque, une tendance à la libéralisation du prix des livres se dessine déjà : le prix conseillé est déjà interdit par une loi au Canada et en Irlande, il est discuté en Allemagne, au Danemark, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Suède⁷¹ et en France, dès 1953, lorsque les professionnels se battent pour une réglementation spécifique réservée à leur branche après l'entrée en vigueur du « décret-loi sur la liberté des prix »⁷².

Toutefois, dans le régime du prix conseillé, les détaillants ont légalement le droit d'appliquer des *discounts*, ce qui profite à la grande distribution. Dans le monde francophone, l'effet le plus spectaculaire, qui a été le catalyseur des discours entre partisans et opposants d'un prix fixé par l'éditeur, est les rabais annoncés par la FNAC en 1974, à hauteur de 20 % sur certaines ventes, un effet d'annonce vite apparu comme une bombe dans le système traditionnel du livre et comme un moment déclencheur. Les grandes surfaces non spécialisées ont emboîté le pas à la FNAC, allant même jusqu'à des rabais de 38 % sur les *best-sellers*⁷³. Dès cette époque, la profession s'organise pour faire entendre les arguments en faveur du respect des modes d'organisation commerciaux du secteur du livre. Le prix conseillé atténue la concurrence par les prix au profit d'une concurrence qualitative entre détaillants, en termes de services notamment, du moment où les rabais n'entrent plus en ligne de compte⁷⁴.

Dans ce contexte, le rapport de la Commission des cartels de 1973 reprend à son compte les doléances des professionnels. Le discours autour du livre comme n'étant pas un « produit comme les autres » est désormais forgé :

Lorsqu'on cherche à envisager les conséquences possibles pour les libraires, pour les éditeurs et pour les auteurs d'un système de distribution du livre fondé sur la liberté des prix, il convient de partir

71. Rapport de F. D. Sanders, « L'attaque politique contre le maintien du prix de catalogue », Compte rendu du 13^e Congrès international des éditeurs, Zurich, 21-25 juin 1954, fonds Payot, V/07/02.

72. Chaffanjon, 2008b, pp. 332-336.

73. Habrand, 2007, p. 14.

74. *Ibid.*, p. 124.

de l'idée que le livre doit être distingué des autres marchandises commerciales. Instrument de l'éducation et de la formation de l'homme, il contribue aussi à le distraire et à le délasser. [...] D'une manière générale, on doit reconnaître l'intérêt qu'il y a, du point de vue de la politique culturelle, à favoriser la diffusion du livre.⁷⁵

Le livre comme bien commun devient ainsi un argument central par-delà les seuls intérêts de la profession. C'est en cela que des dispositifs étatiques visant à protéger les professionnels de la branche se justifient.

Au-delà de ces considérations sur l'importance culturelle du livre, l'idée d'un « produit pas comme les autres » est ainsi sous-tendue par la prise en considération d'un double système commercial. En tant qu'« industrie de prototype », certains secteurs du livre présentent des limites à une trop forte standardisation et requièrent une innovation régulière pour renouveler la demande⁷⁶. Cela est notamment le cas en littérature romanesque, qui représente dès les années 1970 environ 20 % du marché⁷⁷. Dans le contexte de mutations commerciales des années d'après-guerre, deux modèles s'opposent donc. D'un côté, celui de la grande surface, fondé sur une massification et une standardisation des ventes et, de l'autre, le commerce spécialisé dans le livre qui, face à cette nouvelle concurrence, accentue sa fonction de promoteur d'une culture diversifiée. La librairie renforce l'importance des services permettant d'accompagner chaque livre spécifique sur le marché. C'est au nom de cet argument que la Commission des cartels défend les mesures anticoncurrentielles protégeant le commerce traditionnel du livre :

Pour ce qui est des libraires, la suppression des accords de prix exercerait à n'en pas douter des effets négatifs sur l'appareil traditionnel de distribution. [...] Ils [les libraires] devraient limiter leurs stocks autant que possible et renoncer dans une large mesure à les compléter. Ces stocks fortement réduits, devraient consister essentiellement en ouvrages de vente facile et rapide. Les prestations de service traditionnelles du libraire devraient être ramenées à un minimum en raison des frais de personnel spécialisé inhérent à ces services. [...] Sous la pression de la concurrence, un nombre

75. Commission suisse des cartels, p. 9.

76. Perona, 2008.

77. Renard et Rouet, 1998, p. 655.

élevé d'entreprises marginales se trouveraient sans doute exclues du marché, alors que les grandes librairies et le commerce de vente par correspondance se trouveraient favorisés. [...] La dispersion traditionnelle des librairies, qui est souhaitable du point de vue de la politique culturelle, disparaîtra.⁷⁸

À la diversité des ouvrages correspond donc la défense de la diversité des types de commerces, afin de lutter contre une concentration commerciale, à une époque où, nous l'avons vu, le réseau de librairies reste encore dense aussi dans de petites localités de Suisse romande.

Emboîtant le pas du Royaume-Uni qui, en 1962, avait toléré la pratique du *Net Book Agreement* après quatre ans d'enquête ouverte en 1958 par la *Restrictive Trade Practice Act*, la Suisse fait de cette décision britannique un argument pour plaider en faveur du marché traditionnel du livre. Au même titre que la délimitation du métier par la catégorisation des détaillants, la pratique du prix conseillé protégeant une chaîne du livre «absolument solidaire»⁷⁹ intervient comme une mesure anticoncurrentielle qui, en soi, renforce l'identité du métier de libraire. C'est à ce titre que la librairie sera ultérieurement, dès 1975 en Espagne et en 1981 pour la France, protégée par des dispositifs législatifs instaurant un «prix unique». Le secteur du livre requiert des législations là où la cartellisation s'effrite par un renforcement des lois anticartellaires et sous la pression des grands groupes dans une économie du livre toujours plus dominée par des effets de concentration. Le cas de la France est à cet égard exemplaire: l'arrêté Monory⁸⁰ dénonce en 1979 le prix conseillé en faveur d'un prix net fixé par les détaillants, quelques années après la mise en place de la politique du *discount* par la FNAC. Suscitant des réactions des acteurs du livre, éditions comme librairies, cette politique du livre libéralisée est contrée par l'instauration du dispositif législatif du prix unique en 1981⁸¹. Fondée sur le principe de la préservation de la diversité éditoriale à travers la protection d'un réseau de librairies, le principe du prix unique a renforcé, dans les représentations, l'idée d'une «chaîne du livre» centrée sur la valeur qualitative du livre.

78. Commission suisse des cartels, pp. 9-10.

79. *Ibid.*

80. Surel, 2008, pp. 337-344.

81. Pour une synthèse de ces différentes étapes conduisant à la loi sur le prix unique en France, voir Fauvelais et Glain 1983.

Plus que la séparation entre la « qualité » des commerces, c'est-à-dire entre les commerces mixtes (comme l'étaient les boutiques de revendeurs) et ceux spécialisés dans le livre, le principal enjeu réside désormais dans la taille des détaillants. Si la définition du « libraire de métier » s'imposait dès les années 1930 face à la concurrence que représentaient revendeurs et dépositaires, les librairies suisses romandes maintenaient encore à cette époque une mainmise sur l'organisation de la branche en contrôlant l'entrée sur le marché, les taux des remises et la régulation des prix. Dans les années d'après-guerre, cette situation tend à s'effriter sous la pression de la grande distribution, qui s'aligne sur des exigences commerciales différentes de celles du secteur traditionnel du livre. La différence entre « petits » (boutiquiers) et « grands » commerces (grande distribution) devient alors centrale. Le commerce du livre rejoint en cela l'histoire générale du commerce de détail, qui voit pointer en Europe la montée de la grande distribution dans les années 1960, et avec elle la logique des jeux d'échelle et celle d'un « appel par les prix »⁸² devenant un réel argument de vente.

Dans le secteur du livre, cette opposition possède une forte signification, car les commerces de petite taille fonctionnent sur le registre d'un acheminement unique du produit, c'est-à-dire qu'elles proposent beaucoup de titres pour peu d'exemplaires, alors que la grande distribution favorise la mise à disposition de peu de titres pour beaucoup d'exemplaires. Une *grande librairie généraliste*, comme celle de Payot, peut en quelque sorte jouer sur les deux modèles, puisqu'elle offre un large panel de la production éditoriale tout en centrant aussi ses efforts sur des créneaux de plus grandes ventes (scolaire, universitaire, vie pratique) et en profitant des jeux d'échelle qui lui permettent des commandes en plus grand nombre grâce au succursalisme notamment.

PREMIÈRE DÉRÉGLEMENTATION DU PRIX DU LIVRE

L'association professionnelle des libraires suisses romands a progressivement dû assouplir ses conditions de vente pour répondre à la pression de la grande distribution. Si la préoccupation de cette concurrence est loin d'être nouvelle parmi les libraires, puisque la question traverse déjà les procès-verbaux de l'association dans les

82. Chaffanjon, 2008b, p. 334.

années 1930, elle s'impose toutefois au cours des années 1960. Rappelons en effet que l'association professionnelle a pour objectif principal la réglementation des conditions de vente des livres qui suivent le système du prix conseillé par l'édition. Mais ce système non réglementé par la loi (comme le sera ensuite le prix unique) permet, à qui n'y appartient pas à l'association, de ne pas suivre le prix de vente, ce que fait une partie des grandes surfaces et des grossistes non membres. Ainsi, les règles fixées par la SLESR commencent à montrer leurs limites qui placent l'association professionnelle face à une contradiction. Il lui est souvent impossible d'accepter les grandes surfaces comme membres, même à titre de revendeurs, car cela signifierait une dévalorisation de leur métier, et dans le même temps, cette situation l'empêche de contrôler les pratiques de ce type de commerces.

Les commentaires des rapports annuels font état des changements structurels dans la branche auxquels l'association doit s'efforcer de répondre: «Le livre apparaît toujours plus là où on l'attendrait le moins. Toujours davantage des non-professionnels ont la tentation d'en vendre, comme un pur objet de profit, au nombre des innombrables produits qu'offre aux commerçants la production industrielle de masse.»⁸³ La menace des grandes surfaces consiste dans le fait qu'elles ont la possibilité de se fournir auprès de marchés parallèles de grossistes à des prix compétitifs par rapport aux conditions de vente imposée par la SLESR à leurs membres diffuseurs. Ainsi, refuser l'admission d'un magasin de grande distribution équivaut à s'exposer à une concurrence difficile à maîtriser sur des articles de vente facile, marché que les libraires des années 1960 ne veulent pas laisser échapper:

La situation des revendeurs, qui est statutairement du ressort du Comité central, a été considérée à nouveau par ce dernier, à la suite de discussions des membres libraires, à l'occasion de l'admission d'un grand magasin dans cette catégorie [treize succursales de la Rheinbrücke de Bâle, filiale du groupe Maus, dans des petites villes romandes]. Nous avons conclu que cette situation doit être maintenue telle qu'elle est. Voici pourquoi: la remise réglementaire des revendeurs est inférieure de 5% aux remises minima accordées aux libraires, et ne peut dépasser 30%; baisser cette

83. Rapport du C. C., 1959-1960.

remise, c'est porter atteinte aux intérêts des revendeurs pour qui la vente est importante, et parfois essentielle, sans pour autant nous donner les arguments nous permettant de refuser cette qualité à des grands magasins qui peuvent se procurer des livres par leurs propres circuits d'achats et qui pourraient les vendre en dehors de toute entente professionnelle. C'est le lieu de rappeler une règle économique fondamentale : toute disposition conventionnelle qui ne tient pas suffisamment compte des réalités commerciales et techniques est dangereuse ou inappliquée ; elle condamne l'organisation professionnelle qui l'a prise.⁸⁴

La SLESR adoptera donc une politique d'assouplissement de ses règlements de vente, même si, au fil du temps, la situation devient de plus en plus « menaçante » face à la généralisation des pratiques de *discounts*, « seul aspect vraiment alarmant de ce phénomène nouveau, car les différences que constate le public accréditent l'impression que "chaque fois qu'un livre passe par les mains d'un libraire, il est plus cher" »⁸⁵. Si, au début des années 1960, la SLESR a encore suffisamment d'autorité pour contrôler la pratique des *discounts*, la situation n'est plus la même dix ans plus tard, lorsque le marché de la grande distribution devient plus important et multiforme, échappant aux moyens de pression habituels : « Nous constatons qu'une lente détérioration mine le commerce du livre et que, loin d'en être les organisateurs, nous assistons, impuissants, à un renversement qui peut nous être fatal. En fait, nous subissons ce que nous devrions dominer. »⁸⁶

La SELSR est donc contrainte de s'adapter à cette nouvelle situation. Elle le fera par des aménagements successifs qui font évoluer le métier pas à pas. C'est à la date symbolique de son centième anniversaire, en 1966, qu'elle revoit ses statuts et ses règlements de vente, allant dans le sens d'une plus grande libéralisation, étant donné que « de nouvelles brèches sont ouvertes dans la notion de prix imposé qui est à la base de nos règlements »⁸⁷. Une commission des membres libraires est créée qui, après les éditeurs et les diffuseurs, doivent faire front commun face à ces nouvelles questions commerciales, étant donné qu'ils « ne peuvent plus prétendre à l'exclusivité de la vente du livre »⁸⁸. La seconde nouveauté, et non des moindres, est

84. *Ibid.*, 1960-1961.

85. *Ibid.*, 1963.

86. « La SLESR face au marché du livre en Suisse romande », fonds ASDEL.

87. Rapport d'activité du C. C., 1966.

88. *Ibid.*

la suppression de la limite de remise faite aux revendeurs, afin de ne pas désavantager certaines grandes surfaces qui sont déjà membres⁸⁹ et d'attirer, par ailleurs, dans l'association les autres commerces de grande distribution.

Mais ces mesures ne sont pas suffisantes, comme le montre par exemple le changement d'attitude de l'Innovation/Grand Passage. En effet, en 1959, le prix des collections jeunesse est bradé par les magasins Coop, suivis par la Placette, ce qui met l'Innovation dans une position délicate en tant que membre de l'association. Ne pouvant pas déroger aux règles de la SLESR, mais voulant rester compétitive, elle demande à l'association de négocier avec les magasins concurrents pour qu'ils revoient leurs tarifs, requête à laquelle la SLESR arrive encore à répondre. Mais, une quinzaine d'années plus tard, le même magasin est devenu un des moteurs du processus de dérégulation. L'Innovation passe en effet désormais par les canaux parallèles d'approvisionnement. Or, l'association professionnelle possède peu de moyens pour réagir, et bien plus, elle se montre dépendante de la force commerciale de l'Innovation. En effet, «le groupe Jelmoli [Innovation] est un client dont les diffuseurs ne peuvent pas se passer»⁹⁰. L'alarme a déjà été donnée un an auparavant lorsque la Pharmacie principale démissionnait de la SLESR, arguant des «dispositions beaucoup trop rigides en matière de prix de vente qui ne correspondent plus aux exigences d'une libre concurrence»⁹¹. Cette décision a effrayé les professionnels du livre par l'effet boule de neige qu'elle pouvait produire sur les autres grandes surfaces, à l'instar de Jelmoli. Le problème se pose ainsi, mettant en évidence les intérêts désormais divergents entre diffuseurs et libraires : «Cela mettrait les diffuseurs dans une situation préjudiciable à leur affaire d'une part, à leurs relations avec les éditeurs qu'ils représentent d'autre part. Deux questions résument la longue discussion qui s'engage : les diffuseurs peuvent-ils se permettre de perdre la clientèle des grandes surfaces actuellement membres de la SLESR ? Dans la négative, peuvent-ils alors se permettre de perdre celle des libraires ? »⁹²

89. Au début des années 1960, des magasins à succursales multiples, comme les magasins Gonseth ou encore «Au Louvre», chaînes situées dans de petites localités romandes, sont acceptées à titre de revendeurs par la SLESR. Rapport du C. C., 1960-1961.

90. SLESR, Procès-verbal du Comité central, 5 octobre 1976, fonds ASDEL.

91. Procès-verbal du groupe des représentants-dépositaires, 11 avril 1975, fonds ASDEL.

92. *Ibid.*

La « menace » semble donc venir d'un système de marché parallèle de grossistes, qui s'approvisionnent directement en France et revendent les ouvrages en Suisse à des prix inférieurs que ceux des barèmes de la SLESR. Les informations contenues sur ce marché étant officieuses, peu de traces transparaissent dans les rapports de la SLESR. Nous savons toutefois que la diffusion Cedilivre demande une admission comme membre en 1976 sous la pression de la SLESR, parce qu'elle s'approvisionnait ailleurs. La structure Palicom aurait, pour sa part, ouvert en 1975 une société à Annemasse, possédant une carte de grossiste qui lui permettrait de se fournir à Paris et d'offrir des prix 20 % moins élevés sur les ouvrages français⁹³. Quant à Novocom, société de grossiste basée à Genève, elle s'alimentait, semble-t-il, chez un autre grossiste basé en France⁹⁴. Approvisionnant la majorité des grandes surfaces, elle aurait représenté, en 1979, une partie conséquente du marché de vente du livre en Suisse romande⁹⁵.

Dans ce contexte, les intérêts sont clairs entre les différentes parties : les diffuseurs demandent un assouplissement des règlements de vente afin de pouvoir eux aussi fournir les grandes surfaces et de baisser le prix de vente sur certains ouvrages de vente rapide afin d'atteindre une différence de 10 % maximum avec les grandes surfaces. Les libraires, pour leur part, restent campés sur leurs positions, craignant de se faire dépasser par l'amont et de ne plus maîtriser le marché.

En 1976, nouvelle « attaque » : le marché parallèle fait du *Petit Larousse* un produit d'appel, en le vendant en *discount* alors que sa vente représente un chiffre d'affaires important pour les librairies. L'Innovation s'aligne désormais sur le prix de la Migros, soit 38 fr. contre 49 fr. 10 en librairie⁹⁶. Certaines grandes surfaces membres de la SLESR baissent alors à leur tour leur prix, contrairement aux règlements de vente. Pour contrer cette situation, la SLESR intervient directement auprès des Éditions Larousse, afin de fixer un prix compétitif pour les libraires et d'assurer une mise en vente synchronisée avec la France⁹⁷. Face à l'importance encore avérée de

93. Procès-verbal du groupe des représentants-dépositaires, 13 mai 1975, fonds ASDEL.

94. Procès-verbal de la séance tenue entre les représentants des éditeurs français et la SLESR, 23 janvier 1973, fonds ASDEL.

95. Association suisse des libraires langue française, Procès-verbal de la séance du 4 décembre 1979, fonds ASDEL.

96. SLESR, Procès-verbal du Comité directeur, 12 mai 1976, fonds ASDEL.

97. SLESR, Procès-verbal de l'assemblée générale extraordinaire des membres actifs, 17 juin 1977, fonds ASDEL.

la librairie spécialisée, Larousse trouve son intérêt au maintien des bonnes relations commerciales avec la SLESR. L'éditeur français accepte donc, et reconduit l'opération en 1979 ce qui permet, pour la première fois, de fixer le prix de vente « en accord avec le fournisseur des grandes surfaces »⁹⁸.

L'enjeu qui se pose à la librairie est le suivant: « Les éditeurs français continuent-ils à considérer le marché traditionnel comme préférentiel? Sont-ils sincères dans leurs intentions? Veulent-ils se passer de leurs diffuseurs? »⁹⁹ Suite à quoi, la SLESR pointe le doigt sur la fixité de ses propres règles: « Tous les membres du Comité central sont unanimes à admettre que la réglementation actuelle est trop rigide et qu'il convient de l'assouplir, tout en préservant dans toute la mesure du possible les marges d'une part, la qualité du service et du diffuseur d'autre part. Question: faut-il envisager pour certains articles l'introduction du prix libre ou poursuivre les actions à prix cassé? L'important est de donner au public l'impression que le libraire est compétitif. »¹⁰⁰ Les librairies suisses, en somme, sont-elles prêtes à rompre leur réglementation sous la pression d'un autre type de distribution? Pour cela, une solution d'entre-deux est trouvée qui témoigne bien de la position hybride des libraires face à la diffusion des ouvrages de grande vente: ils décident de séparer le marché en deux sous-secteurs, entre les livres de vente rapide, les seuls à rentrer en réelle concurrence avec les grandes surfaces, et ceux de vente lente qui restent de leur ressort.

En effet, en 1979, après plusieurs années de réflexion, des essais de « *discounts* collectifs » sont entrepris par la SLESR. À titre d'essai, ils lancent un ouvrage de la série *Astérix* à prix compétitif (qu'un commerce du marché parallèle, ayant appris la démarche, contre par ailleurs rapidement en abaissant encore son propre prix¹⁰¹). Le succès de l'opération encourage la SLESR à poursuivre cette opération des « *discounts* régulés ». Les diffuseurs choisissent donc dans leurs fonds des ouvrages sur lesquels ils sont prêts à accorder des remises favorables (45 %), sur des volumes de bandes dessinées, de romans policiers, de collections « Livre de Ppoché », « J'ai lu », « Folio », « Press pocket » et « Bibliothèque verte et rose »¹⁰² (envi-

98. Rapport du C. C., 1979.

99. SLESR, Procès-verbal de l'assemblée générale extraordinaire des membres actifs, 17 juin 1977, fonds ASDEL.

100. SLESR, Procès-verbal du Comité central de la SLESR, 2 mars 1979, fonds ASDEL.

101. SLESR, Procès-verbal du Comité central, 2 mars 1979, fonds ASDEL.

102. SLESR, Assemblée générale extraordinaire du 6 juillet 1979, fonds ASDEL.

ron 120 ouvrages en tout)¹⁰³. En retour, les diffuseurs obtiennent la possibilité de pouvoir livrer les grandes surfaces non membres. Malgré l'aspect collectif de la démarche, des résistances sont toutefois la preuve d'intérêts divergents: les gros diffuseurs ne veulent pas accorder les remises envisagées pour des commandes minimales, c'est-à-dire pour les petits commerces. Sur la plainte des libraires, la SLESR répond à ces pratiques en fixant le nombre d'ouvrages à commander pour pouvoir bénéficier de ces taux de remise avantageux (10 exemplaires pour un seul titre, 20 exemplaires s'il y a assortiment avec d'autres ouvrages). À ce propos, il est intéressant de voir la disparité du positionnement des diffuseurs selon leur taille: si trois proposent la solution retenue (dont Payot), un gros diffuseur octroie une remise favorable à partir seulement de 50 exemplaires, l'OLF à partir de 30 ou de 100 assortis (avec d'autres ouvrages), tandis que Mühlethaler, structure de taille plus modeste, à partir seulement de 10 exemplaires. Enfin, concernant l'«opération Astérix», un chiffre est significatif quant à la structuration du champ de la librairie romande en 1979. La liste des commandes de chaque librairie centralisée par la SLESR témoigne de la densité des librairies en Suisse romande, avec des commandes provenant de 95 points de vente, tous cantons confondus, dont beaucoup sont situés dans des régions périphériques. Cette liste permet également de mesurer la disparité entre grands et petits commerces: 16 points de vente commandent 1 à 10 exemplaires de la bande dessinée, 66 magasins en demandent entre 11 et 50, enfin 10 points de vente en prennent entre 51 et 200. Ensuite un saut quantitatif se dessine: 1 point de vente demande 1000 exemplaires (les librairies Reymond, seconde chaîne romande de succursales); les librairies Payot en commandent 2000 et enfin, autre palier, les kiosques Naville atteignent les 10 000 exemplaires¹⁰⁴. Ces chiffres sont comme la photographie de la branche: Payot, la plus grosse librairie de la région ne représente quasiment plus rien sur le marché des livres de vente rapide par rapport au poids des kiosques, dont le réseau de magasins est beaucoup plus dense. D'un autre côté, les autres magasins représentent un groupe passablement homogène

103. Association suisse des libraires de langue française, «Livres et collections dont le prix de vente est inférieur au barème de conversion. Liste provisoire établie le 1^{er} novembre 1978», fonds ASDEL.

104. *Astérix chez les Belges*. Commandes, [1979], fonds ASDEL.

avec une quantité moyenne de commandes (10 à 50) pour l'opération marketing autour du volume *d'Astérix*.

Toutefois, malgré le signe d'un changement de climat avec l'arrêté Monory en France et le projet d'implantation de la FNAC à Genève, la Suisse romande ne semble pas directement touchée par la législation du « prix net », puisque le syndicat des éditeurs français a décidé de maintenir le système du prix imposé à l'exportation¹⁰⁵. Mais le risque consiste à afficher un prix nettement supérieur à celui des libraires français et de voir la fuite de la clientèle en France, cela dans le contexte d'un franc suisse fort en 1978 qui a de lourds impacts sur la librairie romande. En outre, le principe d'un prix réglementé par le cartel en Suisse est encore protégé, nous l'avons vu, par le rapport de la Commission de la concurrence qui en accepte le principe. Mais les tribulations qui courent durant toutes les années 1970 sont le signe de bouleversements dans la commercialisation du livre auxquels les libraires sont désormais confrontés : guerre des prix par la grande distribution, montée en puissance de groupes monopolistiques par des mouvements de concentration, au niveau éditorial et dans la diffusion, enfin une séparation du marché entre livres de vente rapide, à fort potentiel commercial, et ceux de vente lente, dont le maintien est perçu comme la défense d'une diversité culturelle, possédant désormais une forte charge symbolique, empreinte d'engagement, voire de militantisme en faveur du livre.

105. Rapport du C. C., 1979.

2. LES PRESTATIONS SOCIALES

Si les régulations définies par l'association patronale cherchent à protéger le métier de libraire face à la concurrence de commerces non spécialisés dans la vente du livre par des mesures protectionnistes, du côté des employé·e·s les luttes vont dans le sens d'une reconnaissance sociale du métier. Là encore, un paradoxe s'observe dans la librairie: inscrite dans un commerce, l'activité de l'employé·e de librairie suppose d'abord des compétences de vente qui les placent à un niveau inférieur des classes salariales. La spécialisation du commerce dans le livre suppose toutefois d'avoir des connaissances culturelles qui dépassent les compétences requises dans le seul secteur de la vente. C'est sur ce paradoxe que les salarié·e·s forgent leurs revendications sur le plan statutaire.

Relevons dans un premier temps que la majeure partie des commerces reste le fait de microentreprises, qui ne dépassent pas la taille de la boutique et qui emploient de ce fait peu d'employé·e·s. Entre 1939 et 1965, les trois quarts des entreprises occupent une à trois personnes¹, 10-15 % emploient de 4 à 10 personnes, 2 à 5 % de 11 à 20 employé·e·s, enfin 1 à 2 % des librairies ont de 20 à 100 employé·e·s². Le champ se structure donc autour de quelques grosses entreprises à côté d'une part importante de magasins plus modestes. Entre 1939 et 1965, les personnes engagées passent de 62 % à 87 % dans le canton de Vaud³, mais la majorité de l'augmentation se lit dans une seule entreprise qui emploie plus

1. Les données de 1939 intègrent de manière confondue commerces du livre, kiosques et commerces d'objet d'art.

2. *Recensement fédéral des entreprises*, 1939, 1955, 1965, 1975.

3. *Ibid.*, 1939 et 1965.

de 50 personnes (dès 1955), de toute évidence la maison Payot⁴. Cette binarité des structures fait apparaître, nous le verrons, des intérêts divergents entre grosses et petites maisons en termes de protection sociale, les structures les plus importantes pouvant mieux répondre à l'augmentation des charges salariales que les petites dont la marge de manœuvre est plus limitée.

Entre 1940 et la fin des années 1970, les relations entre les associations patronales et celle des employé·e·s varient. Trois principales périodes se dessinent : les années 1940 sont celles de la mise en place du contrat collectif et des principales mesures de protections sociales. Dans les années 1960, les termes du contrat sont régulièrement réévalués et les salaires indexés sur l'augmentation du coût de la vie. Les rapports avec le patronat se tendent parfois, les revendications des employé·e·s pouvant se montrer plus incisives en vue de la bonne santé économique, alors que le patronat tente de contenir l'augmentation des frais généraux. Enfin, une nouvelle génération de jeunes libraires refonde le syndicat des employé·e·s en 1978 dans une optique militante qui rompt avec l'esprit consensuel de leurs aîné·e·s. Une nouvelle ère s'ouvre, où les tensions entre patronat et employé·e·s sont plus affirmées.

LA CORPORATION DES EMPLOYÉ·E·S (ACRPLE)

La professionnalisation du métier passe par la régulation du statut des employé·e·s dans les librairies dès le début des années 1940. Les bases de la couverture sociale sont définies en quelques années selon le modèle de négociations paritaires entre le patronat et les employé·e·s. En juin 1943, le Comité central de la SLESR reçoit une longue missive annonçant la création de l'Association corporative romande du personnel de la librairie et de l'édition (ACRPLE), afin de négocier l'établissement d'un contrat collectif⁵. Le contexte l'explique. L'heure est à la mise en place d'importantes mesures de protections sociales : arrêté fédéral du droit à l'assurance chômage (1942), article fédéral constitutionnel pour la protection de la famille (1945) et lois cantonales sur

4. Le recensement des entreprises de 1975 indique conjointement les librairies et les kiosques, ces derniers n'employant généralement qu'une seule personne. Nous ne prenons donc pas ce chiffre en considération.

5. Nous optons pour le terme de « contrat collectif » d'usage à l'époque, devenu ultérieurement « convention collective ».

les allocations familiales (1943 pour le canton de Vaud, 1945 à Genève et 1946 à Neuchâtel), loi fédérale sur l'AVS (1947). De plus, juin 1943 correspond au message du Conseil fédéral⁶ auprès des chambres avalisant la prorogation de l'arrêté fédéral d'urgence du 1^{er} octobre 1941 qui donnait en période de guerre un fondement juridique aux contrats collectifs de travail⁷ dans le contexte helvétique de la « paix du travail ».

L'uniformisation des salaires, leur augmentation et leur indexation, l'instauration des principales mesures en termes de prévoyance sociale et l'établissement des règlements de la formation professionnelle sont au cœur des revendications de l'association des employé·e·s de librairies, cela dans une logique de consensus et non de confrontation, comme en témoigne leur lettre inaugurale envoyée à la SLESR :

Les réalisations que nous envisageons au nom de la doctrine corporative sont des réalisations de paix et de justice sociale, en même temps qu'une base sérieuse de développement progressif de la profession dans l'intérêt de tous ceux qu'elle occupe. Et cette profession s'incruste dans l'ordre social qu'elle veut pénétrer de son esprit, car nous sommes bien convaincus que l'ère nouvelle que tous les hommes dignes de ce nom appellent de leurs vœux ne pourra s'établir que dans la mesure où la vie sociale ne sera plus régie par la politique, la finance ou les partis, mais par les métiers et les métiers organisés. [...] Quand chaque profession sera organisée de façon à ce que chacun de ses membres puisse « vivre » à tous les points de vue, il n'y aura plus de lutte des classes et, partant, plus de guerres. [...] Chaque travailleur doit arriver à vivre normalement, sans devoir mendier la charité parce qu'il doit suivre un traitement dentaire ou pour permettre à ses enfants d'entreprendre quelques modestes études.⁸

Pour asseoir son organisation, l'ACRPLE s'affilie ainsi dans ses premières années à une structure corporative. Sans que celle-ci ne soit explicitement nommée dans les correspondances adressées à

6. « Message du Conseil fédéral à l'Assemblée fédérale à l'appui d'un arrêté d'un projet fédéral permettant de donner force obligatoire générale aux contrats collectifs de travail », 12 février 1943, *Feuille fédérale*, 4 au 18 février 1943.

7. Degen, « Conventions collectives », *DHS*.

8. Lettre de l'ACRPLE à Alexandre Jullien, président de la SLESR, 12 juin 1943, fonds Baconnière, n° 276.

la SLESR, l'association des employé-e-s semble avoir eu des liens étroits avec la Fédération vaudoise des corporations qui porte l'en-tête d'une de ses lettres⁹. Ce lien avec l'organe faitier vaudois s'expliquerait par une importante représentation des employé-e-s vaudois-e-s et genevois-e-s parmi la centaine de membres à la création de l'ACRPLE, mais aussi par le fait que son premier président, employé chez Payot, est d'origine vaudoise. Son activisme dans le syndicat lui vaudra d'ailleurs d'être épinglé par la direction Payot qui souligne que, «s'il n'avait pas cinq enfants, il aurait déjà été remercié depuis longtemps»¹⁰. Un autre facteur tient certainement à l'importance acquise par le mouvement corporatiste dans le canton de Vaud dans le courant des années 1930, où l'accointance d'hommes politiques influents parmi l'élite radicale vaudoise (Rodolphe Rubattel, Pierre Rochat, Eugène Hirzel¹¹) et leur rapprochement avec les milieux économiques font de ce canton un des terreaux de cette mouvance avant la Seconde Guerre mondiale. En quelques années, le nombre d'associations regroupées par la partie patronale de la Fédération vaudoise des corporations est significatif. Les représentants sont majoritairement des patron-ne-s de petites et moyennes entreprises ou issu-e-s des professions libérales, des services et surtout des petits commerces¹². Les membres de l'ACRPLE trouvent dans cette structure, qui regroupe également des syndicats d'employé-e-s, la possibilité d'un lobby collectif, mais cherchent surtout un modèle concret pour la création de leur contrat collectif ainsi qu'un soutien administratif.

Après quelques années sous l'égide de la corporation, l'ACRPLE décide toutefois d'en sortir en 1947, abandonnant le C de son acronyme (devenant l'ARPLE). Les arguments invoqués sont de trois ordres : cotisations trop élevées requises par le secrétariat (qui s'élèvent à hauteur de 80 % des revenus de l'association) ; nécessité d'une plus grande liberté dans les rapports avec la SLESR ; enfin, un groupement qui ne se reconnaît plus entièrement dans les préoccupations du secrétariat des Fédérations corporatives¹³. En outre, la branche de la librairie et de l'édition, réunie autour

9. Lettre de Willy Lador au nom de la Fédération vaudoise des corporations aux employés du personnel de librairie, 3 décembre 1943, fonds Baconnière, n° 276.

10. Lettre de Samuel Payot à Alexandre Jullien, 28 janvier 1944, fonds Payot, I/025.

11. Maspoli, 1993, p. 78.

12. *Ibid.*, p. 98.

13. [Non signé], «Communication du Comité romand», 13/12. *Organe de l'ARPLE*, n° 6, septembre 1946, p. 102.

d'un nombre relativement restreint d'entreprises, ne partage pas les mêmes préoccupations que celles de secteurs plus importants. Dès 1947, elle décide de réguler ses négociations de manière autonome par le biais d'une commission paritaire composée de délégué-e-s issu-e-s du personnel et du patronat, qui procède aux réadaptations du contrat collectif ainsi qu'aux règlements des litiges. C'est donc bien au sein de la commission paritaire entre la SLESR et l'ARPLE que se négocient, pendant trente-cinq ans, la régulation des salaires, du temps de travail, ainsi que la mise en place des mesures de prévoyance sociale.

LES CONDITIONS SALARIALES

Le long plaidoyer de 1943 envoyé par l'ACRPLE à l'association patronale insiste sur l'urgence à réévaluer les salaires dans une branche où le pouvoir d'achat des employé-e-s des librairies aurait baissé de 25 % en quelques années¹⁴. L'argumentaire des employé-e-s semble d'autant plus légitime que des dispositions en faveur d'une valorisation salariale avaient été prises dans la branche des papetiers en 1942, dont le métier présente des similitudes. Ainsi pourquoi, demande l'ACRPLE, ce qui est considéré comme possible et applicable dans une papeterie, ne l'est-il pas dans les librairies qui « sont actuellement en pleine prospérité et qui doivent se faire un point d'honneur, moral, patriotique et social d'offrir un salaire au moins équivalent à son personnel »¹⁵?

La dénonciation de la précarité salariale des employé-e-s de librairie est en effet loin d'être rhétorique. Le premier contrat collectif entré en vigueur en 1944 prévoit un seuil *minimum* qui s'échelonne de 170 fr. (843) mensuels la première année à 330 fr. (1600) la dixième année¹⁶ pour les employés masculins des librairies urbaines. En comparaison, à la même époque, la moyenne suisse des employés, toutes régions confondues, est de 452 fr. (2200)¹⁷. À titre comparatif également, un typographe gagnait, en 1945,

14. Lettre de l'ACRPLE à Alexandre Jullien, président de la SLESR, 12 juin 1943, fonds Baconnière, n° 276.

15. *Ibid.*

16. SLESR, « Contrat collectif de la librairie et de l'édition », 14 décembre 1943, fonds ASDEL.

17. Ritzmann-Blickenstorfer, *Historische Statistik der Schweiz*, G12, « Catégorie II: employés ne travaillant pas de façon indépendante, mais ayant achevé un apprentissage ou possédant des connaissances spéciales ».

en moyenne 571 fr. (2800)¹⁸. Cela explique l'importance pour l'ACRPLE de permettre une fidélisation du personnel en reconnaissant l'acquisition des expériences par des évolutions salariales sur les dix premières années d'engagement dans la même maison, avec une réévaluation du salaire les trois premières années, puis la sixième, la neuvième et la dixième année¹⁹. Après ces dix années, le salaire minimal n'est plus fixé par le contrat collectif, chaque maison étant maître d'instaurer sa propre échelle de salaire.

En 1944, trois catégories de salaires sont distinguées selon la localisation des librairies, étant donné les différences de salaires entre les grandes et les petites villes. La première catégorie (A) couvre Genève et Lausanne, la seconde catégorie (B) les petites villes suisses romandes, comme Bienne, La Chaux-de-Fonds, Fribourg, Montreux, Neuchâtel, Vevey, Yverdon, enfin la troisième catégorie (C) regroupe toutes les autres localités. Au niveau des inégalités salariales femmes-hommes, et à titre d'exemple, les hommes employés de bureau reçoivent le même salaire que les femmes employées de librairies.

Tableau 8. Salaire moyen en librairie sur les dix premières années en 1944

Employé de librairie	Employée de librairie et employé de bureau	Employée de bureau
241 (A)/231 (B)/221 (C)	207 (A)/197 (B)/187 (C)	87 (A)/177 (B)/167 (C)

Source : Contrat collectif de la librairie et de l'édition, 1943, fonds ASDEL.

Quels changements pouvons-nous observer en 1965? La catégorisation des villes a été abandonnée. La qualification devient en revanche essentielle, signe de la reconnaissance de l'apprentissage de libraires et d'employé-e-s de bureau, qui gagnent toutefois toujours moins. Malgré l'inégalité qui prévaut entre les hommes et les femmes en 1965 encore, relevons que l'égalité femmes-hommes dans les salaires de base est instaurée en 1971²⁰, mais la progression sur les neuf premières années reste avantageuse pour les hommes²¹.

18. Chuard, 1982, p. 53.

19. SLESR, Contrat collectif de la librairie et de l'édition, 14 décembre 1943, fonds ASDEL.

20. Rapport du C. C., 1971.

21. *Bulletin ARPLE*, Pâques 1971, n° 1, 29^e année, p. 1.

Tableau 9. Salaire moyen en librairie sur les neuf premières années en 1965

Employé de librairie qualifié	Employée de librairie qualifiée
760 (2650)	700 (2450)
Employé de bureau qualifié	Employée de bureau qualifiée
735 (2500)	675 (2350)
Employé non qualifié	Employée non qualifiée
710 (2500)	650 (2270)

Source : Contrat collectif de la librairie et de l'édition, 1965, fonds ASDEL.

Malgré ces réévaluations, les salaires demeurent bas en comparaison avec d'autres branches²², ce qui explique la difficulté de recrutement de personnel masculin, tandis que les femmes doivent quitter le métier dès leur mariage si leur conjoint gagne un salaire supérieur à 400 fr. (1400), selon le contrat collectif²³. Samuel Payot pointe du doigt la difficulté à trouver du personnel formé déjà à l'issue de la guerre en signalant à l'Office communal de placement un déficit de personnel formé²⁴. Mais ce sera surtout dans les années fastes de la décennie 1960 que le métier apparaîtra comme limitatif, offrant un salaire d'autant moins attractif que les horaires sont contraignants en comparaison à d'autres secteurs. Dans son bilan annuel de 1961, la maison Payot souligne même qu'elle s'apprête à engager du personnel étranger afin de combler le manque de main-d'œuvre²⁵. Cette situation rend le recrutement en apprentis masculins difficile, alors que la formation de jeunes hommes est d'autant plus « rentable » que les jeunes femmes, une fois formées,

22. À titre comparatif, les salaires des typographes avancés par Jean-Pierre Chuard s'élèvent à 916 fr. (3200) en 1960 et 1673 fr. (4900) en 1970. Chuard, 1982, p. 53.

23. SLESR, Contrat collectif de la librairie et de l'édition, article VI. 6, 14 décembre 1943, fonds ASDEL.

24. Lettre de Samuel Payot à l'Office communal de placement, 14 mai 1946, fonds Payot, VII 41A.

25. « Les frais de personnel ont augmenté normalement, mais il faut relever la grande difficulté de recrutement du personnel nouveau; il devient de plus en plus difficile de trouver du personnel de bureau avec un horaire de travail qui est toujours celui de 44h hebdomadaire réparties sur 6 jours; cette pénurie de main-d'œuvre provoque des salaires de départ hors de proportion raisonnable. Le recours à des collaborateurs étrangers est devenu nécessaire et nous avons actuellement plus de 10 engagements étrangers. Le recrutement des apprentis est aussi un gros souci, l'apport masculin étant très faible; sur les 20 apprentis engagés à Lausanne ces dernières années, soit 12 filles et 8 garçons, 7 filles ont terminé leur apprentissage (6 encore dans la maison), 1 fille a abandonné en cours de route; en revanche sur les 8 garçons, 2 seulement ont terminé leur apprentissage, 4 ont abandonné en cours de route. » Rapport du C. A., 1961.

ont tendance à interrompre leur activité professionnelle, même si la clause du contrat collectif allant dans ce sens est, à cette époque, abandonnée.

Un relevé datant de 1950 de l'âge et de la date d'entrée en fonction du personnel féminin dans les magasins Payot témoigne en effet de la rupture de carrière des femmes après quelques années de service dans l'entreprise: sur une cinquantaine d'employées, 12 y travaillent depuis vingt à trente ans contre 35 qui sont dans la maison depuis au maximum dix ans²⁶. De plus, à Lausanne, le nombre de femmes qui ont entre 26 et 35 ans s'élève seulement à 3 personnes (contre 8 qui ont moins de 25 ans), tandis que la majorité des employées a un âge supérieur à 35 ans, principalement entre 45 et 55 ans. Ainsi, un nombre important de femmes libraires interrompt son activité, surtout entre 25 et 35 ans, ce qui indique que la progression de l'échelle des salaires sur dix ans n'avantage pas les femmes.

Malgré des salaires particulièrement bas, le métier n'est toutefois pas, dans les années d'après-guerre, spécifiquement féminin. Si l'on considère l'exemple du canton de Vaud en 1955, à savoir onze ans après l'entrée en vigueur du premier contrat collectif, les femmes représentent une petite majorité. Avec 122 femmes contre 103 hommes (chiffres compris dans les statistiques officielles avec les magasins de musique), la proportion reste relativement équilibrée²⁷. À titre de comparaison, le personnel féminin employé dans les grands magasins est surreprésenté puisqu'il atteint 70 à 75 %, chiffre équivalent à celui des kiosques en 1965, contre environ 55 % en librairie et magasin de musique à cette date (soit l'équivalent à l'année 1955)²⁸.

Tableau 10. Proportion du personnel féminin et masculin dans le canton de Vaud, 1955 et 1965

	Femmes	%	Hommes	%
Librairies et disquaires (1955)	122	54	103	46
Grands magasins (1955)	1257	72	489	28
Librairies et disquaires (1965)	134	57	101	43
Kiosques (1965)	300	75	97	25

Source: *Recensement fédéral des entreprises*, 1955 et 1965

La librairie, qui requiert une qualification spécialisée, semble en ce sens plus attractive pour le personnel masculin malgré une rémunération peu avantageuse. La dimension vocationnelle du métier

peut être un facteur explicatif pour des employés souvent entrés dans le métier pour le goût de la vie intellectuelle, selon les témoignages des anciens gérants de la maison Payot. De plus, les chances de faire carrière dans une entreprise comme celle de Payot – le plus gros employeur – restent dans la majorité des cas réservées aux hommes, même si, dans cette même entreprise, plusieurs femmes ont accédé à la gestion de succursales, comme à Bâle ou à Vevey. Cette ascension féminine à des places à responsabilité s'explique par un métier auquel les femmes accèdent relativement facilement.

Les écarts salariaux entre employé-e-s et entre les différents types d'entreprises s'estompent dans le courant des années 1970. Les salaires féminins et masculins sont uniformisés en 1971²⁹ et la catégorie d'employé-e-s de bureau, si elle perdure dans le contrat collectif de 1965 et dans les notes publiées dans le bulletin de l'ARPLE en 1971³⁰, disparaît des classifications en 1972, au profit de la seule distinction entre personnel qualifié (librairie et bureau) et personnel non qualifié³¹. À cette date également, la classification entre villes n'est plus opératoire, ce qui était encore le cas dans le contrat collectif de 1965.

LA DURÉE DE TRAVAIL

Comme dans les autres secteurs professionnels, les décennies d'après-guerre riment avec l'abaissement général du temps de travail, qui a comme corollaire l'accroissement d'une consommation de loisirs. Les commerces de librairie s'inscrivent au cœur de cette évolution et se confrontent à une double dynamique contradictoire, c'est-à-dire libérer du temps aux employé-e-s tout en aménageant des horaires favorables aux rythmes de travail. La question de l'abaissement du temps de travail a donc cela d'intéressant qu'elle se pense en articulation avec l'ouverture des horaires des magasins et des nouvelles habitudes de consommation.

En 1943, lors de la signature du premier contrat collectif, la durée du travail en librairie se monte encore à cinquante-deux heures hebdomadaires et à quarante-huit heures pour les mineurs en dessous

29. [Non signé], « Nouveau contrat collectif », *13/12. Organe de l'ARPLE* n°3, 23^e année, automne 1971, p. 25.

30. [Non signé], « Nouveau barème du contrat collectif », *13/12. Organe de l'ARPLE*, n°1, 23^e année, Pâques 1971, p.1.

31. [Non signé], « Communiqué syndical », *Eurêka, Bulletin de l'ARPLE*, n° 2, 24^e année, été 1972, p. 71.

de 18 ans³². À titre comparatif, les quarante-huit heures ont été fixées comme une première norme hebdomadaire dans l'industrie et dans les entreprises fédérales (poste, chemins de fer) en 1919-1920 suite à la grève générale de 1918³³. Après plusieurs années de lutte, les employé·e·s de librairie obtiennent une demi-journée de libre tous les quinze jours en déduction de la durée maximale de travail. C'est en 1947 que la branche s'aligne en Suisse romande sur les quarante-huit heures hebdomadaires. Dans le canton de Vaud, en 1955, la librairie se situe dans la moyenne du commerce de détail, puisque la majorité des employé·e·s travaille entre quarante-six et cinquante et une heures. Mais, ce taux reste élevé, puisque, à cette date, 27,4 % des salarié·e·s travaillent quarante-quatre heures par semaine et seulement 21,4 % quarante-huit heures³⁴.

C'est en 1961 que la tendance s'inverse. La durée hebdomadaire s'abaisse en effet en librairie à quarante-six heures maximales contre 45,8 dans le secteur industriel³⁵ pour atteindre quarante-quatre heures en 1965³⁶, ce qui la place en dessous des tendances générales (45,1 dans les services en 1973³⁷). Cette valeur de quarante-quatre heures reste ensuite stable, puisqu'un article de l'organe de liaison du nouveau syndicat de la librairie, le SREL, succédant à l'ARPLE en 1978, évoque une lutte pour la semaine à quarante-deux heures en 1980, revendication qui aurait déjà été faite en 1976 auprès de l'association patronale³⁸.

En une vingtaine d'années, la durée hebdomadaire de travail passe donc de cinquante-deux heures (1943) à quarante-quatre heures (1965). En comparaison aux données nationales, l'abaissement du temps de travail suit la tendance générale, même s'il connaît une décrue moins forte au début des années 1940. Focalisant leur attention sur les questions salariales, les employé·e·s n'ont en effet d'abord pas fait pression sur la durée du travail. La raison est-elle

32. SLESR, Contrat collectif de la librairie et de l'édition, 14 décembre 1943, fonds Payot, I/052.

33. Degen, «Durée du travail», *DHS*; Ritzmann-Blickenstorfer, *Historische Statistik der Schweiz*, F27a, «Branches du secondaire: nombre d'heures de travail par semaine, de 1942 à 1968 (moyennes de quatre valeurs trimestrielles), section «Industrie au total».

34. *Recensement fédéral des entreprises*, 1955.

35. Ritzmann-Blickenstorfer, *ibid.*, F.27a, «Branches du secondaire: nombre d'heures de travail par semaine, de 1942 à 1968 (moyennes de quatre valeurs trimestrielles)».

36. «Contrat collectif de la librairie et de l'édition», 1^{er} janvier 1965, fonds ASDEL.

37. Ritzmann-Blickenstorfer, *Historische Statistik der Schweiz*, «Horticulture/sylviculture, branches du secondaire et tertiaire: nombre d'heures de travail par semaine, de 1973 à 1983 (moyennes de quatre valeurs trimestrielles), section «services».

38. *Bulletin syndical du syndicat romand des employés du livre*, n°6, automne 1980, p. 4, papiers Ducommun.

un retard du secteur commercial, moins sujet aux revendications syndicales et devant assurer une ouverture prolongée des magasins? Mais d'une manière générale, la SLESR accepte l'abaissement progressif du temps de travail, les employeurs se confrontant, là encore, à la difficulté de recrutement d'un personnel soumis à des horaires contraignants par rapport à d'autres secteurs.

L'abaissement du temps de travail suppose un réaménagement des horaires d'ouverture des magasins. En 1945, la question se pose de la fermeture d'une demi-journée hebdomadaire des magasins – alors que les employé·e·s de librairie ont droit à une demi-journée de congé tous les quinze jours – en privilégiant des régulations au niveau local selon les pratiques et les réglementations de chaque ville³⁹. Il s'agit alors de trouver des solutions à l'échelle des sections cantonales de la SLESR. À Lausanne, la question d'une régulation de la fermeture hebdomadaire des commerces à l'échelle de la ville a été posée en 1946. Afin d'éviter une mainmise des décisions par les autorités étatiques, l'Association des commerçants lausannois, qui regroupe 19 associations professionnelles du commerce de détail, fait un sondage auprès de chaque branche. Dans le cas de la librairie, les structures modestes optent pour une solution privilégiant la rotation de leur personnel afin d'éviter une fermeture le samedi après-midi qui représente un gros jour de vente. Les gros libraires, quant à eux, à commencer par Payot, ne craignent pas réellement la diminution de leur clientèle même dans le cas d'une fermeture le samedi après-midi qui serait, selon Samuel Payot, « la plus rationnelle et conviendrait le mieux au personnel, même si c'est un excellent jour de vente, le public changera ses habitudes »⁴⁰. Son de cloche opposé de la part de la librairie Dupasquier située à l'avenue d'Ouchy, une artère nettement moins centrale que la rue de Bourg, qui souligne que « l'obligation de fermer une demi-journée par semaine porterait préjudice surtout aux petites librairies dont la situation est déjà assez difficile. D'autant plus que les magasins de cigares peuvent vendre des livres jusqu'à neuf heures chaque soir et même le dimanche »⁴¹. La disparité économique des maisons montre ainsi la difficulté à harmoniser l'ouverture des librairies sur un même territoire. Il s'agit, de plus, de tenir compte de la concurrence des autres commerces, comme

39. Rapport du C. C., 1945-1946.

40. Lettre de Samuel Payot à la section vaudoise de la SLESR, 23 mai 1946, fonds Payot, I/029.

41. Lettre de M. Dupasquier à la section vaudoise de la SLESR, 23 mai 1946, fonds Payot I/029.

les kiosques, pouvant parfois rester ouverts plus longtemps, car soumis à d'autres législations.

Mais la fermeture des magasins soulève également la question de l'évolution des pratiques de consommation. Une circulaire de la Fédération des syndicats patronaux de Genève datant de 1960 est à cet égard révélatrice, alors que la semaine de cinq jours est progressivement instaurée dans différents secteurs, ce qui ne serait pas « sans influence sur le commerce de détail, particulièrement sur le commerce non alimentaire »⁴². La crainte des commerçant·e·s est de se confronter à des revendications similaires de la part de leurs employé·e·s et d'être dans l'obligation de fermer leurs magasins plus tôt. Leurs arguments soulignent l'impératif de répondre aux rythmes des consommatrices et des consommateurs, c'est-à-dire de rester ouvert après les heures de travail, et cela particulièrement dans les magasins vendant des biens qui ne sont pas de première nécessité, comme en librairie :

La vente de produits alimentaires (que l'on peut faire même par le système du self-service) est une chose, la vente de biens de consommation relativement durables en est une autre. Ici la demande existe, presque indépendamment de toute suggestion publicitaire et doit être satisfaite quasi journallement, quelles que soient les heures d'ouverture des magasins. Là il faut souvent créer même le besoin, en tout cas il faut laisser à l'acheteur le temps nécessaire pour examiner, pour comparer, pour juger la marchandise.⁴³

Selon la même brochure, une enquête de la Fédération du textile et de l'habillement auprès des commerçant·e·s aurait démontré que les principaux achats se situent dans la seconde partie de la journée, avec des pics entre 16 h et 17 h et surtout entre 18 h et 19 h, soit après la journée de travail.

La librairie répond tout à fait à ces pratiques et se trouve face à la nécessité de se conformer aux habitudes de sa clientèle. Un sondage de la librairie Payot auprès de ses magasins lors de l'introduction de la semaine de quarante-huit heures en 1948 permet de mesurer l'impact de la fermeture des commerces sur la consommation et la diversité de la clientèle selon les villes. La disparité entre les

42. Brochure de la Fédération des syndicats patronaux de Genève, 1960, fonds Payot, I/059.

43. *Ibid.*

magasins Payot est en effet frappante, puisque Lausanne a introduit la première un horaire hebdomadaire de 46,5 heures, c'est-à-dire un taux plus bas que les normes du contrat collectif. Gros magasin, avec un personnel suffisant pour assurer des rotations, les patrons de la maison Payot semblent à Lausanne ne pas redouter un temps de travail plus bas et une fermeture relativement avancée (18 h 30). Les succursales ne connaissent pas la même situation. Dans des petites villes comme Vevey et Montreux, qui se confrontent à une concurrence de proximité, l'adaptation aux usages des autres commerçants s'impose. Ainsi, alors que le gérant de la succursale veveysanne est dans l'obligation de réduire ses horaires pour se conformer aux quarante-huit heures de travail (contre 48,5 heures précédemment), il souligne l'importance de rester ouvert suffisamment longtemps entre midi et 14 h, afin de ne pas laisser échapper la clientèle de Nestlé ou des écoles, affluente aux heures de midi⁴⁴. Même son de cloche à Genève, où la fermeture à 19 h s'impose pour se coordonner avec les autres commerces⁴⁵. Face à la disparité des situations, la direction opte ainsi pour une fermeture générale le lundi matin et rabote quelques heures dans le courant de la journée.

Dix ans plus tard, l'homogénéisation des rythmes de consommation dans les villes se confirme. En 1958, l'étude sur la rationalisation de la librairie réalisée par l'Institut für Betriebswirtschaft an der Handels-Hochschuler Saint-Gallen requiert de repérer les rythmes hebdomadaires et journaliers de chaque magasin. Le relevé systématique de l'entrée de la clientèle fait apparaître des rythmes de consommation similaires selon les magasins. L'affluence des jours de la semaine passe parfois du simple au double, voire au triple entre le matin et l'après-midi, notamment de 15 h jusqu'à la fermeture. Les rythmes sont très réguliers entre les jours de la semaine, si ce n'est le samedi où la clientèle est constante durant toute la journée dès 9 h (avec une pause à midi). Malgré une fermeture précoce (15 h), la clientèle augmente d'un quart le samedi en comparaison aux autres jours de la semaine. De plus, la différence en termes de fréquentation entre le magasin lausannois de taille importante et les succursales est frappante: si, par exemple, Lausanne reçoit la

44. Lettre de la succursale de Vevey à Samuel Payot, 10 février 1948, fonds Payot, VII 41A

45. Lettre de la succursale de Genève à Samuel Payot, 26 février 1948, fonds Payot, VII 41A.

visite d'environ 750 clients le samedi, Genève en accueille 300, Zurich 285, Neuchâtel 124, Vevey 120, Bâle 77 et Montreux 70⁴⁶.

La réduction de la durée du travail place manifestement la librairie dans l'évolution générale des années d'après-guerre à travers une uniformisation des rythmes de consommation en rapport avec une réglementation plus stricte de l'ouverture des magasins et l'accroissement du temps libre. La librairie urbaine, commerce généralement sis dans les hyper-centres des villes, répond clairement à l'évolution du temps citadin, en s'adressant d'abord à une clientèle issue du secteur tertiaire et favorisant l'image d'un livre associé à une culture de loisirs. En ce sens, la fixation des horaires des magasins représente un enjeu central pour les libraires qui composent avec la réduction de la durée de travail de leurs propres employé·e·s.

Outre la réduction de la durée de travail lors des jours ouvrables, les trois autres piliers du « temps libéré » des années d'après-guerre consistent en la généralisation de la semaine de cinq jours, de la systématisation et de l'accroissement des vacances, ainsi que l'uniformisation de l'âge de la retraite⁴⁷. C'est dans le domaine des vacances que les avancées sociales sont les plus franches depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale⁴⁸. Restées rares jusqu'à cette date, les vacances sont progressivement introduites dans les conventions collectives. Dès 1943, les libraires bénéficient de 6 jours ouvrables consécutifs après une année de service dans la même maison, 12 jours après trois ans de service et 18 jours après dix ans. Les employé·e·s qui ont dix ans de pratique ont droit à 12 jours ouvrables dès la première année dans la même maison et 18 jours dès la troisième année. Ces temps de vacances, qui restent inchangés dans le contrat de 1955, s'inscrivent dans la moyenne générale du commerce de détail. La majorité des commerces accorde en effet cette même année dans le canton de Vaud entre 7 à 12 jours de vacances (59,9%) ou de 13 à 18 jours (21,7%)⁴⁹. Dix ans plus tard, en 1965, l'augmentation n'est pas spectaculaire, mais tout de même tangible: dans la branche de la librairie, les employé·e·s ont droit à 12 jours ouvrables consécutifs après une année de service et à

46. Ces résultats sont tirés des réponses données par l'entreprise Payot au questionnaire de l'enquête sur la rationalisation en librairie menée par l'Institut für Betriebswirtschaft an der Handels-Hochschule Saint-Gallen, fonds Payot, IV/06/01.

47. Bassand, 1982.

48. *Ibid.*, pp. 72-73.

49. *Recensement fédéral des entreprises*, 1955.

18 jours ouvrables après dix ans de service, en gagnant 6 jours (pour en obtenir 24) après vingt ans de pratique pour autant qu'ils soient depuis plus de dix ans dans la même maison. Mais des déductions de vacances existent lors de longues maladies et de périodes de service militaire après six semaines d'absence annuelles. Cette clause perdure dans le contrat collectif de 1965.

Si les vacances accordées en librairie suivent les tendances générales, l'introduction de la semaine de cinq jours demeure une difficulté dans le commerce de détail. En 1955, seuls 3,7 % des commerces l'ont introduite en 1955 contre 9,9 % dans les autres secteurs⁵⁰. Dès les années 1960, la question de l'aménagement des horaires pour introduire la semaine de cinq jours traverse les assemblées des associations, pointant que « la pénurie du personnel et l'évolution sociale rendent de plus en plus proche la semaine de cinq jours »⁵¹, tandis que des commerces de papeterie ou des grands magasins l'ont déjà introduite. Au début des années 1970, alors que cette pratique est adoptée dans la librairie de gros de la maison Payot, la difficulté d'aménager les horaires fait reculer les patrons qui, dans la convention collective de 1973, la suggèrent seulement à titre de « recommandation »⁵², tout en invitant vivement leurs collègues à l'introduire progressivement étant donné l'évolution globale des rythmes de travail.

LE SYNDICAT DES EMPLOYÉ·E·S (SREL):

VERS UNE CONSCIENCE MILITANTE

Dans les années 1970, l'ARPLE arrive à bout de souffle et voit l'engagement de ses membres se tarir. Les membres qui ont fondé l'association, connaissant sa période la plus active entre les années 1950 et 1960, quittent progressivement le métier⁵³. Un vide se ressent dans la vie de l'association qui ne voit pas de renouvellement suffisant de ses membres; vide d'autant plus marqué que la crise du début des années 1970 tend à crispier les relations paritaires et nécessiterait au contraire un engagement plus combatif. Un article datant de 1972 fait acte des « jeunes qui la

50. *Ibid.*

51. Procès-verbal de la section vaudoise de la SLESR, [1963], fonds Payot, I/059.

52. SLESR, Rapport du Comité central pour l'exercice 1973, p. 15, fonds ASDEL.

53. Ces jalons de la vie de l'ARPLE sont principalement issus d'un article d'un ancien président de l'ARPLE, Claude-Olivier Grandier, « Quelques considérations sur l'histoire de l'ARPLE... », *SREL-Bulletin syndical*, n° 5, printemps 1980, p. 3.

[l'ARPLE] boudent parce qu'elle s'est officialisée avec le temps. La majeure partie des jeunes gens de 20 ans considère aujourd'hui leur syndicat comme une institution douteuse faisant partie du système capitaliste⁵⁴. La nouvelle génération de libraires ne se reconnaît plus dans cette structure qu'elle considère comme un outil inefficace. Leur perspective a également changé. Le métier appelle de nouvelles vocations parmi une jeune génération de libraires mus par des idéaux sociaux et culturels, où le livre incarne un moyen d'expression et de lutte. Cette époque voit par exemple la naissance d'un nouveau type de librairies spécialisées, les librairies militantes apparues dans les années 1960⁵⁵, qui trouveront leur accomplissement dans des formes de gestion participative et de coopératives dans les années 1970. La librairie du Boulevard à Genève débute en effet son histoire en 1974 par l'ouverture d'un kiosque vendant des revues peu diffusées⁵⁶ et Basta! ouvre sa coopérative à Lausanne en 1978. Mais une dizaine d'années plus tôt, à Lausanne, Claude Frochaux avait déjà fondé, en 1965, la librairie La Proue, et fait de son espace non seulement un lieu de diffusion d'ouvrages engagés, mais également un centre de rassemblement des groupements militants⁵⁷. Ce climat appelle ainsi des jeunes libraires convaincu-e-s du rôle de leur métier dans l'émulation intellectuelle. Or, la modicité des salaires a tendance, selon eux, à pousser hors du métier les bons éléments pour réengager des jeunes moins rémunéré-e-s, tout en maintenant en place les salarié-e-s les moins conscientisé-e-s⁵⁸. En 1978, cette nouvelle génération troque donc la structure de l'ARPLE contre le Syndicat romand des employés du livre (SREL) et en refonde les statuts non révisés depuis 1954⁵⁹ tout en sapant l'esprit corporatiste d'une « amicale de la librairie »⁶⁰. La neutralité politique de leurs aîné-e-s est aussi rejetée et, à l'inverse, le droit à « toute prise de position dans les domaines sociaux, politiques ou autres »⁶¹ est revendiqué. Chose nouvelle, le SREL accorde aux

54. M. M., « Syndicalisme, jeunesse et société », *Eurêka*, n° 4, 24^e année, hiver 1972, p. 20.

55. Voir à ce propos Hage, 2008.

56. La librairie du Boulevard ouvrira une arcade commerciale sous la forme d'une librairie en 1981. La librairie Basta! à Lausanne ouvre pour sa part en 1978, selon le même principe d'une coopérative. Sur la librairie du Boulevard, voir Schweri, 2012.

57. Entretien avec C. F., le 6 novembre 2012.

58. H. Pierre-à-Feu, « Salaires et librairies : le salaire de la peur », *SREL, Bulletin syndical information et réflexion*, n°3, [1979], p. 3.

59. « Éditorial », *ARPLE, Bulletin syndical*, n° 2, [été-automne 1978], p. 1.

60. Le comité de la section de Genève, « ARPLE : un nouveau départ », *ARPLE, Bulletin syndical*, n° 2, [été-automne 1978], p. 3.

61. « Éditorial », *ARPLE, Bulletin syndical*, n° 2, [été-automne 1978], p. 2.

apprenti·e·s un droit de vote⁶². Le ton de lutte est posé et choque le patronat. Jean-Pierre Payot et autres « patriarches de la librairie », selon les termes des employé·e·s⁶³, s'en montrent indignés n'ayant « jamais vu ça »⁶⁴ en trente-sept ans de négociations. Des rapports à soigner, toutefois, puisque ces maisons (Payot, Georg, Reymond) emploient les trois quarts des libraires en Suisse romande, c'est-à-dire 360 personnes sur 480, tandis qu'environ 230 employé·e·s sont syndiqué·e·s au SREL dont 190 à Genève et Lausanne⁶⁵. Au final, ce sont leurs fils Jean-Marc Payot et François Longchamp qui les remplaceront dans la délégation patronale⁶⁶, affichant une sensibilité sociale plus marquée. Un cadre de négociations se construit alors, les employé·e·s se montrant heureux d'avoir su imposer leurs vues et d'avoir réussi à faire lâcher aux patrons, comme ils-elles le dénoncent ironiquement, « leur ton hautain et offusqué »⁶⁷.

Les employé·e·s s'opposent à une clause de 1976 convenue entre la SLESR et l'ARPLE, tolérant la reconduction non automatique de l'indexation des salaires⁶⁸. Ils-elles sont aussi motivé·e·s par une grève chez Naville en 1978 alors que les conditions d'embauche seraient meilleures dans cette entreprise que dans leur propre branche⁶⁹. En 1980, le SREL demande donc une révision de la Convention collective du travail (CCT), afin qu'elle puisse couvrir la diversité des entreprises membres de la SLESR, qu'elle assure des mesures de protection contre les licenciements, qu'elle réduise la durée du travail à quarante-deux heures (voire quarante heures), qu'elle propose une augmentation des salaires, une assurance vieillesse complémentaire à l'AVS, enfin quatre semaines de vacances après trois ans d'expérience professionnelle⁷⁰. Selon la partie patronale, ces revendications s'approcheraient des conventions collectives parmi les plus progressistes de l'industrie suisse, alors que le secteur de la librairie octroierait des conditions avantageuses par rapport

62. [Non signé], « Édito... », *SREL, Bulletin syndical information et réflexion*, n°3, [1979], p. 1.

63. [Non signé], « Négociations: l'automne des patriarches », *SREL, Bulletin syndical*, n° 6, automne 1980, p. 4.

64. *Ibid.*, p. 4.

65. SLESR, Procès-verbal du Comité central du 20 novembre 1980, fonds ASDEL.

66. Jean-Marie Racine, « 3 octobre: la SLESR change de ton », *SREL, Bulletin syndical*, n° 6, automne 1980, p. 5.

67. *Ibid.*, p. 5.

68. Le Comité romand, « Au dossier », *SREL-Bulletin syndical*, n° 5, printemps 1980, p. 8.

69. Comités de Neuchâtel et de Genève, « Bilan des sections », *ARPLE, Bulletin syndical*, n°2, [1979], p. 3.

70. SLESR, Procès-verbal du Comité central, 20 novembre 1980, fonds ASDEL.

aux autres conventions du commerce de détail⁷¹ ; argument auquel les employé-e-s répondent en soulignant les exigences du métier et leur volonté de s'assurer des salaires décents pour pouvoir rester dans la branche. Les employé-e-s deviennent également vigilant-e-s sur l'application de la CCT, puisqu'une partie des entreprises qui l'ont ratifiée l'ignoraient dans la pratique. La maison Payot n'est pas pointée du doigt à ce propos, mais plutôt la librairie Reymond qui possède également plusieurs magasins⁷². L'entreprise Payot, qui est de loin la plus grosse employeuse de Romandie, décide toutefois en 1980 de créer sa propre Convention collective⁷³ qu'elle négocie avec son propre personnel au sein d'une commission d'entreprise⁷⁴.

L'absence de sources du syndicat de la librairie rend difficile une analyse détaillée des circonstances des négociations. Leur bulletin syndical renseigne en revanche sur la rupture opérée avec leurs aîné-e-s. Les avancées sociales dans la librairie se sont inscrites dans le mouvement général des acquis de l'après-guerre, qui ont contribué à asseoir le statut des employé-e-s de librairie et à professionnaliser le métier. La discrédence entre le statut salarial resté modeste et les compétences culturelles traverse toutefois l'histoire du métier, marqué par sa double caractéristique commerciale et culturelle. Trois périodes se dégagent dans les rapports entre le patronat et les employé-e-s. Tandis que les années 1940 sont celles de la création du contrat collectif et que les années 1950-1960 sont celles d'une amélioration des conditions générales de travail, le modèle paritaire s'épuise à la fin des années 1970. Le contexte idéologique l'explique, les causes structurelles du marché également. Face à la fragilisation de l'organisation traditionnelle du marché, le patronat tend à se montrer moins conciliant, tandis qu'il se confronte à plus de radicalisme.

71. *Ibid.*

72. SREL Neuchâtel, « Les conditions de travail chez Reymond », *SREL, Bulletin syndical*, n° 6, automne 1980, p. 6.

73. SLESR, Procès-verbal de la séance du Comité central, 27 avril 1980, fonds ASDEL.

74. [Non signé], « Payot : une commission d'entreprise... », *SREL, Bulletin syndical*, n°7, mars 1981.

3. LA FORMATION PROFESSIONNELLE

Dans la valorisation du métier de libraire, la question de la formation professionnelle occupe également une place importante. La préoccupation commune des deux associations professionnelles, du côté patronal comme des employé·e·s, se centre sur la valorisation des compétences propres aux employé·e·s de librairie. Au contrat collectif vient donc s'ajouter, dès les années 1940, la nécessité d'une institutionnalisation de la formation professionnelle, marquée par la nécessité de maintenir une exigence élevée du métier pour se distinguer, là encore, de la concurrence des « vendeurs de livres ». Ces dispositions s'intègrent dans une législation plus générale à l'échelle nationale visant à protéger les employé·e·s d'une éventuelle sous-qualification. Ainsi, le « Règlement d'apprentissage pour la profession d'employé de librairie » est instauré le 17 novembre 1942 par le Département fédéral de l'économie publique et entre en vigueur le 1^{er} février 1943¹. Parallèlement, les compétences requises pour l'obtention du diplôme sont définies dans le « Règlement concernant les exigences *minimum* de l'examen de fin d'apprentissage dans la profession d'employé de librairie ». Ces nouvelles dispositions révisent la loi fédérale sur la formation du 26 juin 1930 qui fixait les conditions d'apprentissage et imposait des contrats types dans les professions artisanales, industrielles et commerciales². La loi de 1942 définit les conditions cadres pour les métiers de la librairie en détaillant les matières enseignées sur les trois années de formation tout en caractérisant les entreprises aptes à former des apprenti·e·s. Le règlement limite également le

1. « Règlement d'apprentissage pour la profession d'employé de librairie », *Publications des départements et d'autres administrations de la Confédération*, 21 janvier 1943, vol. 1, cahier 2, pp. 28-30.

2. Gonon, « Apprentissage », *DHS*.

nombre d'apprenti-e-s par maison afin d'éviter l'exploitation d'une main-d'œuvre peu chère et surtout pour assurer un encadrement de qualité. Les établissements dirigés par une personne peuvent former un-e seul apprenti-e à la fois, tandis que ceux employant d'un-e à trois libraires qualifié-e-s peuvent engager deux apprenti-e-s, et ainsi de suite pour chaque «lot» de trois employé-e-s qualifié-e-s. De plus, l'engagement d'apprenti-e-s doit avoir lieu à intervalles les plus espacés possibles. La formation dure en général trois ans, mais les élèves attestant d'une autre formation, par exemple une maturité ou un diplôme d'employé-e-s de commerce, n'ont à accomplir que deux années. Ainsi, les compétences antérieures, en termes de culture générale ou de commerce, sont validées.

L'adoption de ce nouveau règlement, début 1943, correspond à une année près à l'entrée en vigueur, en 1944, du premier contrat collectif dans la librairie. L'association patronale attire l'attention de ses membres sur le saut qualitatif des exigences requises, tant au niveau de l'encadrement par les patronnes et les patrons que du sérieux des jeunes personnes aspirant à devenir libraires. La SLESR constitue d'ailleurs une commission de contrôle formée de trois de ses membres (François Mercanton, Eugène Reymond et P. Robert) destinée à vérifier la qualité de la formation dans les différentes maisons³. Autre signe de l'enjeu qui touche à la formation, les patrons à la tête de l'association professionnelle rechignent à partager les décisions prises en matière de programmes d'examens avec l'association des employé-e-s. Selon Jean-Pierre Payot, la définition des compétences à acquérir pour obtenir le diplôme de libraire doit rester du ressort de la «Commission patronale de formation professionnelle». Mais, face à la pression des employé-e-s, les membres du Comité central et de la Commission de la formation professionnelle de la SLESR sont finalement disposés à entrer en discussion avec eux «dans un but de conciliation sociale»⁴. Les examens sont ainsi évalués par un jury paritaire composé de membres des deux associations.

En ce qui concerne les contenus dispensés aux apprenti-e-s, la branche s'organise pour offrir une série de cours supplémentaires à ceux stipulés dans le règlement fédéral de 1942. Ces cours s'imposent, aux yeux des libraires, dans la mesure où leurs apprenti-e-s ne bénéficient pas d'une filière spéciale et suivent un même

3. Rapport du C. C., 1942-1943.

4. Lettre d'Alexandre Jullien aux membres du Comité central, 18 mai 1945, fonds Baconnière, n° 276.

programme de base que les employé-e-s de commerce. Or, le métier requiert, selon les patron-ne-s, des connaissances spécialisées qui doivent embrasser toute la filière, depuis la production (techniques d'impression, connaissance matérielle des livres, notions en matière éditoriale comme le droit d'auteur, les contrats, etc.) jusqu'aux connaissances de culture générale. À côté du programme décrit dans le règlement de 1942, la profession s'organise donc pour mettre en place des séries de cours complémentaires. Un cycle de cours-conférences est ainsi élaboré par la branche qui n'a pas de reconnaissance officielle, mais qui débouche sur une attestation de la SLESR/ARPLE. Cette organisation à l'interne fera foi pendant quinze ans jusqu'à la révision de la formation professionnelle en 1958⁵. Les cours sont obligatoires pour les apprenti-e-s, mais ils sont également ouverts à toutes les personnes actives dans le métier. Ils insistent sur l'acquisition de connaissances culturelles et techniques pointues et sont ponctués par des visites dans des entreprises actives dans la production du livre⁶. Toutefois, devant l'insatisfaction du patronat face au niveau acquis après quelques années, l'effort redouble et ces cours deviennent obligatoires à raison d'une journée par mois pour les apprenti-e-s de troisième année, malgré le coût de ce cycle de formation payant.

Dans la révision du système de formation professionnelle, la classification des employé-e-s reste de mise. Trois types d'apprentissage sont dispensés : celui des employé-e-s de librairie pour lesquels nous avons vu l'importance d'une qualification propre, celui des employé-e-s de commerce et enfin celui des vendeurs-euses, principalement dans les rayons papeterie. La frontière est nette : pour vendre des livres, il ne s'agit pas de maîtriser des techniques de base pour la vente, mais bien des techniques commerciales complexes tout en pouvant faire preuve de compétences culturelles solides. Ces prérequis découlant à la fois des contraintes de la législation et de l'organisation professionnelle ont pour effet d'empêcher les patronnes et les patrons de recourir, comme cela était le cas auparavant, à une main-d'œuvre juvénile non formée ou, à l'inverse, d'engager des personnes plus qualifiées, mais non munies d'un diplôme de libraire.

En 1958, la révision du règlement d'apprentissage crée une sous-filière qui s'adresse plus spécifiquement aux libraires. À côté

5. Rapport du C. C., 1958-1959.

6. *Ibid.*, 1943-1944.



23
Brochure
Pour devenir libraire,
1960.
Source: BCU
Lausanne, fonds
Payot [VII/101]

du cursus commercial toujours dispensé conjointement avec les employé.e.s de commerce, des programmes de « technologie professionnelle »⁷ et de littérature et de culture générale sont conçus uniquement pour les libraires. Sur les 902 heures données sur les trois ans de formation, 106 heures de cours sont en outre consacrées aux connaissances littéraires, soit environ un neuvième de la formation⁸. Pour soutenir cette nouvelle impulsion, la SLESR édite en 1960 à travers les Éditions Payot une brochure destinée à la présentation du métier, intitulée *Pour devenir libraire*. Cette plaquette insiste là encore sur la dualité du métier, entre commerce et culture. L'éditorial met en effet en scène une rencontre fictive

7. *Ibid.*

8. SLESR, « Plan d'enseignement de la littérature française pour apprentis-libraires », [1958], fonds ASDEL.



24

Brochure

Pour devenir libraire,
1960.

Source: BCU

Lausanne, fonds

Payot [VII/101]

dans une librairie parisienne entre intellectuels prestigieux (Carl J. Burckhardt et Rilke) et s'appuie sur des illustrations mettant en évidence la dimension « visionnaire » et « universelle » de la culture vendue en librairie. À l'opposé, les textes démystifient aussi une vision trop romantique du métier en détaillant les tâches très concrètes de vente ou de manutention tout en insistant sur l'importance d'une bonne capacité physique.

Enfin, cette mise en place d'un cursus spécialisé anticipe de quelques années la nouvelle loi fédérale sur la formation professionnelle du 20 septembre 1963, élaborée par l'OFIAMT et entrée en vigueur en 1965. Dans la branche de la librairie, le programme d'études est réactualisé en 1968 remplaçant le règlement de février 1943. Après de longues années de discussions, les libraires obtiennent la création d'un cursus centré uniquement sur la



25. Brochure *Pour devenir libraire*, recherche bibliographique, 1960.

Source : BCU Lausanne, fonds Payot [VII/101]

branche de la librairie en abandonnant la formule hybride d'une adjonction de cours sur l'apprentissage d'employé·e·s de commerce, qui prévalait encore dans la formule de 1958⁹. Le titre même de l'activité passe, dans ce règlement, d'«employé de librairie» à «libraire». La révision fédérale de la loi en 1977 intensifie encore cette professionnalisation en renforçant la formation en entreprise par des cours dispensés aux maîtres d'apprentissage et par un accent plus fort mis sur les acquisitions scolaires afin d'augmenter et surtout d'uniformiser le niveau de connaissances¹⁰.

Ainsi, en une trentaine d'années, le métier de libraire suit les exigences de professionnalisation imposées par la législation en termes de formation duale par un accroissement des exigences techniques et de culture générale, ainsi qu'un meilleur encadrement des maîtres

9. M. B., «Enfin!», 13/12. *Organe de l'ARPLE*, XX^e année, n° 5, automne 1968, pp. 5-6.

10. «Message concernant une nouvelle loi fédérale sur la formation professionnelle», 26 janvier 1977, fonds ASDEL.



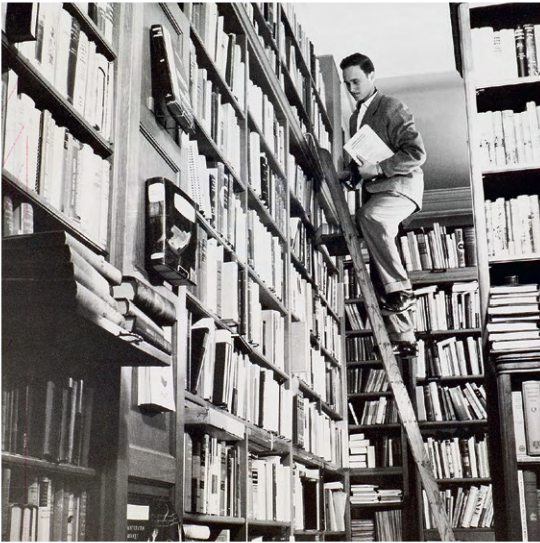
26. Brochure *Pour devenir libraire*, cours de dactylographie, 1960.

Source: BCU Lausanne, fonds Payot [VII/101]

d'apprentissage. Le combat des associations professionnelles des libraires va dans le sens d'une valorisation de leur branche par la reconnaissance et le renforcement d'un programme spécialisé destiné aux libraires. Ce programme se fonde sur les premiers cursus donnés à l'interne dans les années 1940-1950, que la révision dans la branche en 1958, puis la loi fédérale de 1963 entérinent.

À ce propos, le rôle joué par la direction Payot dans l'élaboration des plans d'apprentissage, dans les liens entretenus avec les instances officielles, mais surtout par la formation d'une importante fraction des apprenti·e·s de Suisse romande au sein de leurs magasins, donne à leur maison une place décisive dans la formation professionnelle. Jean-Pierre Payot, qui a longtemps présidé la Commission paritaire de l'apprentissage, est par exemple l'interlocuteur privilégié aux côtés de Paul Delachaux et Alexandre Jullien lors des négociations avec l'école complémentaire commerciale et la Conférence romande des offices d'apprentissage en 1958. Son bras droit, Robert Decrey,

siège également dans cette commission à titre de représentant de l'ARPLE. Son investissement dans l'élaboration des cursus se lit aussi dans son rapport d'expertise des examens de 1960, faisant le point sur le niveau des cours dispensés. Certes, les personnes intervenant dans les enseignements sont nombreuses et triées sur le volet en fonction de leurs spécialisations, mais l'investissement de la maison Payot, sa connaissance solide de la branche et le nombre d'apprenti-e-s qu'elle engage la placent dans une position centrale. Dans la mesure où la définition des compétences requises pour accéder au métier de libraire est un des piliers de la professionnalisation, la maison Payot a eu de toute évidence un poids important dans l'évolution de la branche en Suisse romande.



27. Brochure *Pour devenir libraire*, 1960.

Source: BCU Lausanne, fonds Payot [VII/101]



28. Brochure *Pour devenir libraire*, conseil à la clientèle, 1960.

Source: BCU Lausanne, fonds Payot [VII/101]

4. AU CŒUR DU MÉTIER: LES RELATIONS DE SERVICE

Dans le contexte d'une commercialisation croissante dans la distribution du livre et face à la montée de la concurrence de commerces non spécialisés, les librairies trouvent dans les prestations de service proposées à leur clientèle l'affirmation de leur rôle d'actrices culturelles. Par ce biais, elles perpétuent leur affiliation à la tradition des métiers du livre, en misant sur la valorisation d'une logique de l'offre par la mise à disposition d'une pluralité éditoriale. Dans cette optique, les libraires focalisent leur activité sur trois plans principaux : la profondeur du stock, l'offre en service de commande et l'offre en conseils par un personnel formé, ce qui implique un coût important en achat d'ouvrages et en personnel. Ces trois types de service assurent de la part des libraires une plus-value qualitative. La possession d'un stock d'ouvrages à rotation plus lente devient par exemple un des traits distinctifs de la librairie spécialisée dans la vente du livre. La valeur du livre en tant que bien non standardisé est ainsi affirmée, chaque ouvrage étant valorisé dans sa singularité par une présentation singulière et des commandes à l'unité. Signe de ces changements, la presse professionnelle consacre, dès les années 1950, des articles sur le type de culture que le libraire doit ou non diffuser et sur la défense de contenus parfois exigeants face à ce qui est déjà désigné comme une *bestsellerisation*. En 1952, un débat traverse à ce propos plusieurs numéros de l'organe de l'ARPLE, qui interroge les fondements du métier. Robert Decrey, de la librairie Payot, y souligne l'importance d'une exigence de qualité pour répondre aux contraintes économiques de rentabilisation du stock. Dans un article intitulé « De l'avant », il oppose explicitement ces deux logiques :

Il n'y a que deux solutions: la quantité ou la qualité. D'aucuns ont choisi la quantité: vendre le plus possible et n'importe quoi, sans penser que d'ici peu ils allaient saturer la clientèle [...]. Non! la seule solution c'est travailler mieux. [...] Vendre avec plus de discernement; fuir l'esprit *best-sellers*, l'esprit grosses piles et vente en série; sauvegarder la liberté du client, décourager sa paresse et l'amener à choisir, réveiller en lui l'esprit critique, l'intéresser, essayer de l'ouvrir au monde si divers de la librairie. C'est ainsi qu'on travaille pour l'avenir, c'est la seule manière de défendre le livre.¹

Cette prise de position suscite toutefois immédiatement la réaction d'un collègue qui soulève l'importance de ne pas disqualifier les nécessités commerciales et de reconnaître l'importance de diffuser tous les ouvrages, même s'ils vont à l'encontre du «goût» personnel des commerçants². Mais, au-delà de leur positionnement distinct, ces prises de parti convergent, dans le sens où elles soulèvent plutôt le *double bind* qui caractériserait leur activité, puisque les libraires doivent faire marcher leur commerce tout en sachant ménager une diversité culturelle. L'enjeu éthique au fondement des discussions revient à mesurer la légitimité à vendre des ouvrages sans adhérer à leurs contenus. Cette position est au cœur de leur identité professionnelle, chaque actrice et acteur devant se situer face à cette polarité entre logique de désintéret ou de rentabilité commerciale.

C'est en ce sens que l'accent mis sur les prestations de service est fondamental. Elles permettent de rejouer le lien qualitatif avec la clientèle par l'apposition d'un discours personnalisé sur les livres. À la fin des années 1960, le bulletin de l'ARPLE interroge l'avenir des libraires par une enquête auprès des personnes du métier s'intitulant «le libraire de demain sera-t-il un prestataire de service»³? Alors que cette dimension de conseil semblait déjà être au cœur du métier par le passé, elle redouble désormais d'importance. Selon Maurice Malingue, libraire parisien et acteur en 1959 de la réunion des deux syndicats de la librairie française sous l'égide de la Fédération française des syndicats de libraires (FFSL), la gestion

1. Robert Decrey, «De l'avant», 13/12. *Organe de l'ARPLE*, 4^e année, n° 2, juin 1952, p. 2.

2. A. L., «Réflexions sur l'article "De l'avant"», 13/12. *Organe de l'ARPLE*, 4^e année, n° 3, juillet-août 1952, pp. 8-10.

3. Réponses aux questions formulées dans le cadre du XXXV^e Congrès international de la librairie, «Le libraire de demain sera-t-il un prestataire de service?» 13/12. *Organe de l'ARPLE*, 21^e année, n° 3, été 1969, pp. 12-19.

commerciale aurait pris dans la profession une dimension qu'elle ne connaissait pas jusqu'aux années 1940, lorsque par exemple les comptes dépôts étaient encore généralisés : « Les problèmes d'achat étaient pour leur grande part pris en charge par le représentant de l'éditeur. Celui-ci vous laissait en dépôt les livres que vous désiriez [...] il s'agissait en réalité du stock de l'éditeur que celui-ci entretenait à ses frais sur les rayonnages que vous vouliez bien lui prêter. »⁴ Le libraire avait donc pour première mission de mettre en valeur l'offre éditoriale et d'entretenir avec sa clientèle des liens privilégiés en tant qu'« homme cultivé sachant s'exprimer avec l'aisance nécessaire pour faire partager à un public lettré ses goûts littéraires »⁵. Malingue décrit ensuite la place grandissante de la fonction commerciale où l'anticipation et surtout l'écoulement des ventes deviennent primordiaux, puisque le libraire achète désormais la marchandise à compte ferme. Il pointe également la place acquise par la gestion plus rationalisée, nous l'avons vu, dans les années 1950 alors qu'une « grande vague de modernisation secouait toute la librairie. De la vitrine à la machine à calculer tout était repensé [...], dépoussiérage nécessaire, sans aucun doute, mais également tâches accrues sur le plan administratif et comptable. »⁶ En outre, à l'orée des années 1970, le rôle du libraire en tant que « prestataire de services » qui, selon l'auteur, constituait autrefois le cœur du métier, semble devoir être réaffirmé.

De façon complémentaire aux dispositifs matériels de vente, le libraire des années d'après-guerre intensifie ainsi les « dispositifs » immatériels grâce à un personnel suffisamment nombreux et qualifié. Bien que coûteuses, ces prestations deviennent un trait constitutif du métier atténuant l'image commerciale du magasin. Dès les années 1950, déjà, l'importance de ce lien ponctue les articles du bulletin de l'ARPLE, à l'instar de l'éditorial de mai 1952, intitulé « Aimer le livre et le servir » : « Nous avons dû changer de style et notre âme d'artisan cède le pas à celle de commerçant. Notre métier se transforme et il t'appartient [aux libraires] de lui conserver son âme, sa beauté. »⁷ « Conserver l'âme » de la librairie revient ainsi à

4. Maurice Malingue, « Que sera le libraire de demain ? » réponse à l'enquête « Le libraire de demain sera-t-il un prestataire de services ? » 13/12. *Organe de l'ARPLE*, 21^e année, n° 3, été 1969, p. 14.

5. *Ibid.*

6. *Ibid.*, p. 15.

7. [Non signé], « Aimer le livre et le servir », 13/12. *Organe de l'ARPLE*. 4^e année, n° 1, mai 1952, p. 1.

perpétuer l'héritage artisanal du métier, mais également et surtout à réaffirmer la conviction en des valeurs qualitatives. En soulignant l'importance des relations de service, les libraires défendent en quelque sorte la part désintéressée et vocationnelle de leur activité. Selon l'économiste des services Jean Gadrey, les interactions liant prestataires de service et usagers incluent, outre des prestations techniques (informations) et commerciales (vente), une dimension de « civilité » et de sociabilité, ainsi qu'une part de « civisme » où « les acteurs argumentent en fonction du respect de règles de justice et d'intérêt collectif, ou de solidarité »⁸. Si, comme le mentionne cet auteur, ce registre concerne d'abord les services publics, il n'est pas sans évoquer la conception du livre comme « un bien commun » qui se développe dans les années d'après-guerre, alors qu'il semblait « menacé » par la montée des médias d'information et audiovisuels. Derrière les prestations de service se joueraient en quelque sorte les dispositions « affectives » qui lient la clientèle à leur libraire⁹. En ce sens les prestations de service sous leur forme de sociabilité et de civisme sont importantes pour l'identité commerciale des librairies.

Plusieurs documents attestent de ce soin apporté à la relation au public dans la librairie Payot. Les recommandations de la direction sur l'attitude à adopter par les employés-e-s, par exemple lors des ventes de Noël de 1961, mettent en évidence le jeu auquel doivent procéder les libraires pour comprendre la requête de la clientèle tout en sachant la guider. Il faut en effet savoir pousser à l'achat, mais agréablement, avoir quelques tours dans son sac tout en étant capable de comprendre la demande de façon personnalisée et proposer, s'il le faut, une alternative. Voici les recommandations allant dans le sens d'une connaissance de l'offre éditoriale : « Bien connaître une vingtaine de livres de genres variés et de prix différents (spécialement des nouveautés importantes de l'année). Pouvoir en expliquer les qualités littéraires, artistiques et techniques » ; voici celles qui penchent vers l'attention portée à la clientèle : « Aller au-devant du client qui entre, manifester du plaisir de sa visite, l'écouter avec beaucoup d'attention, attendre pour parler qu'il pose des questions, si vous n'avez pas ce livre, il faut essayer d'en prendre la commande ; ne jamais abandonner un

8. Gadrey, 1994, p. 384.

9. Franck Cochoy propose de remonter des dispositifs de vente aux dispositions des acteurs, ces dernières étant actualisées dans la relation commerciale. Cochoy, 2004, pp. 18 et ss.

client pour un autre en cours de vente ; ne pas engager la conversation avec d'autres personnes ; ne jamais oublier qu'un bon libraire doit rester aimable et compétent ; en s'intéressant au client et en tâchant de le comprendre, il doit donner à ce dernier le désir de revenir. »

Enfin, des recommandations vont dans le sens d'un aller-retour entre la requête et la réponse, c'est-à-dire lorsqu'il y a une incertitude dans le choix de la clientèle et qu'il s'agit de pousser à l'achat : « Si le client n'est pas fixé sur le titre de son choix, lui présenter des livres du même prix et de même intérêt ; si le client vient pour choisir, s'enquérir du prix approximatif qu'il veut mettre, du genre préféré, des auteurs désirés ; si vous avez remarqué qu'un des livres présentés peut convenir, décidez le client à l'acheter. »¹⁰

Ce principe d'accompagnement des livres participe à la reconnaissance qualitative du métier des libraires qui en fait le fondement face à la vente plus standardisée des grandes surfaces ou des kiosques. La compétence des libraires est définie comme telle par un ancien employé :

Il s'agit d'être capable de faire le blanc dans sa tête quand un client s'adresse à vous pour comprendre sa demande et aussi le non-dit. Et ensuite de l'orienter sur ce qu'il souhaite avoir, car les demandes viennent de clients aux questions très pointues, même en littérature et qui vous déconsidèrent presque si vous ne savez pas et il y en a d'autres qui sont enchantés d'être face à quelqu'un qui les guide, car c'est un monde qu'ils ne connaissent pas. Pour moi c'est une grande disponibilité d'esprit et de polyvalence, en tout cas dans une grande librairie comme Payot.¹¹

Si la littérature générale (surtout le domaine littéraire) suppose une bonne culture générale, dans les rayons spécialisés, les libraires doivent au contraire maîtriser de manière pointue des domaines techniques pour une clientèle professionnelle connaisseuse qui sait déjà ce qu'elle vient chercher. En outre, le métier requiert une grande connaissance encyclopédique, moins peut-être en termes de contenus approfondis qu'en la possibilité d'être au courant de

10. Note de la direction « Organisation fêtes de fin d'année » : « Les "10 commandements" pour la vente (Noël) », 1961, fonds Payot, I/117.

11. Entretien avec J.-M. R., le 24 janvier 2011.

nouvelles parutions et de maîtriser les fondamentaux des rayons¹². Ces compétences permettent, selon la même personne, de fidéliser la clientèle puisqu'un climat de confiance s'instaure avec les client-e-s qui demandent parfois la même personne pour les servir. Être libraire à cette époque c'est donc se tenir informé-e de l'actualité littéraire dans la presse ou tout simplement lire hors de son temps de travail, ce qui garantirait l'intérêt et la valorisation de leur activité.

Outre ces compétences, l'autre face du métier réside dans des connaissances plus techniques. En effet, s'il s'agit de savoir proposer les livres possédés en stock, impossible de procurer l'entièreté de la production éditoriale. Il faut passer commande aux fournisseurs. Ce service suppose des compétences techniques en coulisse dans le service des commandes, mais aussi de la part des libraires qui doivent d'abord retrouver la référence des ouvrages face à des informations parfois lacunaires :

Notre manière de travailler était empirique, presque chaque client était une énigme, rares étaient ceux qui avaient leur papier ou dans leur tête le titre et l'auteur du livre qu'il désirait et nous, nous devons creuser pour rétablir la référence. Nous n'avions que nos cerveaux et sa mémoire pour travailler. Si le client semblait y tenir mordicus, il fallait se rendre à la bibliothèque au premier étage, s'adonner à un véritable travail de détective ce qui prenait beaucoup de temps, commander le livre avec l'accord du client.¹³

Cette dimension bibliographique caractérise le travail de libraires dont le professionnalisme se lit en partie dans cette capacité à savoir chercher, activité encore non informatisée. Les libraires se rendaient en effet dans une salle où Payot possédait un lot important de bibliographies non seulement françaises, mais internationales. Et, pour les libraires, cette diversité requérait une connaissance fine pour maîtriser ces informations. Un libraire se souvient du temps passé dans « les "bibliographies imprimées", à l'époque où les bases de données, sur cédérom ou en ligne, n'existaient pas encore, et qui requéraient une technique pour les aborder selon comment elles étaient structurées. Et quand il s'agissait d'un ouvrage ancien en allemand, il fallait maîtriser l'écriture gothique. »¹⁴ Ces connaissances

12. Entretien avec N. B.-B., le 4 février 2011.

13. Témoignage de M. L., le 6 décembre 2010.

14. Entretien J.-M. R., le 24 janvier 2011.

constituent un savoir-faire de la part des employé·e·s qui apprennent à vadrouiller dans les ramifications des données. À la fin, comme le dit une libraire, « on sait bien quels sont les éditeurs sérieux qui vont proposer des ouvrages de qualité, mais le contenu des ouvrages scientifiques, non »¹⁵. Ce service de commande proposé à la clientèle est donc la marque d'un savoir-faire professionnel et permet surtout de garantir une distribution des ouvrages à l'unité. Une rentabilité très relative, vu le temps nécessaire à de telles recherches, mais qui a des retombées directes : les librairies fidélisent ainsi leur clientèle et surtout elles sont les seules, parmi les magasins concurrents, à offrir ce service. Et le « vide » laissé par le libre-service dans la relation à la clientèle permet ainsi cette présence prescriptive des libraires dans une production de livres toujours plus abondante.

Les articles de *La librairie suisse* parus entre les années 1960 et le début des années 1970 témoignent de cette nécessité, alors que se forme la conscientisation d'une culture de la consommation de masse. Les titres se suivent qui soulèvent cette question : le « Livre se vend-il au mètre ? »¹⁶, le livre peut-il être concurrencé, voire assimilé aux « médias des masses »¹⁷, ou quel est le rôle de la librairie « à l'ère de l'information totale »¹⁸. Le statut du livre est donc interrogé à l'aune de la massification des contenus culturels et de la généralisation des médias audiovisuels. Ce point de vue trouve peut-être un point culminant en 1972 lorsque l'Unesco proclame « L'Année internationale du livre ». Une année en faveur du livre qui fait suite à l'étude commanditée quelques années auparavant, en 1965, au sociologue de la littérature Robert Escarpit, réunie dans son ouvrage *La Révolution du livre*, qui offre un panorama de l'état de l'édition, des types de canaux de distribution, ainsi que de la production et de la circulation des livres à l'échelle mondiale¹⁹. L'Unesco donne ainsi une impulsion allant dans le sens d'une considération du livre comme un « bien universel » derrière le slogan de l'année « Des livres pour tous »²⁰. Les principales missions de l'Année internationale du

15. Entretien avec N. B.-B., le 4 février 2011.

16. René Langel, « Aujourd'hui l'avenir. Le livre se vend-il au mètre ? » *La librairie suisse*, 9/1969, p. 287, article repris de la *Tribune de Lausanne* du 23 mars 1969.

17. Ulrich Saxer, « Buch und Massenmedien », *La librairie suisse*, 14/1969, p. 477-487 ; 15/1969, pp. 517-523 ; 16/1969, pp. 565-577.

18. Ludwig Muth, « Buchhandel im Zeitalter der totalen Information », *La librairie suisse*, 1/1974, pp. 4-8.

19. Escarpit, 1965.

20. Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, Comité de planification pour l'Année internationale du livre 1972, « Rapport sur la réunion », Paris, 28 juin 1971, p. 1.

livre est de « stimuler la production et la diffusion des livres dans les pays en voie de développement, mais aussi de susciter un nouvel examen du rôle qui revient au livre dans la société d'aujourd'hui et de demain »²¹, cela à travers les institutions relais que sont les bibliothèques et les associations professionnelles. Le rôle du livre en tant que vecteur d'éducation est réaffirmé dans une charte stipulant comme droit premier le « droit de lire » pour chacun, afin de lutter, dans le contexte mondial, contre l'analphabétisme²².

Ainsi, les années 1970 sont celles de la réaffirmation du rôle qualitatif des libraires pour se positionner face à une concurrence de détaillants vendant le livre dans une optique de rentabilité plus immédiate. Les mesures protectionnistes du cartel du livre suisse romand ont en ce sens cherché à endiguer la concurrence de commerces non spécialisés, que les libraires perçoivent dans les années 1970 comme une menace grandissante étant donné la force acquise par la grande distribution. Pour justifier cette position, les libraires font valoir, sur le plan commercial, leurs compétences professionnelles qui leur permettent de revendiquer des conditions de vente préférentielles à celles accordées aux autres types de commerce. Sur le plan culturel, les librairies mettent en avant le service qualitatif de leur activité par une offre élargie qui implique des risques commerciaux.

L'autre aspect de la protection du métier tient à la régulation du prix de vente à la clientèle. Dimension a priori d'abord commerciale, la question du prix cristallise pourtant les enjeux culturels du livre : ce qui se joue, en effet, est la prise en considération de la singularité d'un marché fondé sur des logiques peu compatibles avec un fonctionnement soumis à la concurrence par le prix, car il doit prendre en compte la part d'imprévisibilité des débouchés commerciaux. L'uniformité du prix du livre permet ainsi une plus grande prise de risque et atténue la logique de rentabilité centrée sur la demande. Si la délimitation du statut de la librairie face aux commerces mixtes remonte à la fin des années 1930, la question du prix se pose surtout dans les années d'après-guerre pour répondre à la pratique des *discounts* qui a poussé les libraires à la fin des années 1970 à revendiquer que « le livre n'est pas un produit comme un autre » et a conduit, en France, à la création de la loi sur le prix unique de 1981.

21. *Ibid.*, p. 1.

22. [Non signé], « Année internationale du livre. Une Charte du livre », *La librairie suisse*, 2/1972, p. 29.

C'est donc bien autour d'une « chaîne » à la fois économique (négociations des prix et conditions entre éditeurs, diffuseurs/distributeurs et libraires) et culturelle que se forme une conscience professionnelle des métiers du livre par opposition aux acteurs extérieurs à la branche. Dans ce contexte, c'est la pression d'une logique commerciale qui a poussé les acteurs du livre à forger, a contrario, leur identité professionnelle autour du marché du livre « traditionnel », centrée sur la dimension qualitative de leur métier. Cette dimension explique aussi l'attention portée à la question de la formation professionnelle qui, outre des compétences en termes de vente et de techniques propres aux métiers du livre, doit aussi dispenser une bonne culture générale. C'est sûrement ce qui fonde l'identité de ce métier. Alors que les employé·e·s de librairie ont un statut salarial qui les rapproche de la vente, leurs compétences culturelles fondent la valeur symbolique de leur métier. Un paradoxe qui s'explique par la double appartenance de cette activité, d'une part, au champ de la culture et, d'autre part, aux règles de l'organisation commerciale.

CONCLUSION

La maison Payot, qui s'étend sous sa forme familiale entre 1880 et 1980 environ, développe son activité durant le siècle où l'essor du marché du livre en Suisse romande permet d'observer d'importantes transformations dans le contexte d'une industrialisation de la production et de la distribution du livre. L'entrée dans « l'ère du papier » implique l'apparition de nouveaux acteurs qui profitent de la force acquise par le secteur pour engager leur activité dans une perspective de développement économique. L'accroissement de la production suppose en effet la montée en puissance des intermédiaires qui agissent sur un plan organisationnel et entrepreneurial, souvent hétéronome aux représentations véhiculées dans le champ de la culture qui, depuis le XIX^e siècle, se sont construites par opposition aux valeurs du secteur économique. Or, une actrice comme la maison Payot a cherché à maintenir l'équilibre entre ces deux logiques et elle a su conjuguer sur le long terme bénéfices économiques et symboliques, dont la dynamique a évolué en fonction des différents contextes et des enjeux relatifs au secteur du livre.

À travers les stratégies opérées par Payot sur la durée d'un siècle, nous avons ainsi cherché à dessiner à la fois les mutations de son identité entrepreneuriale, en tant que productrice et distributrice de biens culturels, mais également celles de son identité socioculturelle, à travers la position qu'elle a occupée, en tant que librairie, dans le champ plus général des commerces du livre. À ses débuts, la maison Payot est l'héritière d'une tradition du livre au sein d'une maison encore relativement modeste regroupant une activité commune de librairie et d'édition, où la production des biens et leur diffusion étaient le fait d'une même structure. À la première génération de l'entreprise, au moment où le métier d'éditeur a désormais acquis

ses lettres de noblesse en tant que pivot de l'organisation des métiers du livre, cette activité connaît en Suisse romande une première impulsion passant d'une posture surtout centrée sur la publication de contenus idéologiques ou religieux vers un mode plus opérationnel et lucratif à travers la publication notamment des ouvrages destinés à l'institution scolaire. Mais c'est surtout à l'entrée en jeu de la seconde génération Payot, autour de 1910, que les principales mutations se lisent dans la logique entrepreneuriale de l'entreprise. Alors que précédemment les activités se concentraient encore sur la seule maison Payot dans sa configuration d'une unique librairie et édition, les activités désormais se démultiplient. Dans un contexte où l'imprimé possède désormais un ancrage solide, comme en témoigne l'implantation des librairies dès la fin du XIX^e siècle aussi dans les régions rurales du canton de Vaud, la librairie Payot est à l'origine d'innovations qui attestent d'une nouvelle culture entrepreneuriale centrée sur l'accumulation de ressources plurielles dans un champ dominé par de petites entreprises. Ainsi, Samuel Payot développe à la sortie de la Grande Guerre le modèle succursaliste alors peu répandu en librairie. Il s'était également implanté à Paris en 1912 avec des éditions, qui ont vite acquis un renom grâce à leur catalogue prestigieux. À la même période, il n'a pas non plus hésité à investir dans le rachat et la reconstruction de l'immeuble de la rue de Bourg, afin de le conformer aux nouvelles normes de modernité commerciale. Mais c'est surtout la décennie suivante, dans le courant des années 1920, que Samuel Payot profile ses activités vers une plus grande diversification en se détachant cette fois-ci du seul domaine du livre et du développement de sa librairie et de son édition pour prendre des participations dans d'autres entreprises dans une logique d'intégration verticale. La création de la société financière Lousonna lui a notamment permis de tisser un réseau avec d'autres entreprises importantes de la place dans les domaines de la presse et de l'imprimerie, et surtout dans la gérance d'un maillage important de kiosques de gare en Suisse alémanique. En ce sens, Samuel Payot se détache quelque peu du livre *stricto sensu*, même s'il maintient ses activités dans le domaine de l'imprimé en pouvant bénéficier de conditions favorables. Toutefois, malgré ce développement des affaires, qui se fait en quelque sorte « dans l'ombre », la maison Payot ne rompt pas avec une forte réputation auprès de sa clientèle, la librairie urbaine s'adressant encore en ces années-ci à une clientèle bourgeoise, laissant le soin de diffuser une

littérature plus « populaire » à d'autres canaux de distribution. Dans l'entre-deux-guerres, la maison Payot maintient ainsi son prestige culturel, qui se révèle tout à fait compatible avec l'éthos entrepreneurial de son directeur.

La troisième génération (dès 1953) a poursuivi la logique initiée par Samuel Payot, même s'il s'est agi pour ses deux héritiers de procéder à des réajustements pour s'adapter à une nouvelle augmentation du volume de la production et de l'achat des livres après une période moins faste dans les années 1930 et surtout pendant la guerre. Avec l'accroissement du marché, la division du travail entre la librairie et l'édition se fait plus nette au sein de l'entreprise, qui ne semble pas seulement conjoncturelle par la présence de deux héritiers, mais qui relève surtout d'une réalité structurelle requérant une plus grande technicité commerciale et organisationnelle. En ce sens, la maison Payot rejoint le mouvement qui se dessine depuis la fin du XIX^e siècle dans les marchés européens voisins de plus grande envergure, où les fonctions de librairie et d'édition ont été plus rapidement dissociées au sein des grandes maisons. En Suisse romande, nous l'avons vu, l'édition s'adresse d'abord au marché intérieur, ce qui présente des limites à l'affranchissement de cette activité face à la fonction commerciale, tout en pouvant bénéficier d'un plus fort capital culturel. L'évolution de l'équilibre dans la maison entre les activités de librairie et d'édition est à cet égard significatif. En effet, la librairie devient la cheville ouvrière de la société sur le plan économique en profitant de l'ouverture du marché du livre auprès d'un public plus diversifié; l'édition, quant à elle, reste fidèle à un catalogue spécialisé dans le scolaire et l'universitaire, tout en sachant toutefois aussi miser sur des créneaux possédant une plus forte portée symbolique comme les collections de vulgarisation scientifique, à cheval entre connaissances savantes et grand public, ou, plus encore, par des publications plus confidentielles en littérature suisse romande.

Ainsi, c'est dans le secteur de la distribution et de la vente que l'on peut lire les principales mutations dans la maison Payot entre les années 1950 et 1970. Le marché francophone reprend en ces années-ci, tandis que la tertiarisation de la société et la prolongation des études deviennent une mine d'or pour la librairie. Le monde du commerce, pour sa part, connaît aussi de grandes transformations avec la force acquise par la grande distribution. Face à ces bouleversements, la librairie, s'adressant jusque-là encore à une élite,

doit « muer » si elle veut atteindre ce nouveau public. Bien qu'une large partie des libraires soit restée attachée au monde plus patiné de l'univers de la boutique, d'autres, comme Payot, ont modernisé leurs arcades selon les nouvelles normes commerciales. Pouvant bénéficier de son assise financière pour procéder à ces transformations, Payot s'est relativement rapidement adaptée à cette évolution en introduisant, au début des années 1960 déjà, la pratique du libre-service ou en dédiant des rayons spécifiques à des secteurs éditoriaux en ascension comme le poche, le livre technique, le livre pratique ou encore la littérature jeunesse. Une logique nouvelle se dessine donc progressivement par une attention accrue portée à la demande et par une prise de distance progressive de la logique éditoriale qui prévalait jusqu'alors chez les libraires.

La librairie a donc pu bénéficier du mouvement de démocratisation d'accès à la culture dont le livre est devenu un symbole fort à connotation positive face à la montée des médias audiovisuels apparaissant comme les vecteurs d'une culture du tout-venant. Dans ce contexte, la librairie Payot a pu se doter d'un prestige nouveau, celui de mettre à disposition du public l'ensemble de la pluralité éditoriale en jouant d'une péréquation équilibrée entre les rayons de littérature générale, de vente rapide ou plus lente, et ceux plus spécialisés qui demandent de connaître la demande locale pour profiler les magasins et fidéliser une clientèle par des services pointus en la matière. À travers cet assortiment de large ampleur, qui suppose de posséder un vaste stock d'ouvrages de fonds et de nouveautés, à travers aussi l'accompagnement qualitatif dans le choix des livres, la librairie s'est ainsi démarquée des formes de vente plus banalisées qui se déploient dans les grandes surfaces ou les kiosques, soit des commerces qui confèrent au livre un statut équivalent à des biens de consommation plus courante. Bien sûr, ces formes de commerces « mixtes » sont apparues antérieurement avec le développement et la diversification de la production de livres au XIX^e siècle et les libraires ont, dès cette époque, œuvré pour protéger leur profession en cherchant à maîtriser les conditions de vente pour endiguer la concurrence. Mais la pression commerciale exercée par les commerces non spécialisés s'est accrue dans la seconde moitié du XX^e siècle, puisque la grande distribution, jouant sur des jeux d'échelle et sur une baisse globale des prix, s'est progressivement imposée comme une forme commerciale majeure à partir des années 1960. À cette évolution,

les libraires ont répondu en insistant sur leur rôle de commerçants spécialisés dans le livre et sur leur rôle dans la valorisation qualitative de «chaque» ouvrage en particulier en insistant donc sur leur pouvoir prescriptif. Ils en ont fait leur *credo* dès les années 1970, alors qu'il s'agissait de valoriser leur importance dans la chaîne du livre. Ils ont donc insisté sur la dimension «singulière» de leur branche, à travers leur slogan «le livre, un bien pas comme les autres», demandant une limitation de la concurrence par le prix face aux nouvelles formes commerciales procédant à d'importants *discounts*. Mais cette réalité économique renvoie également à des formes plus symboliques, en termes de représentation de l'identité d'un métier fondé avant tout sur la valorisation de compétences culturelles pour se démarquer d'une simple activité de «vendeurs de livres», ce qui se lit notamment sur un plan historique dans la mise en place de l'apprentissage de libraire qui a toujours dispensé des cours de culture générale parallèlement à une formation plus technique.

La maison Payot a su donc prendre le virage dans son identité commerciale et culturelle dans les décennies d'après-guerre, en modernisant ses infrastructures et en diversifiant au maximum ses assortiments, mais sans perdre son image plus classique qui la caractérisait par son appartenance à la tradition du métier dont elle a été, en Suisse romande, une des actrices les plus pérennes. Elle a en ce sens réussi à équilibrer avec constance des stratégies entrepreneuriales et économiques profitables avec une identité alliant culture démocratisée ou plus savante. Cette dynamique montre que commerce et culture ont pu faire bon ménage à une époque où le livre profitait d'un accroissement de la consommation culturelle, tandis que les libraires occupaient encore une place centrale dans la configuration générale des commerces vendant des livres. Et c'est sur cette association entre prestige commercial et culturel que s'est construit le modèle nouveau d'après-guerre de la *grande librairie généraliste*, qu'incarnait une librairie comme celle de Payot. En cela, la librairie s'est imposée comme une intermédiaire dans le champ de la culture non pas comme une actrice uniquement économique, mais elle a bel et bien réussi au cours du XX^e siècle à se forger une identité culturelle, en s'assurant une place importante dans la chaîne du livre aussi sur le plan symbolique à travers ses stratégies de vente, ses types d'assortiment et par l'effet prescripteur du conseil des libraires.

Au cours des années 1970, un tournant s'observe toutefois dans l'organisation du secteur. L'activité de diffusion et de distribution, dont les structures sont attachées dans le modèle français aux grandes maisons d'édition, possède un rôle toujours plus marqué entre l'édition et le détaillant. Si cette gestion plus centralisée a eu des avantages pour les acteurs de la chaîne du livre sur le plan logistique et commercial, la force acquise par cette fonction d'abord opérationnelle a fait perdre du terrain aux détaillants qui, en Suisse romande, nous l'avons vu, opéraient un contrôle significatif sur le marché du livre depuis la création de l'association professionnelle des libraires et éditeurs. Payot a d'ailleurs observé cette évolution, puisqu'elle a ouvert un secteur à part entière de diffusion, en premier lieu pour ses propres éditions, mais qu'elle a ensuite élargi à d'autres fonds éditoriaux.

Mais ce sont surtout les phénomènes de concentration de sociétés allant s'accroissant qui sont le signe de l'entrée dans une nouvelle ère. Ce mouvement se dessine par exemple, à la fin des années 1970, par le rachat de sociétés à travers la société financière Lousonna, qui entre dès lors dans une logique plus attestée de capitalisme financier. Cette évolution s'imposera dans le secteur du livre et de l'imprimé durant les années 1980, notamment en France qui connaît de grandes restructurations avec la formation des deux grands groupes Matra-Hachette et Vivendi-Havas, qui se partagent à eux deux la majeure partie du monde éditorial français¹. C'est par ailleurs durant ces mêmes années que Payot sort du groupe Lousonna (1982), rebaptisée désormais Édipresse et que le dernier héritier, Jean-Marc Payot, finit par vendre son entreprise à la famille Lamunière. Ainsi, l'entreprise familiale Payot n'a pas pris le virage de cette nouvelle ère entrepreneuriale, puisqu'elle cesse son activité en 1986.

Avec ce rachat, un mouvement de forte concentration se dessine en Suisse romande, puisqu'Édipresse possède désormais les kiosques Naville, les librairies, les éditions et la diffusion Payot ainsi que l'Office du livre de Fribourg. Outre d'autres sociétés, la société possède aussi le journal *24heures* (anciennement *Feuille d'Avis de Lausanne*), les Imprimeries Réunies et Payot-Paris. Le Kiosk AG est repris, pour sa part, par Jean-Claude Nicole. La réunion de ces différentes entreprises au sein d'un même groupe aura pour

1. Rouet, 2000, p. 13.

conséquence la mise en place d'une nouvelle décision stratégique. Il s'agira, en effet, de séparer les sociétés en fonction de leur activité. Bien que cette logique de spécialisation se soit dessinée au fil des décennies dans le fonctionnement de la direction Payot, la maison maintenait une gestion commune des trois activités d'édition, de diffusion et de librairie réunies autour d'une conception solidaire des métiers du livre. Désormais, ces activités se distinguent : en 1988, les Éditions Payot sont directement rattachées aux Éditions Lamunière ; en 1989, les librairies de détail Naville situées à Genève sont associées à celles de Payot aboutissant à la création d'une nouvelle société la « Librairie Payot & Naville S. A. », tandis que la société Naville conserve les kiosques et la distribution de presse ; et il faudra attendre 1993 pour que la diffusion Payot soit intégrée à la structure de l'Office du livre de Fribourg.

Entre temps, un autre changement important intervient dans l'histoire de la maison. En 1990, Édipresse vend ses parts à Hachette Distribution Service à hauteur de 49 %. Une nouvelle holding, Payot-Naville-Distribution (PND), est alors fondée, regroupant les Librairies Payot & Naville, le réseau de kiosques et de distribution de presse Naville, ainsi que l'OLF. La responsabilité du management est par ailleurs confiée à un administrateur venu de Hachette, Jean-Marie Lebec. Enfin, en 1993, Hachette devient majoritaire de la société à hauteur de 63 %, Édipresse possédant désormais 35 % du capital. Les librairies Payot appartiennent désormais à l'un des plus grands groupes mondiaux de la communication et des médias, le groupe Matra-Hachette.

Dès cette époque, Payot développe un nouveau concept marketing dans ses magasins, fondé sur le confort et l'accueil. Les libraires s'appellent désormais « Payot Libraire », afin d'insister sur la spécialisation de la chaîne autour du métier de libraire. Une grande partie des magasins est transformée autour d'une esthétique unique et certaines enseignes historiques ferment, comme les librairies françaises en Suisse alémanique (Bâle ferme en 1996, Berne en 1997, et Zurich en 2009) et d'autres ouvrent notamment à La Chaux-de-Fonds, à Sion et à Fribourg. De même, *last but not least*, le magasin de la rue de Bourg est vendu en 1996 et Payot-Lausanne se concentre à Pépinet qui double sa surface de vente. Enfin, une vingtaine d'années plus tard, en 2014, Hachette décide de se séparer de l'enseigne, qui sera rachetée pour une large part par son directeur général, Pascal Vandenberghe.

Sur le plan de la branche, outre ces processus de concentration qui inquiètent les petites entreprises du livre quantitativement majoritaires en Suisse romande, les années 1990 se déploient sous le signe de la fin du cartel du livre. Le système d'une tablette commune disparaît et le principe de conditions de vente aux libraires, que chaque diffuseur fixe individuellement, se met en place dès 1991. En 1987 déjà, la structure de diffusion/distribution Diffulivre créée par Hachette, avait quitté l'association professionnelle pour être libre de toute contrainte en matière de prix et de condition de vente aux détaillants². Payot sort, pour sa part, aussi de la SLESR en 1996 pour fonder sa propre convention de travail, ce qui suppose une baisse des revenus de l'association. Enfin, la loi fédérale sur les cartels de 1996 entérine les dérégulations dans la branche du livre, puisqu'elle interdit désormais toute forme d'entente cartellaire. Bref, le marché traditionnel du livre a été soumis à d'importantes restructurations à l'orée du XXI^e siècle, ce qu'a pu révéler la bataille pour la votation sur le prix unique en 2012, dont la campagne a permis de sensibiliser la population et les élus politiques aux enjeux rencontrés par les actrices et les acteurs du livre en Suisse. Malgré son échec, cette votation a ainsi eu comme bénéfice une systématisation des soutiens à la branche du livre aux différents échelons politiques du pays³.

Aujourd'hui de nouveaux enjeux liés à la révolution du numérique s'imposent aux libraires. Les commerces en ligne incarnent la nouvelle forme de concurrence des librairies de détail qui, dans une économie mondialisée, n'est plus maîtrisable. L'offre démultipliée et les données bibliographiques, qui représentaient un des piliers des services proposés à la clientèle par la librairie, sont désormais accessibles par les clients eux-mêmes⁴. Par ailleurs, le type de prescription évolue passant d'une appréciation des experts professionnels (journalistes, libraires, bibliothécaires) vers de nouvelles formes plus horizontales, comme celles des internautes qui évaluent les ouvrages consultés⁵. Des publicités ciblées permettent aussi une offre plus individualisée, jouant l'image d'une singularisation dans la relation marchande. En bref, la médiation marchande physique est remplacée par un nouveau système

2. Vallotton, 2014, p. 94.

3. Sur la mise en place des politiques du livre en Suisse, Corajoud, 2019.

4. Chabault, 2013, pp. 10-11.

5. Chapelain, 2014.

commercial. Si le libre-service permettait une mise à distance suscitant une plus grande autonomie du client, le monde virtuel entérine cette forme d'individualisation de la consommation. Face à cela, les librairies misent sur leur plus-value qualitative, en réaffirmant leur rôle centré sur la relation concrète à la clientèle et en insistant sur les modes de sociabilité comme le conseil personnalisé, qui fidélise leurs client-e-s, ou par des animations dans les magasins faisant participer ce commerce à la vie culturelle des villes. Pour le moment, il semblerait que le marché se sépare en deux logiques complémentaires entre la filière traditionnelle et le commerce virtuel, au même titre que les pratiques de lecture diffèrent selon les usages du livre⁶. Ainsi, plus que jamais, le libraire affirme la « singularité » de son commerce par la mise en valeur d'un univers personnalisé et par des liens de proximité avec sa clientèle. Il véhicule en cela les représentations et les pratiques qui ont marqué son histoire, constitutives de son identité sociale qui lui ont conféré une place caractéristique dans le champ commercial du fait de son rôle, non seulement économique, mais aussi et peut-être surtout culturel.

6. Chabault, 2013, pp. 160-163.

CHRONOLOGIE DES ACTIVITÉS DE PAYOT

1875	Entrée de Fritz Payot dans la maison de Arthur Imer-Cuno à la rue de Bourg 1 à Lausanne, à titre de comptable.
1877	Association avec Arthur Imer-Cuno.
1886	Imer-Cuno se retire de l'affaire commune. Fritz Payot reprend seul la maison de librairie et d'édition qui devient « Librairie F. Payot & Cie ».
1890	Rachat par Fritz Payot de la librairie de Martheray avec Félix Gaillard-Pousaz qui est le secrétaire de la Commission des écoles.
1893	Marc Hebmann entre dans la maison à titre d'employé.
1898	Transformation de l'immeuble de la rue de Bourg 1.
1900	Création par Fritz Payot de la « Société Payot et Cie » avec Georges Tissot-Balmer comme commanditaire.
1900	Décès de Fritz Payot (50 ans). Marc Hebmann reprend la direction et Valérie Payot, veuve de Fritz, garde le contrôle financier. Création de la société en commandite, « Société Payot et Cie. Société lausannoise d'édition », associant les enfants de Fritz et Valérie Payot et Georges Tissot-Balmer. À côté des manuels scolaires et de la littérature, M. Hebmann développe le domaine académique au niveau éditorial.
1906	Décès de Marc Hebmann. La direction est reprise par Samuel et Gustave Payot.
1908	Association de Samuel et Gustave Payot qui sont « indéfiniment responsables » de la société en commandite « Payot et Cie », les autres membres de la famille sont commanditaires. Samuel et Gustave Payot achètent l'immeuble de la rue de Bourg.
1910	Depuis 1900, le capital a augmenté de plus de moitié. Fin de la commandite de G. Tissot-Balmer et nouvelle commandite de Maurice Borel. Rachat du fonds d'édition Borgeaud, principalement constitué d'ouvrages scolaires.

1912	Création des Éditions Payot-Paris. Démolition et reconstruction de l'immeuble de la rue de Bourg 1. Samuel Payot entre au conseil administratif de la « Société de la <i>Feuille d'Avis de Lausanne</i> et des Imprimeries Réunies de Lausanne ».
1913	Samuel Payot entre au conseil d'administration de la <i>Tribune de Lausanne</i> .
1915	Gros succès des Éditions Payot-Paris par la vente de <i>J'accuse</i> .
1918	Ouverture des succursales de Vevey et de Montreux.
1919	Ouverture de la succursale de Genève.
1921	Ouverture de la succursale de Berne.
1922	Acquisition de la revue <i>Bibliothèque universelle</i> .
1923	Séparation de Payot-Lausanne et de Payot-Paris. Constitution de la Société anonyme Payot et Cie. Ouverture de la succursale de Neuchâtel.
1925	Création de Lousonna avec Charles Patru, Paul Descoullayes et Jacques Lamunière comme fondé de pouvoir.
1926	Concours d'affermage des CFF pour l'exploitation des kiosques que Samuel Payot n'obtient pas.
1928	Reprise de la librairie Eggimann à la place du Marché à Genève où la succursale Payot-Genève déménage.
1930	Ouverture de la succursale de Bâle.
1933	Rachat du capital actions de la société Lesa, qui deviendra en 1937 Kiosk AG.
1937	Lousonna devient une <i>holding</i> , Samuel Payot et Jacques Lamunière en sont les administrateurs. Kiosk AG obtient l'affermage des kiosques de gares sur le réseau de chemins de fer en Suisse alémanique.
1938	Entrée de Jean-Pierre Payot dans la maison.
1942	Rachat par Lousonna de 40% de Sonor SA, société éditrice du quotidien <i>La Suisse</i> .
1943	Entrée de Marc Payot dans la maison.
1944	Transformation de l'espace de vente de la rue de Bourg.
1945	Création par les Éditions Payot-Lausanne de la collection « Orbis Pictus », puis du « Petit Atlas de poche Payot » en 1947.
1946	Ouverture de la succursale de Zurich.
1952	Rachat du Centre de documentation et de vente du livre suisse pour créer la société de diffusion la Société française du livre (SFL) à Paris.

1953	Décès de Samuel Payot. Jean-Pierre et Marc Payot reprennent la direction de l'entreprise. Le premier prend en charge le secteur de la librairie et le second l'édition.
1954	Publication de la série d'albums Walt Disney « C'est la vie » par les Éditions Payot (4 publications entre 1954 et 1956).
1955	Création de la caisse de pension dans le cadre de la fondation « Fonds en faveur du personnel de la Librairie Payot SA Lausanne ». Refonte du service de comptabilité.
1956	Jean Hutter (édition), Robert Decrey (département des ventes) et Albert Regamey (département des achats) sont nommés fondateurs de pouvoir.
1960	Décès de Gustave Payot, directeur des Éditions Payot-Paris. Fusion de la Société française du livre et de Payot-Paris.
1961	Transformation du premier étage de la rue de Bourg consacré au rayon technique. L'arcade séparée librairie jeunesse est créée à cette occasion. Fritz Payot, qui supervisait les succursales, prend sa retraite. Restructuration de l'organigramme avec la nomination de cinq directeurs et avec la désignation de chefs de service.
1962	Installation d'un libre-service dans la nouvelle arcade dédiée au livre de poche de la rue de Bourg.
1963	Modernisation de la succursale de Berne. Ouverture de la succursale « Librairie internationale » au Palais des Nations à Genève.
1964	Ouverture du magasin de Saint-Gervais (rive droite) à Genève. Le magasin de la rue du Marché (rive gauche) est maintenu.
1966	Entrée de Jean-Marc Payot dans la maison. Modernisation du magasin de Bâle.
1967	Nouvelle réorganisation en quatre départements: administration, édition, librairie, extérieur. Modernisation des magasins de Neuchâtel et de Vevey. Reprise de la librairie française de Zurich à la Rämistrasse.
1968	Ouverture de l'actionnariat aux collaborateurs de la maison Payot. Augmentation du capital.
1969	Achat du tiers du capital de l'Office du livre de Fribourg (OLF).
1970	Création d'un département autonome de diffusion. Déménagement du magasin de Zurich dans une arcade plus grande à la Bahnhofstrasse et fermeture de celui de la Rämistrasse.

1973	<p>Vente à Lousonna du capital majoritaire de la Librairie Payot, détenu par la famille Payot; du tiers du capital de l'OLF et de la majorité du capital de Payot-Paris.</p> <p>Ouverture du magasin de la place Pépinet à Lausanne.</p> <p>Installation aux Côtes-de-Montbenon pour les réserves de la diffusion et de la librairie de gros (stock des librairies).</p>
1974	Fermeture de la librairie du Palais des Nations.
1980	Décès de Marc Payot.
1982	Sortie de la Librairie Payot du groupe Lousonna.
1984	Décès de Jean-Pierre Payot.
1986	Vente de la Librairie Payot SA par Jean-Marc Payot à Édipresse.

LISTE DES PRINCIPALES ABRÉVIATIONS

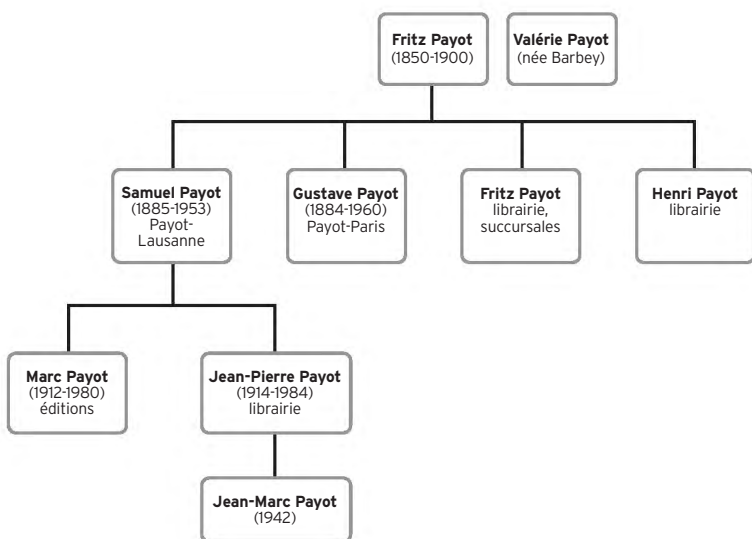
vACRPLE	Association corporative romande du personnel de la librairie et de l'édition (devient ARPLE)
ASDEL	Association suisse des diffuseurs, éditeurs et libraires
SLESR	Société des libraires et éditeurs de Suisse romande
SBVV	Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband

ABRÉVIATIONS DES SOURCES

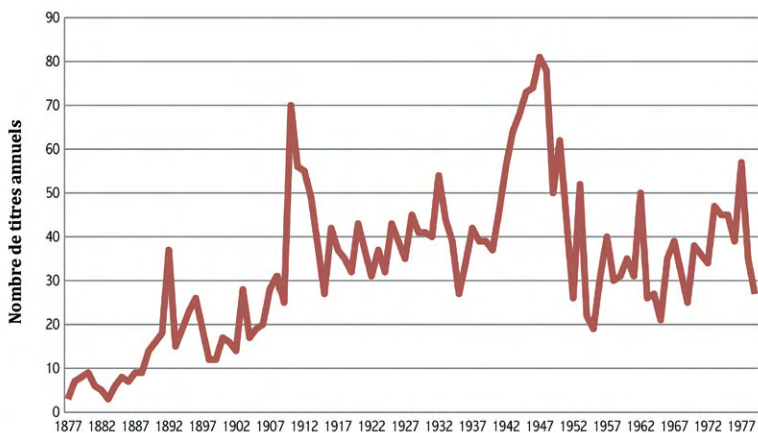
Rapport du C. A.	Rapport du conseil d'administration à l'assemblée générale des actionnaires de l'entreprise Payot SA (années 1923-1948 : fonds Payot VII 36 ; années 1953-1971 papiers Payot)
Rapport du C. C.	Rapport du Comité central de la SLESR (fonds ASDEL)
Séance du C. C.	Séance du Comité central de la SLESR (fonds ASDEL)

ANNEXES

Annexe 1. Généalogie des membres de la famille Payot actifs dans la maison Payot



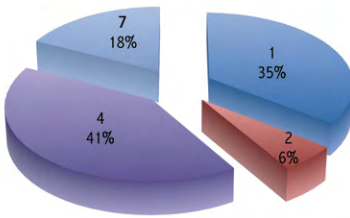
**Annexe 2. Évolution du nombre de publications annuelles
des Éditions Payot-Lausanne, 1877-1979**



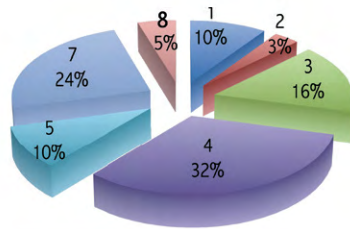
Source : catalogue de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (BCU), selon le décompte des ouvrages annuels déposés par les Éditions Payot-Lausanne

Annexe 3. Répartition des titres annuels des Éditions Payot-Lausanne

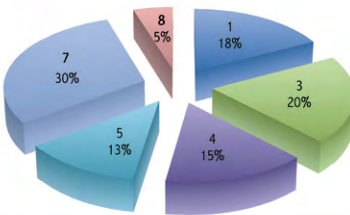
1900



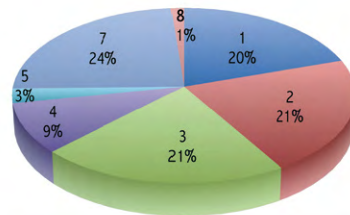
1910



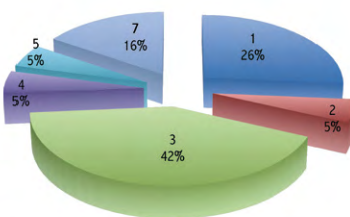
1930



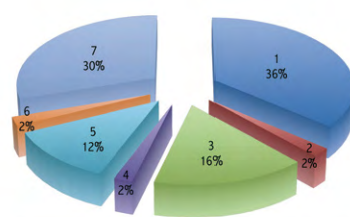
1944



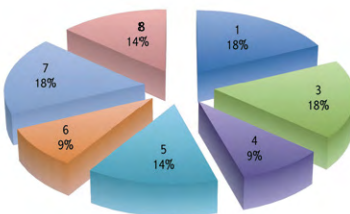
1955



1962



1965



1. Scolaire
2. Jeunesse
3. Ouvrages documentaires
4. Littérature
5. Histoire
6. Vie pratique
7. Académique ; technique
8. Autres

Source : catalogue de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (BCUL)

Annexe 4. Évolution du chiffre d'affaires de la librairie Payot (1923-1971)

Année	Chiffre d'affaires (CA)		Mouvement du chiffre d'affaires	Bénéfices nets		CA éditions		CA librairie		CA papeterie
	En francs courants	En francs constants	En %	En francs courants	En francs constants	En francs	En part du CA total	En francs	En part du CA total	
1923-1924	1'435'360	1'930'057								
1924-1925	1'530'857	2'012'661	4.3							
1925-1926	1'479'457	2'156'951	7.2	66'998	97'679					
1926-1927	1'522'268	2'323'939	7.7	63'725	97'284					
1927-1928	1'725'850	2'602'925	12.0	62'356	94'045					
1928-1929	1'753'400	2'708'908	4.1	62'237	96'153					
1929-1930	1'772'634	3'055'384	12.8	71'792	123'744					
1930-1931	1'748'733	3'470'652	13.6	70'838	140'590	527'415	30.2			
1931-1932	1'673'555	3'802'983	9.6	56'416	128'200	561'541	33.6	1'071'310	64.0	40'704
1932-1933	1'584'926	3'800'372	-0.1	55'141	132'218	526'902	33.2	1'009'760	63.7	48'264
1933-1934	1'457'682	3'545'713	-6.7	54'873	133'475	478'101	32.8	931'200	63.9	48'381
1934-1935	1'424'156	3'455'794	-2.5	35'451	86'024					
1935-1936	1'291'646	2'939'657	-14.9	3'551	8'082					
1936-1937	1'416'000	2'770'435	-5.8	29'195	57'121					
1937-1938	1'451'000	2'948'977	6.4	27'327	55'539					
1938-1939	1'384'000	2'707'826	-8.2	30'633	59'934					
1939-1940	1'288'327	1'960'599	-27.6	28'190	42'900					
1940-1941	1'354'005	1'606'002	-18.1	30'349	35'997					
1941-1942	1'589'676	1'652'458	2.9	38'051	39'554					
1942-1943	1'827'225	1'824'537	10.4		0					
1943-1944	2'135'000	2'089'645	14.5	45'473	44'507					

1944-1945	2'167'986	2'141'547	2.5	62'904	62'137					
1945-1946	2'925'384	2'967'935	38.6	64'142	65'075					
1946-1947	3'434'448	3'342'208	12.6	70'142	68'258					
1947-1948	3'809'915	3'565'406	6.7	81'642	76'402					
1948-1949	3'677'621	3'620'523	1.5	79'642	78'405					
1949-1950		0								
1950-1951		0								
1951-1952		0								
1952-1953	4'152'429	3'955'369		67'300	64'106					
1953-1954	4'431'591	4'189'813	5.9	72'332	68'386					
1954-1955	5'517'651	5'202'126	24.2	81'920	77'235					
1955-1956	6'428'060	5'919'992	13.8	98'484	90'700					
1956-1957	6'187'125	5'606'391	-5.3	81'721	74'051	2'102'174	34.0	3'910'568	63.2	174'383
1957-1958	6'472'699	6'054'592	8.0	82'944	77'586	2'050'399	31.7	4'237'769	65.5	184'531
1958-1959	6'417'157	6'101'280	0.8	83'695	79'575	1'690'456	26.3	4'534'608	70.7	192'093
1959-1960	6'770'724	6'395'308	4.8	107'391	101'437	1'508'878	22.3	5'057'147	74.7	204'699
1960-1961	7'544'118	7'115'916	11.3	164'253	154'930	1'738'839	23.0	5'584'219	74.0	221'006
1961-1962	8'711'238	7'943'176	11.6	172'070	156'899	1'819'196	20.9	6'634'837	76.2	257'205
1962-1963	9'267'734	8'135'958	2.4	176'794	155'204	1'783'877	19.2	7'208'735	77.8	275'122
1963-1964	10'419'227	9'029'397	11.0	187'307	162'322	1'881'143	18.1	8'238'972	79.1	299'112
1964-1965	11'788'128	10'155'764	12.5	191'583	165'053	2'488'925	21.1	8'975'967	76.1	323'236
1965-1966	11'993'518	10'143'390	-0.1	190'446	161'068	2'097'725	17.5	9'546'220	79.6	349'573
1966-1967	13'597'684	11'466'881	13.0	187'024	157'717	2'732'251	20.1	10'537'840	77.5	327'593
1967-1968	14'443'626	12'180'261	6.2	175'190	147'737	2'992'974	20.7	11'076'324	76.7	374'328
1968-1969	15'085'533	12'353'980	1.4	238'708	195'485		0.0		0.0	
1969-1970	16'094'252	12'660'213	2.5	238'650	187'729	3'081'512	19.1	12'657'734	78.6	354'997
1970-1971	17'402'780	13'390'446	5.8	235'965	181'562	3'457'448	19.9	13'564'196	77.9	381'136

Sources: Rapports du conseil d'administration à l'assemblée générale des actionnaires, fonds et papiers Payot.

**Annexe 5. Répartition des secteurs édition,
librairie et papeterie de la maison Payot (1931-1971)**

Date	CA tout	édition	librairie	papeterie
	En francs	En % du CA	En % du CA	En % du CA
1931-1932	1'673'555	32	64	4
1932-1933	1'584'926	32	63	5
1933-1934	1'457'682	31	64	5
1956-1957	6'187'125	32	65	3
1957-1958	6'472'699	32	65	3
1958-1959	6'417'157	28	69	3
1959-1960	6'770'724	23	74	3
1960-1961	7'544'118	23	74	3
1961-1962	8'711'238	21	76	3
1962-1963	9'267'734	19	78	3
1963-1964	10'419'227	18	79	3
1964-1965	11'788'128	21	76	3
1965-1966	11'993'518	17	80	3
1966-1967	13'597'684	21	77	1
1967-1968	14'443'626	20	77	3
1968-1969	15'085'533	0	0	0
1969-1970	16'094'252	19	79	2
1970-1971	17'402'780	20	78	2

Sources: Rapports du conseil d'administration à l'assemblée générale des actionnaires, fonds et papiers Payot.

**Annexe 6. Répartition des magasins Payot selon les résultats annuels
(Lausanne et succursales), en pour-cent (1923-1971)**

Date	Lausanne	Genève	Neuchâtel	Montreux	Berne	Vevey	Bâle	Zurich
1923-1924	74	9	1	5	7	4		
1924-1925	70	8	6	5	6	5		
1925-1926	71	7	7	5	5	5		
1926-1927								
1927-1928	71	8	6	5	5	5		
1928-1929	67	11	6	5	6	4		
1929-1930	68	11	6	5	5	4		
1930-1931	65	10	6	4	5	4	6	
1931-1932	67	10	5	4	5	4	5	
1932-1933	67	10	6	3	5	4	5	
1933-1934								
1934-1935								
1935-1936								
1937-1938								
1939-1940								
1940-1941	71	6	6	3	6	4	4	
1941-1942	72	5	6	3	6	4	4	
1956-1957	41	19	9	3	5	5	5	13
1957-1958	41	18	9	3	6	5	5	13
1958-1959	42	18	9	3	5	5	5	13
1959-1960	44	18	8	3	5	5	4	13
1960-1961	44	19	8	3	5	5	4	12
1961-1962	47	18	7	3	5	4	4	12
1962-1963	48	18	7	3	4	4	4	12
1963-1964	49							
1964-1965	51							
1965-1966	48	18	7	2	5	4	5	11
1966-1967	48	18	6	2	5	4	5	12
1967-1968	48	18	7	2	4	4	5	12
1968-1969								
1969-1970	50	18	6	2	4	4	5	11
1970-1971	49	17	6	2	4	5	5	12

Sources: Rapports du conseil d'administration à l'assemblée générale des actionnaires, fonds et papiers Payot.

Annexe 7. Importations en Suisse des livres par pays de provenance, 1939-1948.

année	France	Belgique	Allemagne	G-B	USA	total
1939	20368	186	12452	524	78	36679
1940	9935	86	12547	372	58	25630
1941	7652	111	13422	59	116	23825
1942	4798	79	9713	188	130	16915
1943	3087	153	7196	129	10	11914
1944	1361	41	4165	273	3	6282
1945	1098	39	682	691	97	2807
1946	4694	325	167	838	847	8779
1947	7105	647	158	1474	1698	14980
1948	10310	464	1406	1129	1697	20281

Source: *Statistiques annuelles du commerce extérieur de la Suisse*, Direction générale des douanes.

Catégorie VI. D. 321, Livres imprimés, 1940-1955, en quintaux.

INDEX DES TABLEAUX, DES CARTES ET DES ORGANIGRAMMES

Tableau 1	Chiffre d'affaires annuel des kiosques Naville, Schmidt et Kiosk AG, entre 1935 et 1940, en millions	72
Tableau 2	Nombre de communes vaudoises possédant au moins une librairie	134
Tableau 3	Nombre de librairies et d'habitants à Lausanne	138
Tableau 4	Comparatif des magasins Payot en 1957-1958, selon la surface, les employé-e-s et le chiffre d'affaires	152-153
Tableau 5	Implantation urbaine des magasins Payot en 1958	155
Tableau 6	Répartition de l'assortiment des magasins Payot en 1958, en pourcent	157
Tableau 7	Nombre de kiosques, de grands magasins et de supermarchés en Suisse, entre 1929 et 1975	263
Tableau 8	Salaire moyen en librairie sur les dix premières années en 1944	284
Tableau 9	Salaire moyen en librairie sur les neuf premières années en 1965	285
Tableau 10	Proportion du personnel féminin et masculin dans le canton de Vaud, 1955 et 1965	286
Carte 1	Répartition des librairies dans les villes vaudoises en 1880	135
Carte 2	Répartition des librairies dans les villes vaudoises en 1900	135
Carte 3	Répartition des librairies dans les villes vaudoises en 1930	137
Carte 4	Répartition des librairies dans les villes vaudoises en 1960	137
Carte 5	Implantation des magasins Payot dans les villes suisses	154
Organigramme 1	Propriétés de Lousonna en 1942	69
Organigramme 2	Organigramme idéal de Payot-Genève, 1965	83
Organigramme 3	Structure de la Librairie Payot SA en 1968	87
Organigramme 4	Propriétés de Lousonna en 1973	118
Organigramme 5	Propriétés de la Financière de Presse SA en 1975	119
Organigramme 6	Propriétés de Lousonna en 1977	120

INDEX DES ILLUSTRATIONS

Illustration 1	Immeuble Payot avant sa reconstruction sur le catalogue d'Étrennes 1909	54
Illustration 2	Immeuble Payot après sa reconstruction sur le catalogue d'Étrennes 1914	55
Illustration 3	Librairie Payot de Vevey dans le catalogue d'Étrennes 1920	61
Illustration 4	Plan lors de la création des arcades séparées du livre de poche et du rayon jeunesse [1962]	161
Illustration 5	Arcade jeunesse du magasin de Bourg [années 1960]	161
Illustration 6	Plan des transformations de la succursale de Neuchâtel, 1966-1967	204
Illustration 7	Rayon technique de la librairie Payot-Lausanne [années 1960]	207
Illustration 8	Projet de plan des transformations de Payot-Vevey, 1967	208
Illustrations 9	Croquis du projet de la succursale de Vevey, 1967	209
Illustrations 10	Vitrine de Payot-Neuchâtel avec une présentation thématique [1967]	212
Illustration 11	Nouveau magasin Payot-Genève de Saint-Gervais [1964]	214
Illustration 12	Ancien magasin Payot-Genève, rue du Marché [1964]	215
Illustration 13	Immeuble de la rue de Bourg [années 1970]	218
Illustration 14	Magasin de la rue de Bourg [années 1970]	219
Illustration 15	Magasin de la rue de Bourg [années 1970]	219
Illustration 16	Librairie vêtue de la « jupe » traditionnelle	220
Illustration 17	Croquis d'étagère, 1960	222

Illustration 18	Photo d'étagère, 1960	223
Illustration 19	Couverture du catalogue jeunesse, 1961.	230
Illustration 20	Couverture du catalogue <i>Un livre pour chaque chose</i> , 1960.	233
Illustration 21	Catalogue <i>Un livre pour chaque chose</i> , 1960	233
Illustration 22	Couverture du catalogue Payot, 1961.	235
Illustration 23	Brochure <i>Pour devenir libraire</i> , 1960	300
Illustration 24	Brochure <i>Pour devenir libraire</i> , 1960	301
Illustration 25	Brochure <i>Pour devenir libraire</i> , recherche bibliographique, 1960	302
Illustration 26	Brochure <i>Pour devenir libraire</i> , cours de dactylographie, 1960	303
Illustration 27	Brochure <i>Pour devenir libraire</i> , 1960	305
Illustration 28	Brochure <i>Pour devenir libraire</i> , conseil à la clientèle, 1960	305

SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE

SOURCES

I. SOURCES ÉCRITES

- Fonds Payot, Bibliothèque cantonale universitaire (BCU), Lausanne IS 5178, séparé en deux sections : fonds librairie IS 5178 I-VI et fonds éditions IS 5178 VII-VIII ; inventorié par titres et cotes de dossiers.

- Fonds de l'Association suisse des diffuseurs, éditeurs et libraires (ASDEL)¹, archives privées, Lausanne. Non inventorié, référence par titre de document.

- Fonds des Éditions de La Baconnière, Bibliothèque publique et universitaire (BPU), Neuchâtel.

Dossier n° 276 : Société des libraires et éditeurs de la Suisse romande.

- Fonds Georges-Antoine Bridel, Musée historique de Lausanne (MHL)

Cartons 212, 212bis, 213 : librairies lausannoises.

- Fonds de l'Œuvre, Archives cantonales vaudoises (ACV), Lausanne PP 807/1 Statuts 1913-1936

PP 807/14 Brochure *L'Œuvre OEV: historique/aujourd'hui/objectifs*, 2000

PP 807/702 Correspondance avec Samuel Payot, 1916

- Archives historiques des CFF, Berne

Dossiers D.XIV.01 : contrats de bail avec Kiosk AG Berne et Naville et Cie Genève, diverses correspondances (1926-1947).

1. L'ASDEL a été rebaptisée Livrestuisse en 2019.

Papiers en mains propres:

Papiers Ducommun: articles de presse et Bulletin du SREL (dès 1978), remis par Olivier Ducommun.

Papiers IRL: Notes sur les procès-verbaux des conseils d'administration (1931-1936), remis par François Vallotton.

Papiers OLF: Acte de vente de la diffusion Payot à l'Office du livre de Fribourg (1997), remis par l'OLF.

Papiers Payot: Rapports annuels du conseil d'administration de la maison Payot à l'assemblée générale des actionnaires (1953-1971), remis par l'actuelle Librairie Payot.

Papiers Vallotton: notes sur la chronologie Imer-Payot et copies des lettres échangées entre Samuel Payot et Maurice Borel (1911-1923), remis par François Vallotton.

II. TÉMOIGNAGES ORAUX

C. B., secteur diffusion (26 novembre 2010)

N. B.-B., libraire (4 février 2011)

G. C., secteur éditions (14 février 2011)

M^{me} et G. D., libraire et gérant de succursale (12 mai 2011)

O. D., libraire (4 avril 2011)

J.-F. F., gérant de succursale (3 décembre 2010)

C. F., libraire (6 novembre 2012)

M. L., libraire (6 décembre 2010, témoignage écrit)

M. M., gérant de succursale (10 décembre 2010)

M.-J. M., libraire (4 février 2011)

H. P., gérant de succursale (26 novembre 2010)

H. R., libraire (24 janvier 2011)

J.-M. R., secteur des achats (24 janvier 2011)

III. SOURCES IMPRIMÉES

Presse professionnelle

13/12. Organe de l'Association romande du personnel de la librairie et de l'édition, années 1945-1949, 1952-1954, 1966-1970.

devient *Eurêka, Association du personnel de la librairie et de l'édition*, 1971-1975.

Bulletin du Syndicat romand des éditeurs et libraires (SREL), 1978-1983.

Der Schweizer Buchhandel/La librairie suisse, organe des libraires et éditeurs suisses, édité par la Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband (SBVV) : 1950-1980.

Livres ouverts. Bulletin d'information publié par les Éditions Payot-Paris, Éditions de la Baconnière et Payot-Lausanne, rédaction de la diffusion Payot-Lausanne : 1970-1979).

Annuaire

Indicateur général du canton de Vaud (1857), 1850-1856, Lausanne : F. Weber.

Indicateurs vaudois : livre d'adresses de Lausanne et du canton de Vaud, 1880-1938.

devient *Annuaire et Indicateur vaudois réunis : livre d'adresses de Lausanne et du canton de Vaud*, 1939-1980.

Sur le livre et la librairie

ANGOUVENT, Paul (1960), *L'édition française au pied du mur*, Paris : PUF.

DAMISCH, Hubert (1964), «La culture du poche», *Mercure de France*, n° 1213, pp. 482-498.

DUMAZEDIER, Joffre et HASSENFORDER, Jean (1962), «Éléments pour une sociologie comparée de la production, de la diffusion et de l'utilisation du livre», *Bibliographie de la France*, n° 24.

DUMAZEDIER, Joffre et HASSENFORDER, Jean (1959), «Le loisir et le livre. Éléments pour une sociologie de la lecture», *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 6, pp. 269-302. En ligne : [<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1959-06-0269-001>], consulté le 5 septembre 2019).

ESCARPIT, Robert et ROBINE, Nicole (1963), *Atlas de la lecture à Bordeaux*, Bordeaux : Faculté des lettres et sciences sociales.

GALLIMARD, Antoine (2007), «Rapport de la Mission de réflexion sur la Librairie indépendante». En ligne : [<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/074000562/index.shtml>], consulté le 5 septembre 2019).

JALARD, Michel-Claude (1965), « De la réédition à l'édition », *Les temps modernes*, n° 227, pp. 1744-1748.

MALYE, Jean (1951), « De l'humanisme », *Bulletin de l'association Guillaume Budé*, 3^e série, pp. 9-16.

MONNIER, Philippe M. (1979), « Une vie au service du livre: Charles Eggimann (1863-1948), éditeur, imprimeur et libraire », *Librarium, Zeitschrift der Schweizerischen Bibliophilen-Gesellschaft/Revue de la Société suisse des bibliophiles*, vol. 22, n° 2, pp. 78-89.

OLLENDORF, Michel/ASFODEL (1978), *Le métier de libraire*, Paris: Promodis.

PINGAUD, Bernard (1965), « Les livres de "poche" », *Les temps modernes*, n° 227, pp. 55-1732.

ROTH, Fritz (1951), *Le livre, le libraire, la librairie*, Ho-Ho-Kus [New Jersey]/Lausanne: Impr. Roth et Sauter.

ROUSSY, Théodore (1978), « La Librairie anglaise de Lausanne », *Revue historique vaudoise*, vol. 86, pp. 177-179.

Syndicat national des éditeurs (1965), *Monographie de l'édition*, Paris: Cercle de la librairie.

WILL, Édouard (1962), « Jean Hatzfeld. *Histoire de la Grèce ancienne*. Paris, Petite Bibliothèque Payot 5. 1962 », *Revue des Études Grecques*, t. 75, fasc. 354-355, pp. 248-249.

IV. OUTILS DE TRAVAIL

Catalogue de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (BCUL).

Office fédéral de la statistique, « Enquête sur les budgets des ménages de salariés, dépenses du ménage en francs par mois et en pour-cent, 1950-1989 ».

Recensement fédéral des entreprises, 1939, 1955, 1965, 1975, Berne: Bureau fédéral de statistique.

RITZMANN-BLICKENSTORFER, Heiner (éd.) (1996), *Historische Statistik der Schweiz/Statistique historique de la Suisse*, Zurich: Chronos.

Statistiques annuelles du commerce extérieur de la Suisse, Berne: Direction générale des douanes, 1920-1980.

Dictionnaires

Dictionnaire historique de la Suisse (2002-2014), Hauterive: G. Attinger, 13 vol. En ligne: [<http://www.hls-dhs-dss.ch>].

DELPORTE, Christian, MOLLIER, Jean-Yves et SIRINELLI, Jean-François (éds) (2010), *Dictionnaire d'histoire culturelle de la France contemporaine*, Paris: PUF.

FOUCHÉ, Pascal, PÉCHOIN, Daniel et SCHUWER, Philippe (éds) (2002-2011), *Dictionnaire encyclopédique du livre*, Paris: Éd. du Cercle de la librairie, 4 vol.

LITTÉRATURE SECONDAIRE**I. HISTOIRE DU LIVRE ET HISTOIRE CULTURELLE****EN SUISSE ROMANDE**

BERTHOLET, Denis (2006), *Suisse romande terre du livre*, Lausanne: ASDEL.

BRIDEL, Yves et FRANCILLON, Roger (éds) (1998), *La Bibliothèque universelle (1815-1924): miroir de la sensibilité romande au XIX^e siècle*, Lausanne: Payot.

CHUARD, Jean-Pierre (1982), *Une odeur d'encre. Les 75 ans de la Société 24 heures-Imprimeries Réunies SA, 1907-1982*, Lausanne: 24Heures Imprimeries Réunies.

CLAVIEN, Alain (2017), *La presse romande*, Lausanne: Antipodes.

CLAVIEN, Alain (2010), *Grandeurs et misères de la presse politique. Le match Gazette de Lausanne – Journal de Genève*, Lausanne: Antipodes.

CLAVIEN, Alain, GULLOTTI, Hervé et MARTI, Pierre (2003), «La province n'est plus la province»: les relations culturelles franco-suisse à l'épreuve de la Seconde Guerre mondiale (1935-1950), Lausanne: Antipodes.

CLAVIEN, Alain et VALLOTTON, François (éds) (1998), *Figures du livre et de l'édition en Suisse romande (1750-1950)*, Lausanne: Mémoire éditoriale.

CORAJOU, Carine (2019), « Fédéralisme et cohésion. Les nouvelles politiques du livre en Suisse », *Bibliodiversity*, « Politiques publiques du livre », pp. 18-31.

CORSINI, Silvio (éd.) (1993), *Le livre à Lausanne. Cinq siècles d'édition et d'imprimerie, 1493-1993*, Lausanne: Payot.

CORTHÉSY, Faye [non daté], « Le film en livre ». En ligne: [https://db-prod-bcul.unil.ch/expositions/livre_photo/livre_photographique_et_cinema/introduction/index.htm], consulté le 5 septembre 2019.

DE LEONARDIS, Patrick et VALLOTTON, François (1997), « Législation, politique et édition au XIX^e siècle: le cas des manuels d'histoire dans le canton de Vaud », *Revue historique vaudoise*, n° 105, pp. 19-56.

FRANCILLON, Roger et JAKUBEC, Doris (éds) (1991), *Littérature populaire et identité suisse: récits populaires et romans littéraires: évolution des mentalités en Suisse romande au cours des cent dernières années*, Lausanne: L'Âge d'Homme.

FRIEDERICH, Silviane (1993), « La librairie centrale et universitaire », in Silvio Corsini (éd.), *Le livre à Lausanne. Cinq siècles d'édition et d'imprimerie, 1493-1993*, Lausanne: Payot.

INDERWILDI, Frédéric (2010), *Acteurs et réseaux commerciaux dans la librairie d'Ancien Régime: la Société typographique de Neuchâtel, 1769-1789*, Thèse de doctorat en histoire, Université de Neuchâtel.

MAFFLI, Isaline (2007), *Entre politique de concurrence et exception culturelle: luttes autour de l'introduction du prix unique du livre en Suisse*, Mémoire de licence en Sciences politiques, Université de Lausanne.

MAGGETTI, Daniel (1995), *L'invention de la littérature romande, 1830-1910*, Lausanne: Payot.

MERMOUD, Albert (1987), *La Guilde du Livre, une histoire d'amour*, Genève: Slatkine.

MÜLLER, Maurice (1980), « Hermann Hauser et les Éditions de la Baconnière », *Librarium, Zeitschrift der Schweizerischen Bibliophilen-Gesellschaft/Revue de la Société Suisse des Bibliophiles*, vol. 23, n° 3, pp. 192-205.

PITTELOU, Jean-François (1998), « Bons » livres et « mauvais » lecteurs. Politiques de promotion de la lecture populaire à Genève, au XIX^e siècle, Genève: Société d'histoire et d'archéologie de Genève.

POCHON, Charles-F. (1987), « Le rôle du syndicalisme et de la coopération dans la création de la Guilde du livre en Suisse romande », *Cahiers d'histoire du mouvement ouvrier*, n° 4, pp. 63-71.

Revue historique vaudoise (2012), « Livre et lecteurs en terre vaudoise: une histoire à écrire », n° 120, Lausanne: Antipodes.

RICHARD, Jean (2000), *Le prix unique en Suisse romande et en Suisse. Histoire d'un combat 1970-1990*, Rapport commandité par la Société suisse des libraires et éditeur de Suisse romande, Lausanne, non publié.

ROTH, Simon et VALLOTTON, François (1998), « L'édition en Suisse romande de 1920 à 1970 », in Roger Francillon (éd.), *Histoire de la littérature en Suisse romande. De la Seconde Guerre mondiale aux années 1970*, t. 3, Lausanne: Payot, pp. 25-42.

RUCKSTUHL, Paul (1982), « 75 ans d'évolution technique aux IRL », in Jean-Pierre Chuard (éd.), *Une odeur d'encre. Les 75 ans de la Société 24 heures-Imprimeries Réunies SA, 1907-1982*, Lausanne: 24 heures Imprimeries Réunies.

RUSCH, Cristian (2003), *Buchhandel in der Schweiz. Eine empirisch-deskriptive Analyse der Marktstruktur und Entwicklung strategischer Optionen*, Bâle: Helbing & Lichtenhahn.

SCHWERI, Michel (2012), *La réunion du lundi. De l'autogestion appliquée à la librairie du Boulevard*, Genève: Éditions Des Sauvages.

VALLOTTON, François (2014), *Les batailles du livre. L'édition romande de son âge d'or à l'ère numérique*, Lausanne: PPUR.

VALLOTTON, François (éds) (2007), *Livre et militantisme-La Cité éditeur, 1958-1967*, Lausanne: Éditions d'en bas.

VALLOTTON, François (2004), *Les Éditions Rencontre, 1950-1971*, Lausanne: Éditions d'en bas.

VALLOTTON, François (2001), *L'édition romande et ses acteurs 1850-1920*, Genève: Slatkine.

VALLOTTON, François (1997), «Conquête d'un marché et d'une position sociale: regard sur la librairie en Suisse romande au XIX^e siècle», in Jean-Yves Mollier (éds), *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle 1789-1914*, Paris: Imec/Maison des sciences de l'homme, pp. 341-349.

II. CONTEXTE SUISSE ROMAND

BASSAND, Michel *et al.* (1982), *Temps libre, culture de masse et culture de classes aujourd'hui*, Lausanne: Favre.

BERTHOLET, Hélène et NAYMARK, Fabienne (1982), *Le centre-ville lausannois. L'emprise de la structure commerciale sur le vécu des citadins*, Mémoire de licence de l'Institut de géographie de l'Université de Lausanne.

BIRNHOLZ, Sophie (1981), *Le concept de hiérarchie appliqué à l'échelle du centre-ville. Étude comparative de deux rues du centre-ville lausannois*, Mémoire de licence de l'Institut de géographie de l'Université de Lausanne.

Chère gratuité, 1891-1991, 100 ans de l'Office cantonal vaudois des fournitures et éditions scolaires (1991), Office cantonal vaudois des fournitures et éditions scolaires (OFES).

CORTAT, Alain (éd.) (2010), *Contribution à une histoire des cartels en Suisse*, Neuchâtel: Alphil.

CORTAT, Alain (2009), *Un cartel parfait. Réseaux, R & D et profits dans l'industrie suisse des câbles*, Neuchâtel: Alphil.

CORTHÉSY, Bruno (2007), «La tour des Imprimeries Réunies lausannoises», *Art + architecture en Suisse*, n° 1, pp. 39-45.

FREY, Pierre A. (1992), «Architecture et raison de commerce. La menuiserie Held, l'architecte Laverrière, l'éditeur Payot et l'Œuvre», in Jacques Gubler (éd.), *Une menuiserie modèle. Les Held de Montreux*, Yens-sur-Morges: Cabédita.

GERVASI, Salvatore et LONGCHAMP, Jacques (2007), *Morges, traces d'un passé récent*, t. 1, Morges: [S. Gervasi] et [J. Longchamp].

GIDDEY, Ernest (1953), «L'École», in *Cent cinquante ans d'histoire vaudoise, 1803-1953*, Lausanne: Payot.

- HELLER, Geneviève (1988), *Tiens-toi droit!: l'enfant à l'école au XIX^e siècle: espace, morale et santé: l'exemple vaudois*, Lausanne: Éditions d'en bas.
- HUBLER, Lucienne (1991), *Histoire du Pays de Vaud*, Lausanne: L.E.P. Loisirs et pédagogie.
- HUMAIR, Cédric *et al.* (2014), *Système touristique et culture technique dans l'Arc lémanique. Analyse d'une success story et de ses effets sur l'économie régionale (1852-1914)*, Neuchâtel: Alphil.
- HUMAIR, Cédric (2009), *1848, naissance de la Suisse moderne*, Lausanne: Antipodes.
- JOST, Hans Ulrich (2008), «Aspects sociaux et culturels dans l'avènement du béton armé en Suisse», in Cédric Humair et Hans Ulrich Jost (éds), *Prométhée déchaîné: technologies, culture et société helvétiques à la Belle Époque*, Antipodes: Lausanne.
- JUNOD, Louis *et al.* (1962), *Deux cents ans de vie et d'histoire vaudoise. La Feuille d'Avis de Lausanne 1762-1962*, Lausanne: Payot.
- LEIMGRUBER, Matthieu (2001), *Taylorisme et management en Suisse romande (1917-1950)*, Lausanne: Antipodes.
- LEIMGRUBER, Matthieu (2006), «La politique sociale comme marché. Les assureurs vie et la structuration de la prévoyance vieillesse en Suisse (1890-1972)», *Studien und Quellen*, 31, pp. 109-139.
- LEIMGRUBER, Walter et FISCHER, Werner (1999), «Goldene Jahr»: zur Geschichte der Schweiz seit 1945, Zurich: Chronos.
- LUGON, Olivier et VALLOTTON, François (éds) (2014), *Revisiter l'Expo 64. Acteurs, discours, controverses*, Lausanne: PPUR.
- MASPOLI, Philippe (1993), *Le corporatisme et la droite en Suisse romande*, Lausanne: Faculté des Lettres.
- MICHEL, Michel (1972), *Population résidente du canton de Vaud de 1850 à 1970*, Lausanne: Office statistique de l'État de Vaud.
- MONOD, Jules (2004), *La Vallée des Ormonts et le chemin de fer électrique Aigle-Sépey-Diableret*, Sierre: Éditions de la carte (première édition, 1913).
- NUSSBAUM, Claire-Aline, sous dir. Laurent Tissot (2005), *Suchard. Entreprise familiale de chocolat, 1828-1938. Naissance d'une multinationale suisse*, Neuchâtel: Alphil.

PAVILLON, Olivier (1990), «L'aube des temps modernes: le XIX^e siècle», in Denise Francillon *et al.*, *Lausanne à travers les âges: textes et présentation des sections de l'exposition permanente*, Lausanne: Musée historique de Lausanne.

RACINE, Bernard (2001), «Lausanne métropole, un siècle d'inventions et de transformations», in Anne Pitteloud et Charles Duboux (éds), *Lausanne: un lieu, un bourg, une ville*, Lausanne: PPUR.

RIEBEN, Henri (éd.) (1980), *Encyclopédie illustrée du Pays de Vaud*, t. 8, «La grande mutation», Lausanne: Éditions 24Heures.

ROBERT, Rémy (1990), *La Vallée de Joux à la Belle Époque*, Genève: Slatkine.

TISSOT, Laurent (2000), *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse*, Lausanne: Payot.

III. HISTOIRE DU LIVRE AU NIVEAU INTERNATIONAL

BARBIER, Frédéric (2011), *Histoire du livre*, Paris: A. Colin (première édition, 2000).

BARBIER, Frédéric (2002), «Allemagne, histoire du livre et de l'édition», in Pascal Fouché, Daniel Péchoin, Philippe Schuwer (éds), *Dictionnaire encyclopédique du livre*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, vol. 1.

BARBIER, Frédéric (2001), «La librairie allemande comme modèle?» in Jacques Michon et Jean-Yves Mollier (éds), *Les mutations du livre et de l'édition dans le monde du XVIII^e siècle à l'an 2000: actes du colloque international de Sherbrooke 2000*, Sainte-Foy: Presses de l'Université de Laval.

BARBIER, Frédéric *et al.* (1996), *L'Europe et le livre. Réseaux et pratiques du négoce de librairie XVI^e-XIX^e siècles*, Paris: Klincksieck.

BARBIER, Frédéric (1995), *L'empire du livre. Le livre imprimé et la construction de l'Allemagne contemporaine (1815-1914)*, Paris: Éditions du Cerf.

BARBIER, Frédéric (1985), «Libraires et colporteurs», in Roger Chartier, Jean-Henri Martin, Jean-Pierre Vivet (éds), *Histoire de l'édition française*, t. III, Paris: Promodis, pp. 229-259.

BESSARD-BANQUY, Olivier (1998), «La révolution du poche», Pascal Fouché (éds), *L'édition française depuis 1945*, Paris : Éditions du Cercle de la librairie, pp. 169-199.

BOILLAT, Gabriel (1974), «Comment on fabrique un succès: "Maria Chapdelaine"», *Revue d'Histoire littéraire de la France*, 74^e année, n° 2, pp. 223-253.

BOTREL, Jean-François (1988), *La diffusion du livre en Espagne: (1868-1914): les libraires*, Madrid : Casa de Velázquez.

BOUJU, Marie-Cécile (2008), «Retour à la prospérité: le livre, du commerce traditionnel à la consommation de masse», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris : Éditions du Cercle de la librairie, pp. 260-266.

BRISSON, Frédéric (2010), «L'implantation de la Librairie Hachette au Québec et ses impacts sur le monde du livre, 1953-1983», *Revue de Bibliothèque et Archives nationales du Québec*, n° 2. En ligne : [http://www.banq.qc.ca/documents/a_propos_banq/nos_publications/revue_banq/revue2_2010-p_18-29.pdf], consulté le 5 septembre 2019.

CAIN, Julien, ESCARPIT, Robert et MARTIN, Henri-Jean (éds) (1972), *Le livre français. Hier, aujourd'hui, demain*, Paris : Imprimerie nationale.

CHABAULT, Vincent (2013), *Librairies en ligne. Sociologie d'une consommation culturelle*, Paris : Presses de Sciences Po.

CHABAULT, Vincent (2011), «La FNAC: la distribution culturelle entre le marché et le consommateur», *L'Année sociologique*, vol. 61, pp. 47-70.

CHABAULT, Vincent (2010), *La FNAC, entre commerce et culture. Parcours d'entreprise, parcours d'employés*, Paris : PUF.

CHABAULT, Vincent (2009), «D'un investissement culturel à l'autre. Deux générations d'employé(e)s à la FNAC», *Le Mouvement Social*, n° 228, pp. 131-145.

CHAFFANJON, Michel (2008a), «La création des assortiments et les relations avec la clientèle (1945-1980)», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris : Éditions du Cercle de la librairie, pp. 469-474.

CHAFFANJON, Michel (2008 b), «Le prix du livre régulé par le marché: "le prix conseillé" (1945-1978)», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 332-336.

CHAPELAIN, Brigitte (2014), «La prescription dans les blogs des lecteurs: de l'incitation à la recommandation», *Communication et langages*, «De la prescription: comment le livre vient au lecteur. Signe, objets et pratiques», n° 179, pp. 49-60.

CHARTIER, Anne-Marie et HÉBRARD, Jean (1989), *Discours sur la lecture (1880-1980)*, Paris: Centre Georges Pompidou.

CHARTIER, Roger (1992), *L'ordre des livres. Lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre XIV^e et XVIII^e siècle*, Aix-en-Provence: Éditions Alinea.

CHARTIER, Roger (1987), *Lectures et lecteurs dans la France d'Ancien Régime*, Paris: Seuil.

CHARTIER, Roger, MARTIN, Henri-Jean et VIVET, Jean-Pierre (1984-1986), *Histoire de l'édition française*, t. II à IV, Paris: Promodis.

CHAUMARD, Fabien (1998), *Le commerce du livre en France, entre économie et culture*, Paris/Montréal: L'Harmattan.

DARMON, Jean-Jacques (1972), *Le colportage de librairie en France sous le Second Empire: grands colporteurs et culture populaire*, Paris: Plon.

DE SAIRIGNÉ, Guillemette (1983), *L'Aventure du «Livre de Poche». L'enfant de Gutenberg et du XX^e siècle*, Paris: Le Livre de Poche.

DRAGOWSKI, Jürgen (1992), *Die Geschichte der Büchergilde Gutenberg in der Weimarer Republik, 1924-1933*, Essen: Klartext Verlag.

ESCARPIT, Robert (1965), *La révolution du livre*, Paris: PUF/Unesco.

FAUVELAIS, Christian et GLAIN, Jean-Yves (1983), *Le prix unique pour le livre. Une enquête sur une loi au-dessus de tout soupçon*, Paris: Éditions de l'Institut économique de Paris.

FEBVRE, Lucien et MARTIN, Henri-Jean (1971), *L'apparition du livre*, Paris: Albin Michel (première édition, 1958).

- FIERRO, Alfred (1986), «Évolution et typologie de la librairie», in Roger Chartier, Henri-Jean Martin, et Jean-Pierre Vivet (éds), *Histoire de l'édition française*, t. IV, Paris: Promodis, pp. 104-116.
- FOUCHÉ, Pascal (2008), «La Maison française du livre», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, p. 204.
- FOUCHÉ, Pascal et SOREL, Patricia (2008), «La Chambre syndicale des libraires de France. Chronologie», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 218-222.
- FOUCHÉ, Pascal (éds) (1998), *L'édition française depuis 1945*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie.
- GERLACH, Markus (2003), *Protéger le livre. Enjeux culturels, économiques et politiques du prix fixe*, Paris: Alliance des éditeurs indépendants.
- HABRAND, Tanguy (2007), *Le prix fixe du livre en Belgique. Histoire d'un combat*, [Bruxelles]: Les Impressions Nouvelles.
- HACHE-BISSETTE, Françoise (2008) «Le Furet du Nord: la saga des Callens», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, p. 609.
- HAGE, Julien (2008), «L'âge d'or des librairies artisanes et militantes», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 321-331.
- HEINIGER, Franz (2003), «La *Büchergilde Gutenberg*, club du livre du mouvement ouvrier», *Cahiers AEHMO*, n° 19, pp. 115-125.
- HORELLOU-LAFARGE, Chantal et PAGNIER, Aurélie (2008), «Nouvelles clientèles face à une image du livre qui reste forte», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: ÉDITIONS DU Cercle de la librairie, pp. 283-288.
- JOHANNOT, Yvonne (1978), *Quand le livre devient poche. Une sémiologie du livre en format de poche*, Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- KELLENBERGER, Sonja et RAFFIN, Fabrice (2011), *Usages et représentations des librairies indépendantes dans la ville*, Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d'information; Centre Pompidou.

En ligne: [https://www.academia.edu/31033710/De_l_espace_livre_au_lieu_de_vie_Usages_et_repr%C3%A9sentations_des_librairies_ind%C3%A9pendantes_dans_la_ville], consulté le 5 septembre 2019.

LANE, Philippe (1998), «La promotion du livre», in Pascal Fouché (éd.), *L'édition française depuis 1945*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 595-628.

LEBLANC, Frédérique (1998), *Libraire: un métier*, Paris: L'Harmattan.

LEGENDRE, Bertrand (2010), «Les débuts de l'édition de poche en France: entre l'industrie et le social (1953-1970)», in Leslie Howsam et Jane McLeod, *Book Networks and Cultural Capital: Space, Society and the Nation, Studies in Book Culture*, vol. 2, n° 1. En ligne: [<http://www.erudit.org/revue/memoires/2010/v2/n1/045320ar.html#re1no12>], consulté le 5 septembre 2019.

LYONS, Martyn (2008), «L'essor de la librairie», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: éd. du Cercle de la librairie, pp. 27-39.

LYONS, Martyn (1987), *Le triomphe du livre. Une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIX^e siècle*, Paris: Promodis.

MAZAUD, Jean-Philippe (2004a), «Consolidations et pertes de statut chez les employés d'une grande entreprise», *Sociétés contemporaines*, n° 54, pp. 55-73.

MAZAUD, Jean-Philippe (2004 b), «Les consommateurs de livres: les marchés de la librairie Hachette», *Le Temps des médias*, n° 3, pp. 83-94.

MAZAUD, Jean-Philippe (2002), *De la librairie au groupe Hachette (1944-1980). Transformations des pratiques commerciales dans le livre*, thèse de doctorat, Paris, École des hautes études en sciences sociales.

MAZAUD, Jean-Philippe et DESSAUX, Pierre-Antoine (2000), «Réception du modèle divisionnel en France au début des années 1970 à la lumière de l'étude des pratiques», *Les Cahiers du Centre de recherches historiques*, n° 25. En ligne: [<http://ccrh.revues.org/1632>], consulté le 5 septembre 2019.

MICHON, Jacques et MOLLIER, Jean-Yves (2001), *Les mutations du livre et de l'édition dans le monde du XVIII^e siècle à l'an 2000*, acte du colloque international de Scherbrook 2000, Paris/Québec: L'Harmattan, Presses Université de Laval.

MILLER, Laura J. (2007), *Reluctant Capitalists. Bookselling and the Culture of Consumption*, Chicago/Londres: University of Chicago Press.

MOLLIER, Jean-Yves (2015), «L'histoire de l'édition, du livre et de la lecture en France de la fin du XVIII^e siècle au début du XXI^e siècle: approche bibliographique». En ligne: [<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01164765/document>], consulté le 5 septembre 2019.

MOLLIER, Jean-Yves et TRUNEL, Lucile (éds) (2011), *Du «poche» aux collections de poche: histoire et mutations d'un genre: actes des ateliers du livre: Bibliothèque nationale de France 2002-2003*, Liège: CEFAL.

MOLLIER, Jean-Yves (2010), «Librairies, colportage, kiosques», in Christian Delporte, Jean-Yves Mollier, Jean-François Sirinelli (éds), *Dictionnaire d'histoire culturelle de la France contemporaine*, Paris: PUF, pp. 486-489.

MOLLIER, Jean-Yves (2008a), «Les dépôts de livres dans divers magasins et bazars», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 170-175

MOLLIER, Jean-Yves (2008 b), «Les prémices d'une nouvelle organisation des métiers», in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 176-182.

MOLLIER, Jean-Yves (éds) (2007), *Où va le livre? Édition 2007-2008*, Paris: La Dispute (première édition, 2000).

MOLLIER, Jean-Yves, SIRINELLI, Jean-François et VALLOTTON François (éds) (2006), *Culture de masse et culture médiatique en Europe et dans les Amériques, 1860-1940*, Paris: PUF.

MOLLIER, Jean-Yves (2004), *Le camelot et la rue. Politique et démocratie au tournant des XIX^e et XX^e siècles*, Paris: Fayard.

MOLLIER, Jean-Yves (2001), *La lecture et ses publics à l'époque contemporaine. Essais d'histoire culturelle*, Paris : PUF.

MOLLIER, Jean-Yves (1999a), *Louis Hachette (1800-1864), le fondateur d'un empire*, Paris : Fayard.

MOLLIER, Jean-Yves (1999 b), « Les mutations de l'espace éditorial français du XVIII^e au XX^e siècle », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 126-127, pp. 29-38.

MOLLIER, Jean-Yves (1998), « L'édition française du XVIII^e au XX^e siècle : de la maison d'édition à l'entreprise d'édition », in Alain Clavien et François Vallotton (éds), *Figures du livre et de l'édition en Suisse romande (1750-1950)*, Lausanne : Mémoire éditoriale.

MOLLIER, Jean-Yves (éds) (1997), *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle 1789-1914*, Paris : Imec/Maison des sciences de l'homme.

MOLLIER, Jean-Yves (1988), *L'argent et les lettres*, Paris : Fayard.

NÉRET, Jean-Alexis (1953), *Histoire illustrée de la librairie et du livre français des origines à nos jours*, Paris : Lamarre.

OLIVERA, Philippe (2007), « Qu'est-ce que la "littérature générale" ? La culture lettrée au prisme du marché du livre de la première moitié du XX^e siècle », *Revue de synthèse*, 6^e série, n^o 1-2, pp. 27-47.

OLIVERO, Isabelle (1999), *L'invention de la collection : de la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIX^e siècle*, Paris : Imec/Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

OZANNE, Jean-Marie (2008), « Le commerce du livre : commerce d'objets de culture et/ou de consommation », in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris : Éditions du Cercle de la librairie, pp. 401-403.

PAINBÉNI, Sandra, *L'impact de la prescription littéraire dans le processus de décision d'achat d'un roman*. En ligne : [<https://docplayer.fr/44146526-L-impact-de-la-prescription-litteraire-dans-le-processus-de-decision-d-achat-d-un-roman.html>], consulté le 5 septembre 2019.

PARINET, Élisabeth (2008), « Les bibliothèques de gares, le troisième réseau », in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris : Éditions du Cercle de la librairie, pp. 162-169.

PARINET, Élisabeth (1997), «Le prix du livre: un vieux sujet de débat», in Jean-Yves Mollier (éds), *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle 1789-1914*, Paris: Imec/Maison des sciences de l'homme, pp. 203-210.

PARINET, Élisabeth (1993), «Les bibliothèques de gare, un nouveau réseau pour le livre», *Romantisme*, n° 80, pp. 95-106.

PARINET, Élisabeth (1992), *La Librairie Flammarion: 1875-1914*, Paris: Imec.

PETRUCCI, Armando (1997), «Lire pour lire, un avenir pour la lecture», in Guglielmo Cavallo et Roger Chartier (éds), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Paris: Seuil, pp. 401-425.

PIAULT, Fabrice (1998), «De la "rationalisation" à l'hyperconcentration», in Pascal Fouché (éds), *L'édition française depuis 1945*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 628-639.

PIAULT, Fabrice (1995), *Le livre, la fin d'un règne*, Paris: Stock.

POLIZZI, Gilles et RÉACH-NO, Anne (2012), *Le livre, «produit culturel»? Politiques éditoriales, stratégies de librairie, et mutations de l'objet de l'invention de l'imprimé à la révolution numérique*, Paris: Orizons.

RADWAY, Janice A. (1997), *A Feeling for Books. The Book-of-the-Month Club, Literary Taste, and Middle-class Desire*, Chapel Hill/Londres: The University of North Carolina Press.

REBOLLEDO-DHUIN, Viera (2011), *La librairie et le crédit. Réseaux et métiers du livre à Paris (1830-1870)*, Thèse de doctorat, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines. En ligne: [<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00768969/document>], consulté le 5 septembre 2019.

RENARD, Hervé et ROUET, François (1998), «L'économie du livre: de la croissance à la crise», in Pascal Fouché (éds), *L'édition française depuis 1945*, Paris: Cercle de la librairie, pp. 640-737.

ROBINE, Nicole (2000), *Lire des livres en France des années 1930 à 2000*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie.

ROCHE, Daniel (1995), «Le livre: un objet de consommation entre l'économie et la lecture», in Hans-Erich Bödeker (éds), *Histoires du livre, nouvelles orientations*, Paris: Imec/Maison des sciences de l'homme, pp. 225-240.

ROUET, François (2008), « Les relations des libraires à l'amont de la filière: permanence et mutations », in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 552-563.

ROUET, François (2000), « Le livre, mutations d'une industrie culturelle », in *Notes et études documentaires*, Paris: La Documentation française.

ROUET, François (1993), « L'échange et le prix... des idées », *Sciences humaines*, n° 3, pp. 31-32.

ROUET, François [non daté], « Comment se pose la question du prix dans le domaine culturel? » En ligne: [http://smartbe.be/media/uploads/2014/08/Article-Rouet_question_prix_culturel.pdf], consulté le 5 septembre 2019.

ROY, Philippe (2008), *Le Livre français au Québec, 1959-1972*, Paris: Publibook.

SCHUWER, Philippe (1998), « Nouvelles pratiques et stratégies éditoriales », in Pascal Fouché (éd.), *L'édition française depuis 1945*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 424-459.

SIMONIN, Anne (2004), « Le catalogue de l'éditeur, un outil pour l'histoire. L'exemple des Éditions de Minuit », *Vingtième siècle*, n° 81, pp. 119-129.

SIMONIN, Anne (1998), « L'édition littéraire », in Pascal Fouché (éds), *L'édition française depuis 1945*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 30-87.

SOREL, Patricia et LEBLANC, Frédérique (éds) (2008), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie.

SUREL, Yves (2008), « Les années 1970 et l'arrêté Monory », in Patricia Sorel et Frédérique Leblanc (éds), *Histoire de la librairie française*, Paris: Éditions du Cercle de la librairie, pp. 337-344.

SUREL, Yves (1997), *L'État et le livre. Les politiques publiques du livre en France (1957-1993)*, Paris: L'Harmattan.

TAVEAUX, Karine (1999), « Réseau de bibliothèques de gare et du métropolitain, et messageries Hachette dans l'aire parisienne (1870-1914) », in Christian Delporte (éds), *Médias et villes (XVIII^e-XX^e siècle)*, Tours: Presses universitaires François-Rabelais, pp. 73-86.

TAVEAUX-GRANDPIERRE, Karine (2001a), « De la transformation de la presse en industrie culturelle par la diffusion », *Communication et langages*, n° 130, 4^e trimestre, pp. 86-99.

TAVEAUX-GRANDPIERRE, Karine (2001 b), « Quand les diffuseurs faisaient scandale : débat autour des bibliothèques de gare Hachette », in Christian Delporte *et al.*, *Presse à scandale, scandales de presse*, Paris : L'Harmattan.

TESNIÈRE, Valérie (2001), *Le Quadrige, 1860-1968 : un siècle d'édition universitaire*, Paris : PUF.

THOMPSON, John B. (2010), *Merchants of Culture. The Publishing Business in Twenty-first Century*, Cambridge : Polity.

WERDET, Edmond (1860), *De la librairie française : son passé, son présent, son avenir*, Paris : E. Dentu.

IV. ÉCONOMIES DE LA CULTURE ET CULTURE DE MASSE

ADORNO, Theodor et HORKHEIMER, Max (1983), *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, Paris : Gallimard (première édition, 1947).

BARBIER, Frédéric et BERTHO LAVENIR, Catherine (1996), *Histoire des médias : de Diderot à Internet*, Paris : Armand Colin.

BENHAMOU, Françoise (2011), *L'économie de la culture*, Paris : La Découverte (première édition, 1996).

BENHAMOU, Françoise (2002), *L'économie du Star System*, Paris : Odile Jacob.

BENJAMIN, Walter (1983), « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », in *Essais II*, Paris : Denoël-Gonthier (première édition, 1936).

BOURDIEU, Pierre (1977), « La production de la croyance », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 13, pp. 3-43.

BOURDIEU, Pierre et Delsaut, Yvette (1975), « Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 1, pp. 7-36.

BOURDIEU, Pierre (1971), « La marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, vol. 22, 3^e série, pp. 49-126.

CAVES, Richard E. (2000), *Creative Industries. Contract between Art and Commerce*, Cambridge/Londres : Harvard University Press.

CHARLE, Christophe (1992), «Le temps des hommes doubles», *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, t. 39, n° 1, pp. 73-85.

DUMAZEDIER, Joffre (1962), *Vers une civilisation du loisir?*, Paris : Seuil.

DURAND, Pascal (1999), «La «culture médiatique» au XIX^e siècle. Essai de définition-périodisation», *Quaderni*, n° 39, pp. 29-40.

EVENO, Patrick et MARSEILLE, Jacques (éds) (2002), *Histoire des industries culturelles en France. XIX^e-XX^e siècles*, Paris : ADHC.

KALIFA, Dominique (2006), «L'invention de la culture de masse», *Sciences humaines*, n° 170, p. 25.

KALIFA, Dominique (2001), *La culture de masse en France, 1860-1930*, Paris : La Découverte.

KALIFA, Dominique (1999), «L'ère de la culture-marchandise», *Revue d'histoire du XIX^e siècle*, n° 19, pp. 7-14.

HENNION, Antoine (1983), «Une sociologie de l'intermédiaire: le cas du directeur artistique de variétés», *Sociologie du travail*, vol. 25, n° 4, pp. 459-474.

HESMONDHALGH, David (2013), *The Cultural Industries, 3rd Edition*, Londres : Sage Publications (première édition, 2002).

HUET, Armel *et al.* (1978), *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

LALLEMENT, Jérôme (1993), «Essai de définition économique du livre», *Cahiers de l'économie du livre*, n° 9.

LANCASTER, Kelvin J. (1966), «A New Approach of Consumer Theory», *Journal of Political Economy*, 74/2, pp. 132-157.

MORIN, Edgar (1962), *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Grasset : Paris.

NEGUS, Keith (2002), «The Work of Cultural Intermediaries and the Enduring Distance between Production and Consumption», *Cultural studies*, n° 16/4, pp. 501-515.

PERONA, Mathieu (2003 – 2004), *Essai de mesure de l'élasticité-prix de la demande de livres et de disques en France, 1960-2003*,

Mémoire de DEA. En ligne: École d'économie de Paris, [<http://piketty.pse.ens.fr/files/DeaPerona2004.pdf>], consulté le 5 septembre 2019.

RAUCH, André (2002), «Les usages du temps libre», Jean-Pierre Rioux et Jean-François Sirinelli (éds), *La culture de masse en France, de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris: Fayard, pp. 352-409.

ROUEFF, Olivier (2013), «Les homologies structurales: une magie sociale sans magiciens? La place des intermédiaires dans la fabrique des valeurs», in Philippe Coulangeon et Philippe Duval (éds), *Trente ans après La Distinction de Pierre Bourdieu*, Paris: La Découverte, pp. 153-164.

SIGNORELLI, Amalia (1990), «La culture de masse n'est pas une uniformisation générale», *Le mouvement social*, n° 152, pp. 3-5.

THROSBY, David (2006), «Introduction and Overview», in Victor A. Ginsburgh et Throsby David (éds), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, vol. 1, Amsterdam: Elsevier-North Holland.

V. COMMERCE ET CONSOMMATION

ALLAIN, Marie-Laure et CHAMBOLLE, Claire (2003), *Économie de la distribution*, Paris: La Découverte.

BARREY, Sandrine (2006), «L'épreuve des collections dans la mise en marché des produits alimentaires. Le cas de la grande distribution», *Réseaux*, n° 135-136, pp. 193-219.

BENOU, Marc (2015), *Le commerce de détail suisse. Du colportage à l'e-commerce*, Lausanne: PPUR.

BERGHOFF, Hartmut et VOGEL, Jakob (éds) (2004), *Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels*, Francfort sur le Main: Campus Verlag.

BOWLBY, Rachel (2001), *Carried Away. The Invention of Modern Shopping*, New York: Columbia University Press.

BRÄNDLI, Sibylle (2000), *Der Supermarkt im Kopf. Konsumkultur und Wohlstand in der Schweiz nach 1945*, Vienne/Cologne/Weimar: Böhlau Verlag.

BRÄNDLI BLUMENBACH, Sibylle, SCHUMACHER, Beatrice et GUEX, Sébastien (2005), « Einzelhandel/Le commerce de détail », *Traverse*, n° 3, pp. 17-25.

CHADEAU, Emmanuel (1993), « Le commerce de détail: entreprises et "révolutions commerciales" », *Entreprises et histoire*, n° 4, pp. 5-11.

CHANEY, David (1996), « Le grand magasin comme forme culturelle », *Réseaux*, n° 80, vol. 14, pp. 81-96.

CHATRIOT, Alain et CHESSEL, Marie-Emmanuelle (2006), « L'histoire de la distribution: un chantier inachevé », *Histoire, économie et société*, 25^e année, n° 1, pp. 67-82.

CHATRIOT, Alain *et al.* (2004), *Au nom du consommateur: consommation et politique en Europe et aux États-Unis au XX^e siècle*, Paris: La Découverte.

CHAUVEAU, Sophie (2006), « Consommer en masse », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 91, « Regards sur la consommation de masse », pp. 3-7.

CHESSEL, Marie-Emmanuelle (2012), *Histoire de la consommation*, Paris: La Découverte.

CHESSEL, Marie-Emmanuelle (1998), *La publicité, naissance d'une profession, 1900-1940*, Paris: CNRS Éditions.

COCHOY, Franck (2011), « Le "calcul" économique du consommateur: ce qui s'échange autour d'un chariot », *L'Année sociologique*, vol. 61, pp. 71-101.

COCHOY, Franck (2008), « Parquer et marquer les produits, ou comment gérer le territoire du petit commerce (États-Unis, 1929-1959) », *Entreprises et histoire*, n° 53, décembre, pp. 34-53.

COCHOY, Franck (2006), « Prologue. Taille et détail: du vaillant petit tailleur à la distribution d'aujourd'hui », *Réseaux*, n° 135-136, pp. 19-31.

COCHOY, Franck (éd.) (2004), *La captation des publics. C'est pour mieux te séduire mon client...*, Toulouse: Presses universitaires du Mirail.

COHEN, Lizabeth (2004), *A Consumer's Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York: Random House.

- COQUERY, Natacha (éds) (2000), *La boutique et la ville. Commerces, commerçants, espaces et clientèles, XVI^e-XX^e siècle*, Tours : Publication de l'Université François Rabelais.
- CROSSICK, Geoffrey et JAUMAIN, Serge (1999), *Cathedrals of Consumption. The European Department Store 1850-1930*, Aldershot/Brookfield : Ashgate Press.
- DAUMAS, Jean-Claude (2006a), « Consommation de masse et grande distribution. Une révolution permanente (1957-2005) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, n° 91, pp. 57-76.
- DAUMAS, Jean-Claude (2006 b), « L'invention des usines à vendre. Carrefour et la révolution de l'hypermarché », *Réseaux*, n° 135-136, pp. 59-91.
- DU GAY, Paul (2006), « Le libre-service. La distribution, les courses et les personnes », *Réseaux*, n° 135-136, pp. 33-58.
- FAES, Maurice (1943), *Le commerce de détail en Suisse, son évolution, sa structure. L'aide au petit commerce en Suisse*, Lausanne : Imprimerie vaudoise.
- FRIDENSON, Patrick (2011), « Du commerce à la distribution », *Entreprise et histoire*, n° 64, pp. 5-10.
- GRANDCLÉMENT, Catherine (2011), « Le libre-service à ses origines : mettre au travail ou construire le consommateur ? » *Entreprises et histoire*, n° 64, pp. 64-75.
- GRANDCLÉMENT, Catherine (2008), *Vendre sans vendeurs : sociologie des dispositifs d'achalandage en supermarché*, Thèse de doctorat de l'École des mines de Paris. En ligne : [<https://halshs.archives-ouvertes.fr/pastel-00004905/document>], consulté le 5 septembre 2019.
- HERPIN, Nicolas (2001), *Sociologie de la consommation*, Paris : La Découverte.
- JAGGI, Yvette (1970), *Le phénomène de concentration dans le secteur de la distribution, en relation avec l'avènement de la société de consommation massive*, Lausanne : La Concorde.
- JAUMAIN, Serge (1995), *Les petits commerçants belges face à la modernité (1880-1914)*, Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles.
- JORNOD, Joël (2019), *La conquête des clients. Les magasins Gonset et la Suisse occidentale (1920-1960)*, Neuchâtel : Alphil.
- KRAFFT-POURRAT, Claire (1982), *Le colporteur et la mercière. Récit et enquête*, Paris : Denoël.

- LANCASTER, Bill (1995), *The Department Store. A Social History*, Londres/New York: Leicester University Press.
- LANGLOIS, Simon (2011), « Sociologie de la consommation », *L'Année sociologique*, vol. 61, pp. 9-19.
- LANGLOIS, Simon (2005), *Consommer en France*, Paris: L'Aube; Credoc.
- LANGLOIS, Simon (2002), « Nouvelles orientations en sociologie de la consommation », *L'Année sociologique*, vol. 52, pp. 83-103.
- LEYMONERIE, Claire (2006), « La vitrine d'appareils ménagers. Reflet des structures commerciales dans la France des années 1950 », *Réseaux*, n° 135-136, pp. 93-123.
- LICHTENSTEIN, Nelson et STRASSER, Susan (2009), *Wal-Mart. L'entreprise-monde*, Paris: Les prairies ordinaires.
- MAYER, Nonna (1986), *La boutique contre la gauche*, Paris: Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- MEULEAU, Marc (1993), « De la distribution au marketing (1880-1939). Une réponse à l'évolution du marché », *Entreprises et histoire*, n° 3, pp. 61-74.
- MILLER, Michael B. (1987), *Au bon marché 1869-1920. Le consommateur apprivoisé*, Paris: Armand Colin, (édition originale en anglais, 1981).
- MONOD, David (1996), *Store Wars. Shopkeepers and the Culture of Mass Marketing. 1890-1939*, Toronto: University of Toronto Press.
- ROCHE, Daniel (1997), *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation XVII^e-XIX^e siècle*, Paris: Fayard.
- STRASSER, Susan (1989), *Satisfaction Guaranteed. The Making of the American Mass Market*, Washington: Smithsonian Institution Press.
- STUART, Ewen (1983), *Consciences sous influence. Publicité et genèse de la société de consommation*, Paris: Aubier Montaigne (édition originale en anglais, 1977).
- TANNER, Jakob et STUDER, Brigitte (2012), « Konsum und Distribution », in Patrick Halbeisen *et al.*, *Wirtschaftsgeschichte der Schweiz im 20. Jahrhundert*, Bâle: Schwabe AG, pp. 637-702.
- TEIL, Geneviève (2005), « Faire acheter: le marketing de l'offre une technique de mise en marché sans configuration de la "demande" »,

Économie rurale, n° 286-287, pp. 8-27. En ligne: [<http://economierurale.revues.org/3153>], consulté le 5 septembre 2019.

THIVIERGE, Sylvie (1989), « Commerce et architecture », *Continuité*, n° 4, pp. 25-29. En ligne: [id.erudit.org/iderudit/18535ac], consulté le 5 septembre 2019.

ZANCARINI-FOURNEL, Michelle (1993), « À l'origine de la grande distribution, le succursalisme: Casino, Saint-Étienne, 1989-1948 », *Entreprises et histoire*, n° 4, pp. 27-40.

VI. ÉCONOMIE ET PROFESSIONS

BARJOT, Dominique (2003), « Conclusions », in Jean-Claude Daumas (éds), *Le capitalisme familial: logiques et trajectoires. Actes de la journée d'étude de Besançon 17 janvier 2002*, Besançon: Presses universitaires franc-comtoises, n° 22.

CALLON, Michel (2002), « Pour en finir avec les incertitudes? » *Sociologie du travail*, n° 44, dossier-débat « la qualité », pp. 255-287.

Callon, Michel, Maedel, Cécile et Rabeharisoa, Vololona (2000), « L'économie des singularités », *Politix*, vol. 13, n° 52, pp. 211-239.

CHAPOULIE, Jean-Michel (1973), « Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels », *Revue française de sociologie*, XIV-1, pp. 86-114.

CORTAT, Alain et OLIVIER, Jean-Marc (éds) (2014), *Le profit dans les PME, perspectives historiques, XIX^e-XX^e siècles*, Neuchâtel: Alphil.

DE BANDT, Jacques et GADREY, Jean (éds) (1994), *Relations de service, marchés de service*, Paris: CNRS.

DUBAR, Claude et TRIPIER, Pierre (1998), *Sociologie des professions*, Paris: Armand Colin.

GADREY, Jean (1994), « Les relations de service et l'analyse du travail des agents », *Sociologie du travail*, n° 3, pp. 381-389.

GADREY, Jean (2008), « Le bon, le beau et le grand: entre culture et marché, les singularités », *Revue française de sociologie*, « Regards croisés sur *L'économie des singularités* de Lucien Karpik », vol. 49, pp. 379-389.

GAUTIÉ, Jérôme (2008), « Peut-on faire l'économie des singularités ? » *Revue française de sociologie*, « Regards croisés sur *L'économie des singularités* de Lucien Karpik », vol. 49, pp. 391-406.

GINALSKI, Stéphanie (2015), *Du capitalisme familial au capitalisme financier? Le cas de l'industrie suisse des machines, de l'électronique et de la métallurgie au XX^e siècle*, Neuchâtel: Alphil.

GLINOER, Anthony (2010), « Vers une sociologie économique des singularités littéraires », *CONTEXTES*. En ligne: [<http://journals.openedition.org/contextes/4589>], consulté le 5 septembre 2019.

HATCHUEL, Armand (1995), « Les marchés à prescripteurs. Crises de l'échange et genèse sociale », in Annie Jacob et Hélène Vérin (éds), *L'inscription sociale du marché*, Paris: L'Harmattan, pp. 203-224.

HEILBRON, Johan (1986), « La "professionnalisation" comme concept sociologique et comme stratégie des sociologues », in *Historiens et sociologues d'aujourd'hui. Journées d'étude annuelles de la société française de sociologie Université de Lille 14-15 juin 1984*, Paris: CNRS, pp. 61-73.

KARPIK, Lucien (2008), « De l'existence et de la portée de l'économie des singularités », *Revue française de sociologie*, vol. 49, pp. 407-421.

KARPIK, Lucien (2007), *L'économie des singularités*, Paris: Gallimard.

KARPIK, Lucien (1995), *Les avocats. Entre l'État, le public et le marché, XIII^e-XX^e siècle*, Paris: Gallimard.

KARPIK Lucien, (1989), « L'économie de la qualité », *Revue française de sociologie*, vol. 30, pp. 187-210.

MAURICE, Marc (1972), « Propos sur la sociologie des professions », *Sociologie du travail*, XIV-2, pp. 213-225.

OLIVIER, Jean-Marc (2010), « Petites entreprises industrielles et développement économique de l'Europe occidentale (1780-1930) », in *Le grand livre de l'économie PME*, Gualino Lextenso Éditions. En ligne: [<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00973978/document>], consulté le 5 septembre 2019.

TISSOT, Laurent (2007), « Entreprises, cheminements technologiques et innovation », *Revue économique*, vol. 58, pp. 113-130.

INDEX DES NOMS PROPRES

A

Abravanel Ernest 144
Albis Fernand 41
Alleg Henri 236
Allenspach
 Jean 143
 Paul 66-67
Amiet Cuno 143
Amiguet André 226-227
Andersen
 Hans Christian 57
 Louise 90
Angoulvent Paul 243
Anouilh Jean 220
Artar Edmond 119

B

Barbier Frédéric 10-11, 18-19,
 103, 133, 248
Barjot Dominique 33
Baudelaire Charles 57
Beauvoir Simone de 234
Beckett Samuel 234
Benda B. 142, 145, 147
Benhamou Françoise 21-23
Berghoff Hartmut 126
Bernanos Georges 220

Bevilacqua Willy 144
Biedermann Jean 142-143
Bielawski Mosa 83, 195
Bille
 Corinna 96
 Edmond 45
Blanc Samuel 36, 38
Blier Bernard 220
Bloch Félix 145, 183
Boiteau Marie-Fernande
 97-99, 101, 113
Bonnard Charles
 141-143, 145, 147
Borel Maurice
 44, 46, 60-61, 327
Born E. 84
Botrel Jean-François 19
Bourquin Jacques 91
Bovy Adrien 63
Bridel
 Auguste 144
 Georges-Victor 35-36
 Georges-Antoine
 35, 49, 66-67
 Maurice 144
Brocher Gustave 143
Burckhardt Carl Jacob 301
Butor Michel 234

C

Caille B. 143
 Camus Albert 234
 Caves Richard E. 21-22
 Cervantes Miguel de 57
 Chabault Vincent
 15, 19, 324-325
 Chadeau Emmanuel 58
 Chappaz Maurice 96
 Chartier Anne-Marie 170
 Chavannes Ernest 36
 Chessex Jacques 96
 Cingria Alexandre 63, 143
 Cingria Charles-Albert 63
 Clemenceau Georges 56
 Cochoy Franck 127, 197-198,
 206, 212, 310
 Corbaz Jules-P. 66
 Cortat Alain 33, 251
 Curchod François 143

D

Damisch Hubert 175-177
 Dardel Paul 36
 Daulte Henri 144
 Daumas Jean-Claude 198
 Decrey Robert 81-82, 86-87,
 179, 184, 191, 231, 252,
 303, 307-308, 329
 Delachaux Paul 252, 303
 Delafontaine Auguste 36
 Descoullayes Paul 68
 Droz, M^{me} (veuve Zahn) 70-71
 Druon Maurice 234
 Ducloux Marc-Auguste
 35-36, 147
 Dumazedier Joffre 76, 175
 Dupasquier Mathilde 289
 Dupuis Louis 36

Duras Marguerite 234
 Durrell Lawrence 234
 Duvoisin Auguste 142, 144

E

Eggimann
 Auguste 63
 Charles 59, 62-64
 Egloff Walter 162
 Escarpit Robert 243, 313
 Eveno Patrick 17

F

Febvre Lucien 10, 16
 Feissly Paul 252
 Fellini Federico 220
 Fierro Alfred 18
 Filipacchi Henri 174
 Forestier Jean 192-193
 Frankfurter Edwin 142-143
 Freud Sigmund 99, 114
 Freudweiler-Spiro Robert
 142, 145
 Frey Pierre 51-52
 Frochoux Claude 142, 294

G

Gadrey Jean 310
 Gaillard R. 110
 Gaillard-Pousaz Félix 39
 Gallimard Antoine 8
 Geisendorf-des Gouttes
 Théophile 227
 Gelin Daniel 220
 Gerlach Markus 266
 Giacometti Giovanni 143
 Gigon Fernand 101
 Glinoyer Anthony 24

Gonin famille 142, 144
 Grander Claude-Olivier 293
 Grandjean Frédéric 132
 Grasset Bernard 104, 225
 Grousset René 99
 Guinand Charles 70-71

H

Hachette Louis 38
 Hassenforder Jean 175
 Hauser Hermann 27, 81, 108,
 213, 242, 252
 Hebmann Marc 41, 43, 45, 327
 Hébrard Jean 170
 Held Albert 52
 Hémon Louis 225
 Hennion Antoine 24
 Hermanjat Abraham 143
 Hirschen Jean 116-117
 Hirzel Eugène 282
 Horellou-Lafarge Chantal 127
 Hugo Victor 57
 Hutter Jean 81, 86-87, 96, 329

I

Imer-Cuno Arthur 35-39
 Isoz Francis 51

J

Jaccard Louis 189
 Jaccottet Philippe 96
 Jacot-Guillermod M^{me}
 [prénom inconnu] 60
 Jaggi Yvette 78-79, 254
 Jalard Michel-Claude 176
 Jeanneret Charles Edouard
 (Le Corbusier) 53

Jeheber [Jean Horace] 252
 Jullien Alexandre
 142, 227, 230-231, 252,
 254-255, 259, 281-283,
 298, 303
 Junod Raymond 191

K

Kaeser Henri 143
 Kalifa Dominique
 11-12, 14, 177
 Kamm Thérèse 43
 Karpik Lucien 20-21,
 23-24, 126
 Kellenberger Sonja 19
 Kercoff Irène 142
 Kessel Joseph 234
 Kraehenbuhl G. H. 163, 182

L

Lador Willy 282
 Lammens Jean
 75, 86, 98-99, 113
 Lamunière
 Famille 67, 120-121, 322
 Jacques 66-68, 91, 328
 Marc 118
 Langel René 313
 Lapie Armand 140-143
 Larthe Basil 230
 Laverrière Alphonse 51-53
 Lebec Jean-Marie 323
 Lebet Daniel 36, 38
 Leblanc Frédérique 13, 18-19
 Legendre Bertrand 167-168, 174
 L'Eplattenier Charles 53
 Lesser Richard 60

Leuba M^{me} [prénom inconnu]
 59, 162
 Lévy Alice 44
 Longchamp
 François 295
 Frédéric-Charles 143
 Henri 252
 Lyons Martyn 18-19, 130, 133

M

Mack Edouard 142, 145
 Magnenat F. 252
 Malaurie Jean 99-100
 Malingue Maurice 308-309
 Malye Jean 125
 Marais Jean 220
 Marguerat Jean 144
 Marseille Jacques 17
 Martin Henri-Jean 10, 16, 242
 Matile J. 252
 Masina Giulietta 220
 Mazaud Jean-Philippe 19, 84
 Mendel Gérard 101
 Mercanton François
 145, 252, 298
 Merle J. 132
 Mettra Claude 101
 Miller
 Henry 234
 Laura J. 19
 Milleret Jacques 62
 Mollier Jean-Yves 11, 13-14,
 16, 18, 31, 38, 241, 248
 Monnier
 Claude 60-61
 Philippe 56, 61
 Monod Eugène 51
 Mühlethaler J. 108-109, 276
 Muth Ludwig 313

N

Nat Daniel 99-100
 Nicole Jean-Claude 121, 322
 Noir François et Georges 35

O

Oguey Pierre 189
 Olivier
 Jean-Marc 28, 32-33
 Juste 35
 Ollendorf Michel 210

P

Pagnier Aurélie 127
 Pahud Willy 85
 Panchaud François 36
 Pareto Vilfredo 43
 Parinet Elisabeth 13-14, 58, 266
 Patru Charles 68, 328
 Payot
 Auguste 44
 Édouard 48, 81, 86
 Fritz 31-32, 35-41, 333
 Fritz (junior) 65, 333
 Gustave 32, 43-48, 51-57,
 60, 97-98, 327, 329, 333
 Henri 43, 48, 333
 Jean-Marc 85-87, 97, 106,
 121, 200, 295, 322,
 329-330, 333
 Jean-Pierre 35, 60, 62, 70-71,
 73-75, 78, 80, 82, 84-90,
 107, 111-113, 116-117,
 121, 160, 162, 170-173,
 177, 182, 184, 187, 194-195,
 200, 207, 213, 216, 229-231,
 244, 252-253, 260, 295, 298,
 303, 328-330, 333

Marc 74-75, 80, 86, 91,
 98-99, 101-102, 113-115,
 117, 120-121, 328-330, 333
 Samuel 31-32, 35, 43-53,
 57-75, 83-84, 89-91, 119,
 121, 162,-163, 182, 199,
 252, 258, 282, 285-286, 289,
 291, 318-319, 328-329, 333
 Suzanne 44
 Valérie 41, 44, 333
 Perret David 145
 Perrier Anne 96
 Perrot Henri de 86
 Peter Daniel 45
 Petrucci Armando 167, 234
 Pfefferlé P. 260
 Pidoux
 Edmond 97
 Lise 97
 Pidoux-Payot Jean-Luc 97
 Pingaud Bernard 176
 Polla Louis 147
 Porchet Vincent 145, 184

R

Racine
 Jean 138
 Jean-Marie 295
 Raffin Fabrice 19
 Ramuz Charles Ferdinand
 45, 63, 220
 Regamey Albert 49-50, 81,
 86-87, 106-107, 179, 231, 329
 Reich Philipp Erasmus 10
 Reymond Eugène 298
 Rilke Rainer Maria 301
 Robert Steven-Paul 143
 Robine Nicole 243
 Rochat Pierre 282

Rod Edouard 56
 Roemer Pierre 115
 Roorda van Eysinga Henri 140
 Roth Fritz 144
 Roueff Olivier 24-25
 Rouet François 15, 21, 23, 27,
 76, 103-105, 156, 158, 174,
 237, 268, 322.
 Rouge François 36, 141-142
 Rouiller Jacques 112-114
 Roussy Théodore 141-142
 Rubattel Rodolphe 282
 Ruckstuhl Paul 94, 173
 Russell Bertrand 99

S

Sagan Françoise 225
 Salina J. 252
 Sanders F. D. 267
 Sartre Jean-Paul 234
 Saxer Ulrich 313
 Schaefer [prénom inconnu] 80
 Schaffner Hans 200
 Schlesinger Émile 60
 Schürmann Léo 265
 Schweitzer Albert 99
 Secrétan Charles 35
 Ségalat Roger Jean 144
 Smith William Henry 13
 Sorel Patricia 18, 249
 Staub Famille 132
 Swift Jonathan 57

T

Tarin William 142
 Thompson John B. 25
 Tissot-Balmer Georges
 41, 44, 327

V

Vandenberghe Pascal 323
Valotton François 7, 18, 26,
28, 32, 37-40, 45-47, 56-57,
70, 72, 92, 131, 133, 139,
146, 173, 236, 248-250, 324
Vinet Alexandre 35
Viollier Jean 143
Viret-Genton Charles 66
Vogel Jakob 126
Vuille Robert 231
Vuillemin Louis 35

W

Will Edouard 100-101
Winnicott Donald 101

Z

Zachmann Fritz 187
Zahn Frédéric 70

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	7
La librairie, un terme équivoque	9
La librairie n'est plus une édition	9
Le libraire n'est pas un « vendeur de livres »	12
La librairie n'est plus un magasin élitaire	14
Un objet qui conjugue l'économique et le culturel	16
La librairie comme intermédiaire	20
Structure, chronologie et matière documentaire	26
PARTIE I. HISTOIRE DE L'ENTREPRISE PAYOT	29
1. LA PREMIÈRE GÉNÉRATION:	
LE POIDS DE L'ÉDITION (1877-1906)	35
Généalogie de la Librairie Payot avant sa reprise par Fritz Payot	36
2. LA DEUXIÈME GÉNÉRATION:	
ACCROISSEMENT ET DIVERSIFICATION (1906-1953)	43
Évolution structurelle de la maison Payot	44
Développement des activités existantes:	
la librairie et l'édition	51
Le modernisme architectural: l'immeuble de Bourg.	51
Les Éditions Payot	54
Intégration horizontale: le succursalisme	58
Une politique de rachat	59
Comprimer les coûts: la centrale d'achat	65
Lousonna: début du tandem Payot-Lamunière	66
Les débuts de Lousonna	66
Un rachat semé d'embûches: le réseau des kiosques de gare ..	69

3. LES TROISIÈME ET QUATRIÈME GÉNÉRATIONS:

LE POIDS DE L'AVAL (1953-1986)	75
Évolution structurelle de la maison Payot:	
l'envolée de la librairie.	76
La restructuration organisationnelle	79
Division sectorielle	79
Nomination des cadres	81
Promotion des gérants et ouverture de l'actionnariat	84
Ancrage dans la tradition: le paternalisme	87
Les éditions	91
Les Éditions Payot-Lausanne	91
Les Éditions Payot-Paris:	
un nouveau rapprochement avec Payot-Lausanne	97
La diffusion	102
L'institutionnalisation de la diffusion/distribution	103
Les « représentants-dépositaires »	105
Trois associations professionnelles distinctes	109
La Société française du livre (SFL)	111
La diffusion Payot	114
Lousonna: vers un capitalisme financier	117

PARTIE II. TRANSFORMATIONS DU MODÈLE DE LIBRAIRIE 123**1. PANORAMA DES COMMERCE DU LIVRE**

DANS LE CANTON DE VAUD ET À LAUSANNE (1880-1980)	129
Localisation des librairies	
dans le canton de Vaud (1880-1980)	130
La librairie lausannoise	138
Profil de la librairie urbaine	139
Spécialisations des librairies lausannoises	142
Localisation des librairies en ville de Lausanne	146

2. L'IMPLANTATION URBAINE DES LIBRAIRIES PAYOT 151

Comparaison des magasins Payot	151
Stratégies de développement des magasins	159

3. LA LIBRAIRIE DÉCOMPLEXÉE 167

Pouvoir tout vendre.	168
Expo 64: le livre, vecteur de culture et/ou de communication? ..	171
Du poche plein les rayons.	174

4. LES SPÉCIALISATIONS DE LA LIBRAIRIE PAYOT	181
Payot, « librairie de l'université » ?	182
Le marché scolaire	187
Un public spécifique :	
les organisations internationales	193
5. LES DISPOSITIFS DE VENTE	197
Des murs inextensibles	199
La « présence-absence » : le libre-service	201
Sérialiser l'offre : le classement thématique	208
Palais de bois ou de métal ?	212
6. LES MÉTHODES PUBLICITAIRES	225
L'idée du livre et de la librairie	225
Les catalogues	229
Diversification des publics	229
Le catalogue 1960	232
La publicité ciblée	236
PARTIE III. LE MÉTIER DE LIBRAIRE	239
1. L'ORGANISATION DE LA BRANCHE	247
L'association patronale (SLESR)	248
Le contrôle d'accès au métier	253
Le profil des commerces	258
Le prix conseillé : une réglementation qualitative ?	264
Première déréglémentation du prix du livre	270
2. LES PRESTATIONS SOCIALES	279
La corporation des employé·e·s (ACRPLE)	280
Les conditions salariales	283
La durée de travail	287
Le syndicat des employé·e·s (SREL) :	
vers une conscience militante	293
3. LA FORMATION PROFESSIONNELLE	297
4. AU CŒUR DU MÉTIER : LES RELATIONS DE SERVICE	307
CONCLUSION	317

CHRONOLOGIE DES ACTIVITÉS DE PAYOT	327
LISTE DES PRINCIPALES ABRÉVIATIONS	331
ANNEXES	333
INDEX DES TABLEAUX, DES CARTES ET DES ORGANIGRAMMES	341
INDEX DES ILLUSTRATIONS	343
SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE	345
INDEX DES NOMS PROPRES	371

AUX ÉDITIONS ANTIPODES

CATALOGUE COMPLET SUR WWW.ANTIPODES.CH

GRHIC

Florence Bays et Carine Corajoud, *Edmond Gilliard et la vie culturelle romande. Portrait de groupe avec maître (1920-1960)*, 2010.

Alain Clavien, *Grandeurs et misères de la presse politique. Le match Gazette de Lausanne – Journal de Genève*, 2010.

Alain Clavien, Claude Hauser et François Vallotton, *Théâtre et scènes politiques. Histoire du spectacle en Suisse et en France aux XIX^e et XX^e siècles*, 2014.

Alain Clavien et François Vallotton, « *Devant le verre d'eau.* » *Regards croisés sur la conférence comme vecteur de la vie intellectuelle (1880-1950)*, 2007.

Alain Clavien et Nelly Valsangiomo, *Les intellectuels antifascistes dans la Suisse de l'entre-deux-guerres*, 2006.

Alain Clavien et Nelly Valsangiomo, *Politique, culture et radio dans le monde francophone*, 2018.

Alexandre Elsig, *Les shrapnels du mensonge. La Suisse face à la propagande allemande de la Grande Guerre*, 2016.

Franziska Metzger et François Vallotton, *L'historien, l'historienne dans la cité*, 2009.

Stéphanie Roulin, *Un credo anticommuniste. La Commission Pro Deo de l'Entente internationale anticommuniste ou la dimension religieuse d'un combat politique (1924-1945)*, 2010.

REVUE HISTORIQUE VAUDOISE

Livres et lecteurs en terre vaudoise: une histoire à écrire, N° 120, 2012.

HISTOIRE

Korine Amacher, Éric Aunoble et Andrii Portnov, *Histoire partagée, mémoires divisées. Ukraine, Russie, Pologne*, 2021.

Alain Clavien, Hervé Gullotti et Pierre Marti, « *La province n'est plus la province.* » *Les relations culturelles franco-suissees à l'épreuve de la Seconde Guerre mondiale (1935-1950)*, 2003.

Jacqueline Heinen... et 110 autres,
1968... des années d'espoirs,
2018.

André Hostenstein, Marianne
Enckell et Diane Gilliard (trad.),
*Au cœur de l'Europe. Une histoire
de la Suisse entre ouverture et repli*,
2018.

Sarah Kiani, *De la révolution
féministe à la Constitution.
Mouvement des femmes et égalité
des sexes en Suisse (1975-1995)*,
2019.

Pascal Roman et Sisvan Nigolian,
*Sauver les enfants, sauver l'Arménie.
La contribution du pasteur Anthony
Kraffi-Bonnard (1919-1945)*,
2020.

HISTOIRE MODERNE

Michael Bruening, *Le premier
champ de bataille du calvinisme.
Conflits et Réforme dans le canton
de Vaud (1528-1559)*, 2011.

Karine Crousaz, *Érasme
et le pouvoir de l'imprimerie*,
2005.

HISTOIRE.CH

Alain Clavien, *La presse romande*,
2017.

Thomas David, Bouda Etemad,
Janick Marina Schaufelbuehl,
La Suisse et l'esclavage des Noirs,
2005.

Damir Skenderovic et Christina
Späti, *Les années 68*, 2012.

MÉDIAS ET HISTOIRE

Gianni Haver (dir.), *Photo de
presse. Usages et pratiques*, 2009.

UNIVERS VISUELS

Gianni Haver, Jean-François Fayet,
Valérie Gorin et Emilia Koustova,
*Le spectacle de la Révolution.
La culture visuelle des
commémorations d'Octobre*, 2017.

HISTOIRE

ET SOCIÉTÉ CONTEMPORAINES

Hadrien Buclin, *Les intellectuels
de gauche. Critique et consensus
dans la Suisse d'après-guerre
(1945-1968)*, 2019.

REGARDS ANTHROPOLOGIQUES

Giada de Coulon, *L'illégalité
régulière. Ethnographie du régime
de l'aide d'urgence en Suisse*, 2019.

Sabine Masson, *Pour une critique
féministe décoloniale. Réflexions
à partir de mon engagement
avec des luttes indigènes au Mexique
et au Honduras*, 2016.

Alexandre Pillonel, Marc-Antoine
et al., *La mort appréciée. L'assistance
au suicide en Suisse*, 2021.

LE LIVRE POLITIQUE - CRAPUL

David Pichonnaz, *Devenirs
policiers. Une socialisation
professionnelle en contrastes*, 2017.

LITTÉRATURE, CULTURE, SOCIÉTÉ

Vincent Capt, Sarah Lombardi et Jérôme Meizoz, *L'Art Brut. Actualités et enjeux critiques*, 2017.

EXISTENCES ET SOCIÉTÉ

Yohan Ariffin et Anne Bielman Sánchez (dir.), *Qu'est-ce que la guerre?*, 2012.

Roland J. Campiche et Afi Sika Kuzeawu, *Adultes aînés: les oubliés de la formation*, 2014.

Pauline Delage, Marylène Lieber et Marta Roca i Escoda, *Contrer les violences dans le couple. Émergence et reconfigurations d'un problème public*, 2020.

Alexandre Dubuis, *Grands brûlés de la face. épreuves et luttes pour la reconnaissance*, 2014.

Jacques Ehrenfreund et Pierre Gisel (dir.), *Religieux, société civile, politique. Enjeux et débats historiques et contemporains*, 2012.

Arnaud Frauenfelder, Christophe Delay et Laure Scalabrini, « Joindre l'utile à l'agréable ». *Jardin familial et modes de vie populaires*, 2015.

Gilles Labarthe, *Mener l'enquête. Arts de faire, stratégies et tactiques d'investigation de journalistes*, 2020.

Eva Marzi, *Credo*, 2020.

Marion Repetti, *Les bonnes figures de la vieillesse. Regard rétrospectif sur la politique de la vieillesse en Suisse*, 2018.

Marc Perrenoud et Pierre Bataille, *Vivre de la musique? Enquête sur les musicien-ne-s et leurs carrières en Suisse romande (2012-2016)*, 2019.

Jean-Pierre Tabin, Arnaud Frauenfelder, Carola Togni, Véréna Keller, *Temps d'assistance. Le gouvernement des pauvres en Suisse romande depuis la fin du XIX^e siècle*, 2010 (2008).

ACTUALITÉS PSYCHOLOGIQUES

Christian Staerklé et Fabrizio Butera, *Conflits constructifs, conflits destructifs. Regards psychosociaux*, 2017.

TRAJECTOIRES [BD]

100 femmes qui ont fait Lausanne, 2021.

Éric Burnand et Fanny Vaucher, *Le siècle d'Emma. Une famille suisse dans les turbulences du XX^e siècle*, 2019.

Yann Karlen et Stefano Boroni, *Capitão*, 2019.

LITTÉRATURE

Raphaël Baroni, *Les villes englouties*, 2011.

Impression
La Vallée – Aoste
Août 2021

LA LIBRAIRIE, UN UNIVERS EN MUTATION **HISTOIRE DE LA LIBRAIRIE PAYOT (1877-1986)**

Dès le XIX^e siècle, la librairie connaît d'importantes mutations. Elle se spécialise dans le seul domaine de la vente et atteint un public toujours plus nombreux et diversifié. Dans ce nouveau contexte, comment la librairie réussit-elle à trouver un équilibre entre son héritage culturel et les nouvelles perspectives commerciales qui s'offrent à elle ?

À travers le cas exemplaire de l'entreprise familiale Payot (1877-1986), cet ouvrage dessine les transformations de la librairie sur le plan du développement économique, des pratiques de vente et de l'identité du métier de libraire. Il retrace l'histoire de cette prestigieuse institution lausannoise et contribue à comprendre la construction du modèle actuel de la librairie, en pointant notamment son rôle central d'intermédiaire dans le rapport entre le livre et son public.

Carine Corajoud est historienne de la culture, lauréate du Prix de la Ville de Lausanne en 2017 pour son doctorat sur la Librairie Payot. Elle est également enseignante et dramaturge.

ISBN 978-2-88901-174-2



9 782889 011742