

LE LECTEUR FRANCOPHONE AU CANADA

À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

Christian Poirier, Sylvain Martet,

Eveline Favretti et Coline Sénéac

INRS

Université d'avant-garde

Centre - Urbanisation Culture Société

urbaines et rurales et les quartiers sont
1981-1990
sont développées, assurant la vitalité
partenance et d'intégration sociale

1961-1970

1946-1960

Avant 1946

15 à 17 ans

18 à 19 ans

20 à 24 ans

25 à 29 ans

30 à 34 ans

35 à 39 ans

40 à 44 ans

45 à 49 ans

50 à 54 ans

55 à 59 ans

60 à 64 ans

65 et plus ans

les transactions sociales par lesquels les
ans l'espace urbanisé, en un mot, sur l'ensemble de
vidus produisent du lien social et les sociétés prer

LE LECTEUR FRANCOPHONE AU CANADA

À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

Christian Poirier, Sylvain Martet,

Eveline Favretti et Coline Sénac



Institut national de la recherche scientifique
Centre – Urbanisation Culture Société

Montréal

Novembre 2016

Responsabilité scientifique et rédaction :

Christian Poirier :

Christian.Poirier@inrs.ca

Assistants de recherche et rédaction :

Sylvain Martet
Éveline Favretti
Coline Sénac

Assistance à la révision :

Véronique Milius

Diffusion

Institut national de la recherche scientifique
Urbanisation Culture Société
385, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2X 1E3
Téléphone : (514) 499-4000
www.ucs.inrs.ca

Association nationale des éditeurs de livres
2514, boulevard Rosemont
Montréal (Québec) H1Y 1K4
Téléphone : (514) 273-8130
www.anel.qc.ca

ISBN 978-2-89575-364-3

Dépôt légal : - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, novembre 2016

- Bibliothèque et Archives Canada

© Tous droits réservés

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE EXECUTIF	1
INTRODUCTION	5
CHAPITRE 1 DEVIS DE RECHERCHE	9
1. Revue de la littérature.....	11
2. Synthèse documentaire	16
3. Cadre méthodologique.....	24
4. Caractéristiques globales de l'échantillon rencontré.....	27
CHAPITRE 2 LECTEURS ET PRATIQUES DE LECTURE.....	31
1. Aspects relationnels.....	33
2. Habitudes de lecture	36
3. Intérêt et incitations	38
4. Contenus	42
CHAPITRE 3 LECTEURS ET LIVRES AU FORMAT PAPIER	45
1. La praticité.....	47
2. L'opportunité.....	51
3. Conditions et facteurs de découverte et de passion.....	54
4. Le choix éthique	59
5. Autres motivations importantes.....	62
CHAPITRE 4 LECTEURS ET LIVRES AU FORMAT NUMÉRIQUE	65
1. Des préférences en construction.....	67
2. La praticité.....	68
3. Prix et gratuité	69
4. Entre papier et numérique	71
5. Diverses expériences de lecture.....	72
CONCLUSION.....	77
BIBLIOGRAPHIE.....	87
Bibliographie générale	88
Bibliographie des cas analysés.....	93
Pistes bibliographiques complémentaires	95
ANNEXES	101
A. Questionnaires	102
B. Courriel d'invitation	107
C. Lettre d'information.....	108
D. Présentation du projet de recherche et du consentement pour les coups de sonde « éclairs »	110
E. Formulaire de consentement	111
F. Protocole de confidentialité	113

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1	Mots-clés.....	12
Tableau 2	Bases de données et sites Web.....	12
Tableau 3	Synthèse documentaire	16
Tableau 4	Typologie des espaces culturels régionaux (Harvey et Fortin, 1995).....	25
Tableau 5	Régions couvertes	27
Tableau 6	Entretiens semi-dirigés selon le groupe d'âge et le type de région (n).....	28
Tableau 7	Coups de sondes « éclairs » selon le groupe d'âge et le type de région (n)	28
Tableau 8	Entretiens et coups de sondes « éclairs » selon le groupe d'âge et le type de région (n) ..	29

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Lecteurs et pratiques de lecture

Il existerait une grande diversité dans ce que représentent les livres et la lecture dans le quotidien des répondants. Le livre est un outil de savoir, de détente, de loisirs, de culture, et l'attachement peut prendre la forme d'un passe-temps ou d'un aspect essentiel pour la personne. On retrouve cette diversité dans les contenus plébiscités, très divers, particulièrement chez les plus jeunes.

Les habitudes de lecture sont liées aux temps de vie : études, temps libres, retraite, vacances... L'étude permet de mettre en lumière un groupe de très grands lecteurs en plus des lecteurs occasionnels, réguliers et assidus.

L'enfance et l'adolescence sont des temps clés dans le développement de l'intérêt pour la lecture et le livre. La famille et l'école sont les deux éléments majeurs associés à cet intérêt. Une fois adulte, les incitations à la découverte littéraire sont nombreuses : entourage, médias, environnements numériques, conseils de professionnels et critiques, par exemple.

Lecteurs et livres au format papier

La praticité constitue un élément essentiel dans le choix du lieu d'achat ou d'emprunt. Cette dimension fait pratiquement l'unanimité en ce qui concerne la proximité du lieu ainsi que l'offre en inventaire.

La possibilité de trouver autre chose que du livre au sein d'un lieu (librairie, bibliothèque...) est favorisée par une petite partie des répondants, tout comme l'achat en ligne et sa livraison à la maison.

Le prix représente un incitatif majeur, tant pour le neuf, l'usagé, l'achat en ligne ou l'achat hors ligne. En général, les meilleurs prix sont repérés au sein des grandes surfaces, en ligne et en usagé. Les bibliothèques sont également soulignées pour des raisons de coût.

Peu de répondants planifient totalement l'achat de livres, lequel dépend très largement du contexte, des envies du moment et des opportunités tant dans les titres disponibles que dans les prix pratiqués.

La qualité de la sélection opérée par le lieu de vente ou de prêt est un élément majeur de la fréquentation tout autant que du désintérêt. Les conseils des libraires et des bibliothécaires sont importants pour la majorité des lecteurs réguliers et très assidus. D'autres semblent cependant préférer utiliser l'environnement numérique pour y chercher eux-mêmes des informations.

Des motifs éthiques ou moraux peuvent expliquer la fréquentation ou le refus de fréquentation de certains lieux de vente. Ces principes sont parfois contournés, souvent lorsque l'aspect pratique ou le prix interviennent. On repère globalement un assemblage de plusieurs éléments expliquant le choix de fréquentation.

On repère d'autres motivations, plus marginales mais tout de même importantes dans la complexité des relations entre lecteurs, livres et lieux d'achat ou d'emprunt. Les achats et emprunts s'insèrent parfois dans des stratégies complexes et très diverses, les lecteurs mobilisant plusieurs ressources, conseils, informations afin de développer leurs connaissances et leur parcours de lecteurs.

Il n'y a pas de consensus concernant le format préféré des lecteurs.

Lecteurs et livres au format numérique

L'âge a une importance dans l'intérêt pour le livre numérique.

La praticité est l'argument le plus souvent mobilisé, tant pour l'acquisition que la lecture.

Le prix est un élément très discuté. Parfois jugé trop élevé, une partie des lecteurs recherche les livres gratuits, soit libres de droits, soit téléchargés ou récupérés par l'entourage.

Papier et numérique

La majorité des justifications concernant la préférence pour le livre papier relève du domaine sensoriel : toucher, odeur, vision de l'objet. La plupart ne justifient pas la préférence pour le papier mais soulignent qu'il s'agit là de leur format historique, du moins dans leur parcours de lecteur.

Les répondants connaissant les deux supports soulignent que l'expérience de lecture est différente : le numérique relève davantage du pratique alors que le papier en appelle au sensoriel.

S'il y a un intérêt pour les livres numériques, c'est principalement les éléments techniques (liseuses, etc.) qui questionnent les lecteurs.

INTRODUCTION

Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique propose une recherche menée auprès de la population francophone du Canada, principalement au Québec, dont l'objectif est de mieux comprendre les habitudes de lecture et de consommation de livres. Il s'agit d'une des premières recherches de cette nature. De façon plus spécifique, l'étude entend appréhender les habitudes de lecture et de consommation sous l'angle des motivations des individus et, à ce titre, constitue un complément qualitatif à l'*Enquête sur les pratiques culturelles au Québec* (ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2009). Cette dernière enquête quinquennale questionne la population concernant les habitudes de lecture en dehors des obligations professionnelles et scolaires. Les éléments suivants y sont étudiés :

- Fréquence de la lecture des livres au format papier ;
- Fréquence de la lecture des livres au format numérique
 - Support de lecture des livres au format numérique ;
- Raisons pour ne pas lire ;
- Genres de livres lus ;
- Langue de lecture ;
- Nombre de livres lus au cours des 12 derniers mois ;
- Nombre de livres d'auteurs québécois lus au cours des 12 derniers mois ;
- Façon de se procurer des livres
 - Lieu d'achat des livres au format papier
 - Lieu d'achat des livres au format numérique ;
- Raisons qui motivent l'achat de livres ;
- Fréquence de la lecture faite aux enfants.

Au-delà de la fréquence des comportements des lecteurs selon les profils sociodémographiques usuels, la présente recherche s'attarde plutôt à mieux comprendre les motivations qui sous-tendent les comportements des lecteurs par le biais d'une démarche qualitative. Pour ce faire, onze objectifs principaux structurent le projet :

- Les raisons qui motivent les lecteurs francophones à lire des livres au format papier et/ou des livres au format numérique ;

- Les raisons qui motivent les lecteurs à choisir un/des format(s) papier(s) spécifique(s) (édition originale vs format poche) et/ou un/des support(s) de lecture de livres au format numérique spécifique(s) ;
- Ce qui motive les lecteurs à lire les genres de livres qu'ils lisent (différentes motivations pour différents genres ?) ;
- Ce qui empêche les lecteurs de lire davantage de livres ;
- Les raisons pour lesquelles les lecteurs préfèrent lire des œuvres québécoises (ou non) ;
- Ce qui motive les lecteurs à acheter un livre plutôt qu'à l'emprunter, et vice versa, et les éventuelles variations selon le genre ou le format de livre ;
- Les raisons qui motivent les lecteurs à acheter un livre au format papier en magasin (pignon sur rue) et/ou en ligne ;
- Les raisons qui motivent les lecteurs à acheter un livre au format papier dans un ou des magasins spécifiques et/ou sur une ou des plateforme(s) en ligne spécifique(s) ;
- Les raisons qui motivent les lecteurs à acheter un livre au format numérique sur une ou des plateforme(s) spécifiques ;
- Ce qui influence les lecteurs dans la décision d'acheter un livre ;
- Les modes, lieux et modalités d'approvisionnement en livres.

Quatre chapitres composent ce rapport. Le premier expose le devis de recherche, la revue de la littérature effectuée ainsi que le cadre méthodologique développé. Les trois chapitres suivants présentent les résultats de l'étude. Le chapitre 2 aborde de façon générale les lecteurs et les pratiques de lecture, tandis que les chapitres 3 et 4 traitent plus spécifiquement, et respectivement, des lecteurs et du livre au format papier et au format numérique. Une conclusion synthétise les principaux résultats tout en suggérant de futures pistes de recherche. Une bibliographie complète l'ensemble, de même que des annexes de nature méthodologique.

CHAPITRE 1

DEVIS DE RECHERCHE

Ce chapitre présente le devis de recherche élaboré pour ce projet de recherche. Il expose la revue de la littérature réalisée, une synthèse des méthodologies identifiées et des questionnaires présents dans les études de cas analysées, ainsi que le cadre méthodologique privilégié pour l'étude.

1. Revue de la littérature

Une démarche qualitative a été privilégiée dans le cadre de cette recherche. Le devis méthodologique ainsi que le questionnaire d'enquête sont principalement développés à partir des objectifs de la recherche. Il nous apparaît cependant nécessaire, au préalable, d'effectuer une revue de la littérature portant sur des travaux et recherches ayant abordé une thématique similaire ou apparentée et qui ont mobilisé une méthodologie qualitative ou une combinaison de qualitatif et de quantitatif. La revue a été réalisée entre le 1^{er} novembre 2014 et le 31 janvier 2015. Cette dernière ne visait pas à réaliser une synthèse des connaissances portant sur la consommation de livres mais à documenter le cadre méthodologique de l'étude.

La recherche bibliographique a permis d'identifier certains documents portant sur les motivations et les habitudes de lecture des lecteurs de livres papier et numérique. Plusieurs critères ont été pris en compte, et ce en lien avec les objectifs de la recherche. Premièrement, nous avons exclu les études portant sur le domaine de l'éducation (motivation chez les élèves, décrochage scolaire, lecture à la maison avec les enfants, etc.) et le niveau de littératie d'une population, et mis de côté les références n'abordant pas explicitement la question des habitudes de lecture des lecteurs de livres. Deuxièmement, nous avons concentré notre recherche sur les études utilisant une méthodologie qualitative et dont le questionnaire est présent en annexe ou à même le texte. Troisièmement, les aires linguistiques francophone et anglophone ont été retenues.

La recherche documentaire comprend aussi bien la littérature professionnelle que la littérature scientifique¹. Nous avons préalablement identifié une liste de mots-clés (Tableau 1) en fonction des objectifs de recherche ainsi qu'une liste de bases de données et de sites Web pour les fins de consultation (Tableau 2)². Notons, en ce qui concerne les mots-clés, qu'une combinaison de ceux-ci a été effectuée, plusieurs mots pouvant être insérés simultanément dans les bases de données.

¹ La littérature professionnelle est composée de revues, bulletins, etc. rattachés à un secteur d'activité particulier (le livre, par exemple). Elle permet aux acteurs d'un domaine de se tenir au courant des dernières évolutions, tendances, etc. Les textes y sont généralement assez courts, et peuvent être rédigés par des professionnels ou par des chercheurs. La littérature scientifique est constituée de revues, livres et rapports de recherche portant sur une thématique donnée. Les textes sont longs, de nature scientifique et le plus souvent rédigés par des chercheurs.

² Nous remercions Marie-Ève Dugas, bibliothécaire et responsable de la bibliothèque à l'INRS-UCS pour ses conseils dans l'identification des mots-clés et des bases de données à privilégier lors de la préparation de la stratégie de recherche bibliographique.

Tableau 1 Mots-clés

Mots-clés en français		Mots-clés en anglais	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habitudes de lecture ▪ Choix ▪ Motivation ▪ Format ▪ Support ▪ Pratiques d'achat ▪ Pratiques de lecture ▪ Emprunts ▪ Enquête ▪ Questionnaire ▪ Genre ▪ Obstacles ▪ Empêchements 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Œuvres ▪ Livres ▪ Bibliothèque ▪ Librairie ▪ Grande surface ▪ Appareils de lecture ▪ Consommateurs ▪ Acheteurs ▪ Livre électronique ▪ Numérique ▪ Plateforme ▪ Qualitative ▪ Quantitative 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reason ▪ Motivation ▪ Justification ▪ Purpose ▪ Decision ▪ Reading ▪ Book ▪ E-book ▪ Purchase ▪ Borrow/borrowing ▪ Inquest ▪ Investigation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Report ▪ Survey ▪ Bookstore ▪ Bookshop ▪ Library ▪ Consumer ▪ Reader ▪ Borrower ▪ Platform ▪ Inconvenience ▪ Qualitative ▪ Quantitative

Tableau 2 Bases de données et sites Web

Bases de données	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SCOPUS ▪ Web of science ▪ Google Scholar ▪ SocIndex 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CAIRN ▪ Thèses Canada ▪ Google ▪ ProQuest
Associations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Syndicat national de l'édition (France) ▪ Association des libraires du Québec ▪ Association internationale des libraires francophones ▪ Bulletin des bibliothèques de France ▪ Association des bibliothécaires de France ▪ Australian Booksellers Association 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canadian Library Association ▪ Association des bibliothèques publiques du Québec ▪ Australian Publishers Association ▪ Australian Library and Information Association
Revue spécialisée³	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Livres Hebdo ▪ The Bookseller 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le Motif ▪ ActuaLitté

Pour la recherche dans les bases de données scientifiques, la majorité des résultats liés aux termes « motivation », « habitudes de lecture », « pratiques de lecture » ou « préférences » se rapporte au domaine de l'éducation et à la problématique du décrochage scolaire : motivation à l'école, impact du plaisir de lire sur la réussite des étudiants, relation existant entre la pratique de la lecture à la maison et la réussite de l'élève à l'école, niveau de littératie des étudiants, etc. L'ajout du terme « enquête/survey » ou « qualitatif/quantitatif » n'a pas permis de raffiner la recherche suffisamment pour qualifier la recherche dans les bases de données scientifiques probantes. Le constat a été similaire pour la recherche en anglais.

³ Certaines publications (*Publishers Weekly, Library Journal, Quill and Quire...*) ne sont pas mentionnées car nous n'y avons pas repéré de références significatives au regard de nos critères.

En plus de la pédagogie et de la littérature, d'autres thèmes sont revenus régulièrement dans les résultats de recherche, complexifiant ainsi l'identification de sources pertinentes : les stratégies de ventes de livres, la problématique des librairies indépendantes, le rôle des bibliothèques, l'impact du livre numérique sur la chaîne du livre, la survie de la presse papier, etc. Tous ces éléments mis ensemble ont eu pour conséquence de limiter considérablement le nombre de références retenues par rapport au nombre d'heures consacrées à la recherche bibliographique. Finalement, il s'est rapidement avéré impossible de limiter la recherche aux études qualitatives possédant un questionnaire tellement le nombre de résultats portant sur notre sujet de recherche était faible. C'est pourquoi nous avons retenu l'ensemble des études portant sur la question des habitudes de lectures, qu'elles soient qualitatives ou quantitatives, et qu'elles présentent ou non le questionnaire d'enquête.

Afin de surmonter ces difficultés, nous avons aussi axé notre recherche sur les sites Web d'associations professionnelles (éditeurs, libraires, bibliothèques) ainsi que sur les sites Web de revues spécialisées. Dans le cas des associations professionnelles, les enquêtes menées sont très peu en lien avec notre problématique. Quant aux revues spécialisées, notamment le site Web de *Livres Hebdo*, nous avons identifié plusieurs études grâce à différents articles portant sur les questions des habitudes de lecture et de la motivation à lire des livres papier ou numérique. Cette stratégie de recherche nous a permis de constituer la majorité de notre corpus.

La revue de la littérature d'écrits francophones (France, Canada, Suisse) et anglophones (États-Unis, Angleterre, Canada) est composée d'articles, de rapports, de publications et d'enquêtes statistiques (voir la bibliographie générale). De ce corpus, nous avons sélectionné vingt documents (voir la bibliographie des études de cas) présentant explicitement un questionnaire d'enquête ainsi qu'une description de la méthodologie employée. Ces références devaient explicitement et majoritairement porter sur les habitudes de lecture⁴. Nous identifions la méthodologie utilisée par les auteurs, les thèmes de recherche abordés, les résultats de recherche, les conclusions, le questionnaire d'enquête et, le cas échéant, les sources consultées pouvant être pertinentes (voir les pistes bibliographiques complémentaires). De ces vingt documents, quatre thématiques prédominent : les études présentant les habitudes de lectures chez les jeunes, les études présentant les habitudes de lecture numérique et son impact sur la lecture de livres au format papier, les études présentant les habitudes de consommation de

⁴ Voilà pourquoi, par exemple, *l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec* (ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2009), ainsi que d'autres références, n'ont pas été retenues.

livres aux formats papier et numérique et leur impact sur les librairies, ainsi que les études portant sur la fréquentation des bibliothèques et les habitudes de lecture.

Sur les vingt documents retenus, quatre sont issus du milieu scientifique et un de l'Office fédéral de la statistique de la Suisse. Les autres sont produits par des firmes de sondages (IpsosMédiaCT, Book Marketing Limited, PewResearch Center, Institut IFOP) dont l'objectif est centré sur la production de données et de statistiques pour des acteurs professionnels concernés au premier chef par les transformations du livre en tant que bien culturel et filière industrielle. Les commanditaires de ces études sont tous des spécialistes dans différents registres, et témoignent d'une convergence d'intérêts pour ce marché lié à la fois au contenu et au support du livre : spécialistes de l'écriture, du livre et de l'édition (*Le Motif*, *Livres Hebdo*, CNL, SNE, GLN, Scholastic), spécialistes des bibliothèques publiques, librairie numérique (Feedbooks).

Le nombre élevé d'études commandées par ces différents groupes témoigne de l'importance de l'évolution des habitudes de lecture, notamment de l'impact du livre numérique sur celles-ci. Par ces études, les acteurs du livre s'interrogent en profondeur sur les évolutions en cours et cherchent à sonder le marché et les pratiques actuelles des lecteurs avant d'amorcer un changement dans leurs pratiques. On dégage deux questions de recherche dans ces études : la comparaison entre le livre papier et le livre numérique qui permet de présenter un portrait actuel des habitudes de lecture chez les lecteurs, et une comparaison entre les habitudes actuelles de lecture et celles anticipées. Ce deuxième volet est essentiel afin de bien orienter la prise de décision, tant pour le milieu des éditeurs, des libraires que des bibliothécaires.

Sur le plan méthodologique, seule l'étude d'Olivier Moeschler (2007) intitulée « « Fontaines de connaissance » ou « musées du livre ? »... Les bibliothèques municipales selon leurs non-usagers » utilise une méthodologie qualitative comme méthode d'enquête et d'analyse. Les autres documents présentent soit une méthode mixte pour laquelle le volet qualitatif alimente le volet quantitatif ou vice et versa, soit uniquement une analyse quantitative. Il est intéressant de noter que la majorité des enquêtes menées par Ipsos MédiaCT comporte au début une étude de cadrage d'où découle par la suite l'identification de l'échantillon pour les volets quantitatif et qualitatif. De plus, certaines études orientent leur analyse ou complètent leur analyse par un groupe de discussion (Audrey Laing, 2008), par l'étude des fonctionnalités des plateformes (Boullier et Crépel, 2013) ou l'animation d'un forum en ligne (Schmutz et Ipsos MédiaCT, 2010).

Enfin, précisons que la majorité des documents retenus dans l'échantillon est composée de plus de 1 000 personnes et l'enquête a été réalisée sur une courte période de temps. Les critères de sélection varient selon les objectifs de recherche : division linguistique, zone géographique, âge, sexe, possédant ou non un terminal de lecture numérique (tablette ou liseuse), catégorie de lecteur (faible, moyen ou grand lecteur), profession, statut social, fréquentation ou non d'une bibliothèque.

2. Synthèse documentaire

Nous présentons ici une synthèse des méthodologies déployées dans les vingt documents retenus pour analyse. Ce tableau décrit les objectifs de l'étude, la ou les méthodologie(s) employée(s) ainsi que la description de l'échantillon.

Tableau 3 Synthèse documentaire

Auteur (commanditaire)	Objectifs de l'étude	Méthodologie	Description de l'échantillon
1. Book Marketing Limited. 2000. <i>Reading the Situation Book Reading, Buying & Borrowing Habits in Britain</i> . Londres : Book Marketing Limited.	Les habitudes de lecture, d'achats et d'emprunts de livres en Grande-Bretagne.	<p>Enquête qualitative</p> <p>Chaque groupe a été composé selon un questionnaire précis afin d'identifier les faibles, les moyens et les forts lecteurs.</p> <p>Enquête quantitative (représentativité statistique)</p> <p>L'objectif de ce volet est d'identifier les différents niveaux de lecteurs, dont les non-lecteurs.</p> <p>Envoi du questionnaire au domicile des personnes. Retour de 900 questionnaires (43 %) (environ 2 392 personnes).</p>	<p>Novembre 1999.</p> <p>Durée : environ 1h30.</p> <p>Six groupes de discussion composés d'autant d'hommes que de femmes.</p> <p>Chaque groupe (H et F) divisé entre les 18-34 ans, 35-54 ans et les 55 ans et plus, la provenance et le statut social.</p> <p>Envoi de 2 106 questionnaires : 1 125 en novembre 1999 et 981 en janvier 2000.</p>
2. Boullier, Dominique, Maxime Crépel, Andrey Lohard et Antoine Jardin (coll.). 2013. <i>Pratiques de lecture et d'achat de livres numériques</i> . Étude réalisée pour le MOTif et Sciences Po médialab, Paris.	Évaluer le phénomène et l'évolution des usages du livre numérique sans être limité à mesurer un instant <i>t</i> . Les entretiens qualitatifs représentent une démarche « pour repérer des profils personnels variés, contrastés, où des tensions peuvent apparaître à plusieurs reprises. »	<p>Étude des fonctionnalités des plates-formes</p> <p>Enquête qualitative</p> <p>Les acteurs professionnels (opérateurs, grandes surfaces culturelles et librairies numériques, etc.) ont aidé à entrer en contact avec les lecteurs.</p> <p>La phase qualitative a permis de saisir la diversité des usages du livre numérique et de construire des hypothèses à valider lors de la phase quantitative. De ces entretiens les auteurs ont tiré des boussoles pour identifier les dynamiques internes des pratiques, permettant de constituer des hypothèses.</p>	<p>Analyse de 20 plateformes.</p> <p>44 entretiens approfondis avec les tablettes/liseuse des personnes.</p> <p>Lecteurs de livres numériques équipés d'une liseuse ou d'une tablette.</p> <p>Entretiens face à face avec le terminal de lecture.</p> <p>Durée : 1 heure.</p> <p>Région : Région parisienne et Paris.</p>

	<p>Priorité aux lecteurs de livres, mais aussi à la lecture de magazines et de journaux.</p> <p>L'étude porte sur l'achat et non sur la lecture numérique en général. Les prêts de livres numériques en bibliothèque ne sont pas pris en compte.</p>	<p>Enquête quantitative en ligne</p> <p>Cette analyse s'est effectuée à partir de 726 questionnaires complets.</p>	<p>53 questions.</p> <p>2 juillet au 21 août 2012.</p> <p>Durée : environ 20 minutes.</p> <p>Le questionnaire porte sur les pratiques de lecture et d'achat de livres numériques.</p> <p>Recrutement via Facebook et autres moyens de communication d'acteurs professionnels.</p>
<p>3.</p> <p>Chaudhry, Abdus Sattar et Gladys Low. 2009. « Reading Preferences Among Different Generations: A Study of Attitudes and Choices in Singapore. » <i>Singapore Journal of Library & Information Management</i> 38 (1): 27-48.</p>	<p>L'étude présente l'influence du contexte social sur les habitudes de lecture pour chaque génération.</p> <p>L'étude englobe la lecture de livres, de magazines et de journaux.</p>	<p>Enquête quantitative</p>	<p>Âgés de 28 à 43 (génération X) nés entre 1965 et 1980.</p> <p>Questionnaire en ligne. Contact par médias sociaux et contacts personnels.</p> <p>Durée : 8 au 18 mars 2008.</p>
<p>4.</p> <p>Ifop. 2012. <i>Les Français et la lecture en vacances</i>. Sondage réalisé pour feedbooks.</p>	<p>Enquête portant sur les habitudes de lecture en vacances.</p>	<p>Enquête auto-administrée en ligne</p>	<p>1 010 personnes de 18 ans et plus.</p> <p>Représentativité de l'échantillon.</p> <p>Enquête terrain entre le 5 et le 7 juin 2012.</p>
<p>5.</p> <p>Ifop. 2014. <i>Étude des perceptions et usages du livre numérique</i>. Étude réalisée pour le GLN</p>	<p>Étude exploratoire portant sur les usages et perceptions du livre numérique.</p>	<p>Étude de cadrage (phase 1)</p>	<p>Enquête par téléphone (fixe et portable).</p> <p>3 000 individus représentatifs des Français de 15 ans et plus.</p> <p>Durée : 6 au 21 juin 2014.</p> <p>Identification du profil des lecteurs de livres numériques.</p> <p>Constitution de l'échantillon principal.</p>

<p>(Groupement pour le Développement de la Lecture numérique) et le DREV (Département Recherche, Études et Veille).</p>	<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Étudier les usages et attitudes des lecteurs à l'égard du livre numérique. ▪ Étudier les perceptions et attentes vis-à-vis de l'offre de livres numériques. ▪ Étudier les leviers et freins éventuels au développement de la lecture de livres dématérialisés dans leurs différentes composantes. ▪ Étudier les pratiques licites/illicites associées aux livres dématérialisés. 	<p>Étude qualitative (phase 2 – approche exploratoire).</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Approche exploratoire des usages et attitudes des lecteurs de livres numériques. Représentation d'une diversité de profils axée sur les « gros lecteurs » et des jeunes lecteurs. ▪ Identification des « profils types » de lecteurs de livres numériques. ▪ Préparation du questionnaire de la phase quantitative à partir des résultats de la phase qualitative. 	<p>Deux groupes de lecteurs réguliers (minimum de 10 livres numériques lus au cours des 12 derniers mois) ; 1) 15-24 ans ; 2) 25-65 ans.</p> <p>Deux groupes de lecteurs occasionnels (deux à neuf livres numériques lus au cours des 12 derniers mois et une majorité ayant lu au moins sept livres) ; 3) 15-24 ans ; 4) 25-65 ans.</p> <p>Durée : entretiens de 3h30.</p> <p>Entretiens réalisés à Paris du 18 au 24 juin 2014.</p> <p>Région : Île-de-France.</p> <p>32 participants répartis selon les tranches d'âge, les niveaux de diplôme, les supports utilisés, les pratiques de lecture déclarées.</p> <p>Échantillon :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Possédant au moins un terminal dédié à la lecture électronique. ▪ Lecteurs de livre papier depuis cinq ans. ▪ Lecteurs de genres de livres variés, dont trois lecteurs de BD/mangas. ▪ Se procurant des livres numériques de manière payante, gratuite ou mixte. ▪ Se procurant des livres numériques de manière licite ou illicite. ▪ Répartition équilibrée hommes/femmes.
		<p>Enquête quantitative (phase 3 – représentativité statistique)</p>	<p>Population de 15 ans et plus.</p> <p>Étude en ligne auprès de 1 000 individus représentatifs des lecteurs de livres numériques.</p>
<p>6. Ipsos MediaCT. 2009. <i>La lecture des 18-30 ans</i>, Étude réalisée pour Livres Hebdo.</p>	<p>Étude sur les pratiques de lecture des 18-30 ans.</p>	<p>Enquête quantitative</p> <p>Entretiens réalisés en face à face à domicile.</p>	<p>11 au 28 septembre 2009.</p> <p>Échantillon de 697 jeunes adultes âgés de 18 à 30 ans au sein d'un échantillon de 3 000 individus représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus.</p> <p>Critères de représentativité : sexe, âge, profession du chef de famille et stratification géographique.</p>
<p>7. Ipsos MediaCT. 2012. <i>Les 7-15 ans, ils lisent...Et comment!</i>, Étude réalisée pour Gallimard Jeunesse.</p>	<p>Étude portant sur les habitudes de lecture des jeunes de 7 à 15 ans.</p>	<p>Étude quantitative</p> <p>Les enfants ont été sélectionnés à partir de l'Access Panel d'Ipsos.</p> <p>Échantillon représentatif selon le système des quotas sur les variables de sexe, âge, taille du foyer, catégorie de commune, région UDA, âge du chef de famille, CSP du chef de famille.</p>	<p>1 000 enfants âgés de 7 à 15 ans. De 7 à 11 ans les enfants répondent sous la surveillance de leurs parents. De 12 à 15 ans ils répondent seuls.</p> <p>29 juin au 11 juillet 2012.</p>

<p>8. Ipsos MediaCT. 2014. <i>Les nouveaux lecteurs: État des lieux et évolutions des pratiques de lecture depuis 2011.</i> Étude réalisée pour Livres Hebdo.</p>	<p>Étude portant sur le livre imprimé et le livre numérique. Bilan des pratiques et évolution depuis 2011. Est-ce que le livre numérique est un relai fiable à la lecture au format papier ?</p>	<p>Enquête quantitative</p>	<p>Enquête menée entre le 31 janvier et le 17 février 2014. Échantillon de 699 lecteurs au format papier ou numérique issu d'un échantillon national représentatif de 1 000 Français âgés de 15 ans et plus. Échantillon de 213 lecteurs au format numérique issu d'un échantillon national représentatif de 2 000 Français âgés de 15 ans et plus.</p>
<p>9. Ipsos MediaCT. 2015. <i>Les Français et la lecture.</i> Étude réalisée pour le CNL (Centre national du livre).</p>	<p>Étude portant sur la relation des Français avec la lecture. Analyse des pratiques de lecture, des modes de procuration des livres, du rapport à la lecture et des loisirs. <u>Objectifs :</u> Mesurer les pratiques actuelles des Français en termes de livre et de lecture, comprendre leur rapport au livre et à la lecture et identifier les freins à la lecture et les leviers qui construisent les lecteurs.</p>	<p>Enquête quantitative <u>Questions clés :</u> Quelle importance les Français accordent-ils à la lecture dans la vie et dans leurs pratiques ? Que leur apporte la lecture ? Quels sont ses bienfaits ? Comment deviennent-ils lecteurs ? Quelles sont leurs sources de prescription ?</p>	<p>Hommes et femmes de 15 ans et plus. 1 012 entretiens. Échantillon représentatif en termes de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et catégorie d'agglomération sur la base des dernières données INSEE. Désignation de la personne interrogée par la méthode des quotas. Collecte entre le 3 et le 11 février 2015. Durée : environ 30 minutes.</p>
<p>10. Laing, Audrey Frances. 2008. <i>Bookselling culture and consumer behaviour: marketing strategies and responses in traditional and online environments.</i> Thèse de doctorat, Robert Gordon University.</p>	<p>Étude portant sur les stratégies marketing des libraires et leurs impacts sur les lecteurs.</p>	<p>Approche mixte Enquête qualitative (trois chaînes de librairies différentes) Entrevues semi-dirigées en face à face.</p> <p>Enquête quantitative</p>	<p>Durée : 1h30. Deux chaînes de librairies (les « managers »), entretiens en personne. Un responsable du marketing pour une chaîne de librairie, entretien en personne. Un directeur marketing pour une chaîne de librairie. Entretien par téléphone (40 min.). Trois managers de librairies en ligne (deux chaînes et une librairie indépendante). Entrevues par téléphone.</p> <p>Deux questionnaires pour un total de 100 questions. Entretiens en personne avec les usagers des trois chaînes de librairies. Un questionnaire en ligne via online newspaper and film sites. Un questionnaire en ligne via online book group and by posting a link on an online bookshop.</p>

		Groupes de discussion	
11. Miller, Carolyn, Kristen Purcell et Lee Rainie. 2012. <i>Reading Habits in Different Communities.</i>	<p>Enquête portant sur l'influence du lieu de résidence sur les habitudes de lecture des Américains selon qu'ils vivent en ville, en banlieue ou en zone rurale.</p> <p>L'enquête examine comment les gens lisent, ce qu'ils lisent, combien de gens lisent et comment ils utilisent leur bibliothèque locale.</p> <p>L'enquête s'est concentrée sur la lecture électronique ainsi que sur les habitudes et les préférences de lecture en format papier et électronique.</p>	<p>Enquête quantitative</p> <p>Deux enquêtes, avant et après Noël.</p> <p>Lors de l'appel sur numéro à domicile, les intervieweurs ont demandé à parler au plus jeune adulte (homme et femme en alternance).</p> <p>Lors de l'appel sur un numéro de cellulaire, ils parlaient à la personne qui répondait (si elle avait plus de 16 ans).</p> <p>Pour faire partie de l'échantillon, il fallait posséder un e-book ou une tablette.</p>	<p>Trois groupes de discussion de cinq, six et sept participants.</p> <p>2 986 Américains âgés de 16 ans et plus.</p> <p>Entrevues par téléphone (fixe et cellulaire).</p> <p>1^{ère} enquête : 16 novembre au 21 décembre 2011.</p> <p>2^{ème} enquête : 8 janvier 2012 et entre le 12 et le 15 janvier 2012.</p> <p>Entrevue en anglais et en espagnol.</p>
12. Moeschler, Olivier. 2007. « « Fontaines de connaissance » ou « musées du livre ? »... Les bibliothèques municipales selon leurs non-usagers. » <i>Revue électronique suisse de science de l'information (RESSI)</i> , OSPS (Observation Science, Politique et Société), Université de Lausanne.	<p>Étude portant sur les non usagers des bibliothèques locales pour chacun des quartiers de Genève.</p>	<p>Enquête qualitative</p> <p>Enquête menée en collaboration avec les étudiants en bibliothéconomie à Genève.</p> <p>La ville a été découpée en 12 zones correspondant globalement aux bibliothèques et discothèques municipales existantes, ainsi qu'un quartier sans bibliothèque comme zone témoin. Identification des quartiers traversés par le bibliobus.</p> <p>L'auteur s'est servi d'une enquête présentant le portrait socio-économique des quartiers comme balises.</p> <p>Analyse des données</p> <p>Une analyse individuelle des entrevues sous la forme d'un récit. Par la suite, une analyse globale par quartier.</p>	<p>Pour chaque zone, 20 entretiens réalisés entre avril et mai 2006.</p> <p>Choix des personnes aléatoire.</p> <p>Pour être retenues pour l'enquête, les personnes ne devaient pas fréquenter les bibliothèques.</p> <p>Les individus retenus ne devaient pas travailler, habiter ou faire régulièrement leurs courses dans le quartier visé. Cette démarche permettait de prendre en compte la mobilité des gens.</p> <p>L'échantillon ne visait pas à avoir une représentativité statistique, mais plutôt une diversité des portraits.</p>

<p>13. Office fédéral de la statistique. 2010. <i>Les pratiques culturelles en Suisse. Enquête 2008 Lecture</i>. Collaboration de l'Office fédéral de la culture, Suisse.</p>	<p>Étude portant sur les comportements de la population résidente Suisse en matière de lecture. L'étude aborde la lecture en général : livres, magazines, journaux.</p>	<p>Enquête quantitative Regroupement de fréquences : Lecture de livres et de bandes dessinées Sporadique : 1 à 3 unités Occasionnelle : 4 à 7 unités Régulière : 8 à 12 unités Assidue : 13 unités et plus. L'enquête a par la suite été mise en parallèle avec deux études européennes (15 pays en 2002 et 27 pays en 2007). La comparaison a permis de faire ressortir les différences entre les pays.</p>	<p>L'échantillon est composé de 6 564 ménages appartenant à la population résidente permanente (permis de séjour d'au moins 12 mois) en Suisse de 15 ans et plus. Division par région linguistique. Septembre à mi-novembre 2008. La période couverte concernait les 12 mois précédant l'enquête. Durée : 20 min. Questionnaire composé de 23 questions socio-démographiques et 55 questions portant sur les activités culturelles effectuées.</p>
<p>14. Rainie, Lee, Kathryn Zickuhr, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna Brenner. 2012. <i>The rise of e-reading</i>. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project.</p>	<p>Étude portant sur la lecture numérique.</p>	<p>Étude quantitative Lors de l'appel sur numéro à domicile, les intervieweurs ont demandé à parler au plus jeune adulte (homme et femme en alternance). Lors de l'appel sur un numéro de cellulaire, ils parlaient à la personne qui répondait (si elle avait plus de 16 ans).</p>	<p>2 986 personnes âgées de 16 ans et plus. 16 novembre au 21 décembre 2011. Entrevue téléphonique sur fixe et cellulaire en anglais et en espagnol.</p>
<p>15. Schmutz, Bruno et Ipsos MediaCT. 2010. <i>Les publics du livre numérique</i>, CNL (Centre national du livre).</p>	<p>L'objectif de la recherche est d'évaluer le livre numérique (notoriété, attrait), de le décrire et de le comprendre. L'enquête s'est déroulée en trois étapes de septembre 2009 à février 2010. <u>Objectifs de l'analyse des publics</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Préciser les pratiques et les usages des publics du livre numérique. ▪ Préciser les attentes et les opinions des publics actuels et potentiels, explorer les motivations et freins aux usages. 	<p>Étude de cadrage <u>Objectifs</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estimer la pénétration du livre numérique au sein de la population française en termes de connaissance et d'usage. ▪ Évaluer le poids et qualifier le profil des publics actuels et potentiels. ▪ Préparer l'étape 2 : échantillons, définition et bonne représentation des diverses cibles et redressement statistique. <p>Analyse des publics (enquête quantitative) <u>Objectifs</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Préciser les pratiques et les usages des publics du livre numérique. ▪ Préciser les attentes et les opinions des publics actuels et potentiels, explorer les motivations et freins aux usages. 	<p>Quatre vagues d'entretiens terrains : 11 au 14 septembre (vague 1) 18 au 21 septembre (vague 2) 25 au 28 septembre (vague 3) 2 au 5 octobre (vague 4) 4 000 interviews réalisées en face à face au domicile des personnes. Échantillon représentatif de l'ensemble de la population de 15 ans et + (sexe, âge, profession du chef de famille et stratification géographique). Échantillon non représentatif de la population française constitué à partir des profils des publics identifiés lors de l'étude de cadrage. Questionnaire en ligne de 25 minutes. Décembre 2009 à janvier 2010. 1 000 interviews en ligne après un <i>screening</i> en ligne</p>

		<ul style="list-style-type: none"> Pré-recruter les cibles pour le qualitatif. <p>Première partie : interroger les publics sur leurs pratiques de lecture de livres papier.</p> <p>Deuxième partie : identifier les publics actuels du livre numérique (intéressés ou non) et les publics potentiels (très intéressés).</p> <p>Sélection de l'échantillon à partir de cinq questions clés (voir plus loin).</p>	<p>permettant d'identifier les publics actuels et potentiels.</p> <p>Un échantillon raisonné selon les données issues de l'étape de cadrage.</p> <p>Un sur-échantillon des populations les plus en affinité avec le livre numérique.</p>
		<p>Approfondissement des attentes (enquête qualitative)</p> <p>Les résultats de l'enquête constituent un complément aux analyses quantitatives.</p> <p>Janvier-février 2010.</p> <p><u>Objectifs :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Approfondir les comportements et attitudes du public actuel vis-à-vis du livre numérique et prospecter leurs attentes. Approfondir les motivations et freins des publics potentiels à l'aune de premières expériences d'achat et de lecture. 	<p>Entretiens :</p> <p>Durée du terrain : 5 janvier au 23 février 2010.</p> <p>Public actuel : 10 entretiens à domicile en face à face. Durée : 2h.</p> <p>Publics potentiels : 30 entretiens, personnes interrogées par téléphone pour des entretiens exploratoires (1h) et conclusifs (45 minutes) avant et après un forum en ligne de quatre semaines.</p> <p>Forum en ligne :</p> <p>Semaine 1 : découverte spontanée puis assistée de l'offre.</p> <p>Semaine 2 : l'expérience de lecture.</p> <p>Semaines 3 et 4 : l'expérience d'achat de livres numériques et de modes d'accès à l'offre.</p>
16. Scholastic. 2015. <i>Kids & Family Reading Report.</i> Étude réalisée par l'Institut de sondage britannique YouGov.	Étude portant sur les habitudes de lecture de la jeunesse. Cette enquête biannuelle s'intéresse principalement aux comportements des enfants âgés de 6 à 17 ans, ainsi qu'à ceux de leurs parents.	<p>Étude quantitative</p> <p>Modification du niveau de langage pour le questionnaire s'adressant aux enfants de 6 à 8 ans.</p> <p>Les parents aident les enfants à comprendre les questions, mais pas à y répondre.</p> <p>Les parents répondent en premier au questionnaire avant de le passer à un enfant.</p>	<p>Échantillon représentatif de la population nationale de 2 558 parents et enfants.</p> <p>506 parents d'enfants âgés entre 0 et 5 ans.</p> <p>1 026 parents d'enfants âgés de 6 à 17 ans et un enfant par maison de 6 à 17 ans.</p> <p>Lecteurs fréquents : ouvrir un livre pour le plaisir entre cinq et sept fois par semaine.</p> <p>Enfants réfractaires : moins d'une fois par semaine sur son temps libre.</p> <p>29 août 2014 au 10 septembre 2014.</p>
17. Zickuhr, Kathryn, Lee Rainie, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna	Étude portant sur les bibliothèques et la lecture numérique et sur les habitudes d'achats et d'emprunts de livres.	<p>Étude quantitative</p> <p>Étude utilisant les données du Pew Internet Project menée entre le 16 novembre et le 21 décembre 2011 auprès de 2 986 personnes âgées de 16 ans et plus.</p>	<p>Enquête spécifique sur les tablettes et les e-readers par sondages téléphoniques avec 2 008 adultes entre le 5 et le 8 janvier et entre le 12 et le 15 janvier 2012.</p> <p>Questions portant sur la lecture de livres électroniques par sondage entre le 19 et le 20 février 2012, avec 2 253 adultes.</p>

<p>Brenner. 2012. <i>Libraries, patrons, and e-books.</i> PewResearchCenter.</p>		<p>Étude qualitative (non représentative de la population en général) Entrevues en ligne portant sur les livres électroniques et l'utilisation de la bibliothèque. Entrevues avec les bibliothécaires.</p>	<p>Mai 2012. 4 396 questionnaires remplis. 1 180 questionnaires remplis.</p>
<p>18. Zickuhr, Kathryn, Lee Rainie, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna Brenner. 2012. <i>Younger Americans' Reading and Library Habits.</i> PewResearchCenter.</p>	<p>Étude portant sur les habitudes de lecture des jeunes Américains de 16 à 29 ans et la fréquentation des bibliothèques.</p>	<p>Étude quantitative Étude utilisant les données du Pew Internet Project menée entre le 16 novembre et le 21 décembre 2011 avec 2 986 personnes âgées de 16 ans et plus.</p>	<p>Division de l'échantillon en trois groupes : High-schoolers 16 et 17 ans ; college-aged adults 18 à 24 ans ; adults 25-29 ans.</p>
<p>19. Zickuhr, Kathryn et Lee Rainie. 2014. <i>Younger Americans and Public Libraries. How those under 30 engage with libraries and think about libraries' role in their lives and communities.</i> Pew Research Center's Internet & American Life Project.</p>	<p>Enquête portant sur la relation des jeunes avec les bibliothèques à l'ère du numérique.</p>	<p>Enquête quantitative Entrevues par téléphone. Lors de l'appel sur numéro à domicile, les intervieweurs ont demandé à parler au plus jeune adulte (homme et femme en alternance). Lors de l'appel sur un numéro de cellulaire, ils parlaient à la personne qui répondait (si elle avait plus de 16 ans).</p>	<p>6 224 Américains âgés de 16 ans et plus. 18 juin au 30 septembre 2013. Contact par téléphone plusieurs fois par jours et la fin de semaine.</p>
<p>20. Zickuhr, Kathryn et Lee Rainie. 2014. <i>E-Reading Rises as Device Ownership Jumps. Three in ten adults read an e-book last year; half own a tablet or e-reader.</i> PewResearchCenter.</p>	<p>Étude portant sur la lecture de e-book parmi la population américaine.</p>	<p>Enquête quantitative Lors de l'appel sur numéro à domicile, les intervieweurs ont demandé à parler au plus jeune adulte (homme et femme en alternance). Lors de l'appel sur un numéro de cellulaire, ils parlaient à la personne qui répondait (si elle avait plus de 16 ans).</p>	<p>2 au 5 janvier 2014 pour évaluer le nombre de e-book et e-reader (après les Fêtes). 1 005 adultes de 18 ans et plus. Entrevues par téléphone (fixe et cellulaire). Entrevues en anglais et en espagnol.</p>

3. Cadre méthodologique

Cette section présente le cadre méthodologique développé pour l'étude. La recherche documentaire a montré qu'il existait très peu de recherches qualitatives, d'où la pertinence de développer des études axées sur les dimensions qualitatives. Deux techniques principales sont ici mobilisées : les entretiens semi-dirigés et les coups de sonde « éclairs ». Les premiers ont pour objectif d'aborder les principales dimensions de la recherche de façon très approfondie, par le biais d'un nombre circonscrit d'entretiens d'une durée d'environ 60 minutes. Les seconds visent à réaliser un nombre très élevé de courts entretiens (cinq-dix minutes, parfois davantage) directement sur les lieux d'achat (librairies) et d'emprunt (bibliothèques). Les coups de sonde permettent également de cibler des catégories de la population moins couvertes par les entretiens semi-dirigés.

Rappelons que nous ne visons pas l'exhaustivité statistique mais l'analyse du rapport que les lecteurs tissent au livre, aux lieux, etc. Elle entend de la sorte apporter un éclairage différent des devis quantitatifs afin de bien saisir les lecteurs de livres, ce que ne permettent pas les statistiques. Dans un tel cadre, les critères de constitution de l'échantillon sont essentiels puisqu'ils assurent la scientificité du devis de recherche. La saturation empirique est atteinte lorsque nous estimons que l'ensemble des critères ont été adéquatement rencontrés et ce de façon globalement équilibrée à l'intérieur de chacun.

L'échantillon des participants aux entretiens semi-dirigés est construit, et justifié, selon six critères. Le critère premier est celui d'être un lecteur de livres, que ceux-ci soient achetés ou empruntés. Le second critère est celui de l'intensité. Nous avons tâché d'avoir des lecteurs actifs à des degrés variés : occasionnel (un à quatre livres par an), régulier (cinq à 12 livres par an), assidu (plus de 12 livres par an). Troisièmement, les participants couvrent toutes les tranches d'âge, de 18 ans et plus. Nous réunissons ensuite une diversité de profils concernant le format de lecture : papier, numérique, mixte. Les critères de la diversité des lieux d'achat (librairie indépendante, librairie à succursales, grandes surfaces, autres points de vente) et des modes d'accès (achat/téléchargement/emprunt/cadeau...) sont également pris en compte.

Le dernier critère est de nature territoriale. Ne pouvant couvrir l'ensemble du Québec, nous avons souhaité qu'au moins tous les types de régions culturelles identifiées par Fernand Harvey et Andrée Fortin (1995) soient intégrés (Tableau 4). Cette typologie vise à regrouper en quatre types les régions du Québec. Cela nous permet notamment, en tant que chercheur, de viser à ce qu'au moins ces quatre

types soient abordés⁵. La typologie a en outre été formellement adoptée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec. Ces types de région sont les suivants : centrale, satellite, intermédiaire, périphérique. Un aspect territorial complémentaire est en outre exploré. Nous souhaitons en effet intégrer quelques éléments de la francophonie canadienne (hors Québec).

Tableau 4 Typologie des espaces culturels régionaux (Harvey et Fortin, 1995)

TYPE	RÉGION	
Centrale	Capitale-Nationale (Québec)	Montréal
Satellite	Chaudières-Appalaches Laval	Lanaudière Montréal Laurentides
Intermédiaire	Centre-du-Québec Mauricie	Etrie Outaouais
Périphérique	Abitibi-Témiscamingue Côte-Nord Nord-du-Québec	Bas-Saint-Laurent Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine Saguenay-Lac-Saint-Jean

L'échantillon fut ainsi construit au fur et à mesure en tenant compte d'une diversité selon l'ensemble de ces six critères.

Les participants aux entretiens semi-dirigés ont été recrutés par le biais de clubs de lecture, groupes, cercles, blogues, etc. Il existe de nombreux groupes de lecture répartis sur l'ensemble du territoire québécois et ailleurs. On repère également des clubs de lecture sur les réseaux sociaux tels Facebook. Nous avons préalablement obtenu l'autorisation des responsables de ces groupes avant d'envoyer un appel à participation. Les entretiens ont eu lieu *in situ* (au choix du participant), par Skype ou par téléphone. Les personnes rencontrées ont librement consenti à participer à la recherche. Nous avons garanti l'anonymat de tous. Nous donnons par ailleurs l'occasion aux personnes qui le souhaitent de répondre uniquement par courriel (avec retour du questionnaire).

Les participants aux coups de sonde « éclairs » sont recrutés directement au sein de librairies, bibliothèques et autres établissements (grandes surfaces, etc.). Les personnes rencontrées le sont avant l'achat/l'emprunt d'un livre ainsi qu'après celui-ci. L'établissement doit préalablement avoir octroyé l'autorisation d'effectuer ces entretiens « éclairs ».

⁵ Il va de soi que les diverses régions d'une même catégorie peuvent présenter des différences importantes.

L'annexe A présente les questionnaires élaborés. Ceux-ci découlent essentiellement des objectifs de l'étude. Certaines questions repérées lors de la revue de la littérature les ont toutefois bonifiés. Deux questionnaires ont été construits. Le premier, principal, a été conçu pour les entretiens semi-dirigés. Le second, court, sert pour les coups de sonde « éclairs ».

Une demande de Certificat d'éthique a été déposée auprès du Comité d'éthique en recherche avec des êtres humains (CER) de l'INRS durant l'hiver 2015. Le projet a reçu l'approbation du CER le 5 juin 2015⁶.

⁶ Voir les annexes B à F pour obtenir un aperçu de différents documents associés à cette demande.

4. Caractéristiques globales de l'échantillon rencontré

232 personnes ont été rencontrées, correspondant à 43 entretiens semi-dirigés et 189 coups de sonde « éclairs ». Le Tableau 5 précise les régions couvertes par l'étude.

Tableau 5 Régions couvertes

TYPE	RÉGION		
Centrale	Capitale-Nationale (Québec)	Montréal	
Satellite	Chaudières-Appalaches Laval	Lanaudière Montréal	Laurentides
Intermédiaire	Estrie	Mauricie	Outaouais
Périphérique	Bas-Saint-Laurent	Côte-Nord	Saguenay-Lac-Saint-Jean
Hors Québec ⁷	Nouveau-Brunswick	Nouvelle-Ecosse	Ontario

Les régions suivantes n'ont pas été abordées : Abitibi-Témiscamingue, Centre-du-Québec, Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, Nord-du-Québec. Nous estimons ainsi avoir déployé notre devis méthodologique dans un nombre important de régions.

Nous détaillons ici l'échantillon selon les entretiens semi-dirigés et les coups de sonde « éclairs ».

Les données des entretiens selon le groupe d'âge, en fonction du type de région, sont présentées dans le Tableau 6.

⁷ Il s'agit bien entendu de provinces mais une seule région ou ville au sein de celles-ci ont été intégrées dans l'étude.

Tableau 6 Entretiens semi-dirigés selon le groupe d'âge et le type de région (n)

RÉGION \ AGE	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66 et plus	Total
Centrale	1	2	3	1	0	1	8
Satellite	1	0	1	1	8	5	16
Intermédiaire	1	1	0	0	2	0	4
Périphérique	1	0	1	0	5	4	11
Hors-Québec	0	0	0	0	2	2	4
TOTAL	4	3	5	2	17	12	43

On remarque que les personnes âgées de 56 ans et plus composent 67 % de l'échantillon. Cela s'explique notamment par le fait que les clubs de lecture, cercles, etc. sont principalement constitués de lecteurs appartenant à cette catégorie. Comme dit plus haut, les coups de sonde ont permis de cibler des lecteurs plus jeunes.

Le Tableau 7 expose les données concernant les coups de sonde.

Tableau 7 Coups de sondes « éclairs » selon le groupe d'âge et le type de région (n)

RÉGION \ AGE	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66 et plus	Total
Centrale	16	15	14	15	15	10	85
Satellite	2	8	13	10	6	9	48
Intermédiaire	1	3	1	4	5	2	16
Périphérique	7	6	7	8	4	1	33
Hors-Québec	7	0	0	0	0	0	7
TOTAL	33	32	35	37	30	22	189

L'utilisation des coups de sonde a permis de couvrir non seulement les lecteurs plus jeunes, mais aussi davantage les régions centrales, celles-ci ayant fait l'objet de moins de réponses dans le cadre des entretiens.

La combinaison des entretiens et des coups de sonde donne les résultats présentés dans le Tableau 8.

Tableau 8 Entretiens et coups de sondes « éclairs » selon le groupe d'âge et le type de région (n)

RÉGION \ AGE	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66 et plus	Total
Centrale	17	17	17	16	15	11	93
Satellite	3	8	14	11	14	14	64
Intermédiaire	2	4	1	4	7	2	20⁸
Périphérique	8	6	8	8	9	5	44
Hors-Québec	7	0	0	0	2	2	11
TOTAL	37	35	40	39	47	34	232

L'échantillon global correspond à 129 femmes et 103 hommes. Plus spécifiquement, environ 75 % des entretiens sont constitués de femmes. Les clubs de lecture sont en effet très majoritairement féminins. Voilà pourquoi, ici aussi, les coups de sonde « éclairs » ont notamment mis la priorité sur des individus masculins.

On constate que nous avons globalement un bon équilibre selon les groupes d'âge, les types de région ainsi que le genre.

Les entretiens semi-dirigés sont identifiés sous l'appellation EL (entretiens longs) dans la suite de l'analyse, et les coups de sonde « éclairs » selon l'appellation CS. Il est à noter que certains employés (libraires, bibliothécaires...) ont été rencontrés à titre de lecteurs et ont contribué à la recherche.

⁸ Ce chiffre plus faible que les autres régions peut être expliqué par deux facteurs : 1) Il y a moins de régions intermédiaires que satellites et périphériques ; 2) Les régions intermédiaires ont moins répondu à nos invitations (et relances) de participation à la recherche.

CHAPITRE 2

LECTEURS ET PRATIQUES DE LECTURE

Ce chapitre présente la synthèse des entretiens et coups de sonde « éclairs » réalisés concernant les pratiques générales de lecture. Le travail d'analyse a permis de dégager des thématiques transversales rassemblées dans les pages suivantes en quatre blocs : les éléments relationnels, les habitudes de lecture, les motivations et incitations, les contenus. Ces regroupements thématiques constituent une montée en généralité analytique qui rejoint les différents objectifs de la recherche.

Notons que bien que cette recherche soit de nature qualitative, nous proposons dans ce chapitre et les suivants certains repères quantitatifs. Ces derniers concernent uniquement notre échantillon et ne peuvent être généralisés à l'ensemble de la population des lecteurs de livres.

1. Aspects relationnels

Les lecteurs rencontrés témoignent de liens multiples à la fois à la lecture et au livre. Par liens multiples nous soulignons ici aussi bien la diversité de ce que représentent le livre et la lecture au quotidien, que l'existence de plusieurs formes d'attachement à l'objet et à la pratique. On retrouve de nombreuses réponses évoquant l'importance de ce livre vu au pluriel : « Je lis pour ma culture générale, pour me changer les idées, pour imaginer et concevoir de nouvelles images, pour m'informer, pour voyager bien assise confortablement dans un divan aux motifs éclatés, pour muscler, essouffler et apaiser mon âme. » (EL41)

Une dizaine de répondants souligne la passion intensive de la lecture et son caractère essentiel, « vital » (EL26), dans leur vie. Ainsi, pour EL34, « le livre est un compagnon de route », tandis que EL10 et EL12 estiment que le livre « c'est toute [leur] vie. » Cela concerne davantage les lecteurs assidus et très grands lecteurs et se retrouve sensiblement de façon plus prononcée chez les lecteurs plus âgés (à partir de 46 ans).

L'attachement à la lecture est également lié au développement de la culture générale, de connaissances spécialisées, de l'éducation ou encore de l'actualité. Le livre représente à cet égard un outil de savoir. La curiosité est régulièrement évoquée tout autant que la nécessité d'entretenir une activité intellectuelle. Ainsi, pour EL30, la lecture « garde [son] cerveau fonctionnel. » Le savoir peut être associé ici à des aspects techniques, de même qu'au développement personnel : « C'est une richesse pour l'âme, une mine de connaissances. » (EL31)

D'autres lecteurs évoquent la détente qu'ils recherchent dans la lecture, que ce soit en relation avec le quotidien ou des périodes plus délicates. EL2 souligne ainsi que le livre permet de « rire », de « faire du bien » et de « passer à travers les aléas de la vie. » Si EL14 lit pour « [s'] évader du moment présent et oublier toutes les tracasseries qui peuvent arriver dans une journée », plusieurs lecteurs, dont EL15, associent une part de leurs lectures à une situation personnelle problématique : « Je souffre d'insomnie, et mon livre est mon remède. » (EL15).

Le livre est aussi décrit comme une porte vers d'autres réalités ou vers un espace de rêve, comme le note cette jeune lectrice qui considère lire pour « briser la monotonie de la vie. » Les réponses de certains lecteurs sont également particulièrement lyriques. Ainsi, pour EL28, « un livre, c'est un

télescope pour les gens qui sont dans un sous-marin pour voir ce qui se passe dans le monde des idées. » Cet élément de dépaysement revient régulièrement, non pour les genres lus, mais pour l'acte lui-même. À ce titre, l'évocation du livre rejoint la symbolique de l'évasion, de la découverte et de l'ouverture au monde. EL20 considère avoir « besoin de sortir de [son] univers, de bouger, de voyager » par le biais de la lecture. La métaphore du voyage revient très régulièrement, qu'il s'agisse de « l'imaginaire » (EL32), de « notre tête » (EL38) ou « d'autres univers » (EL7).

La lecture représente pour certains une part d'eux-mêmes, parlant du livre comme un élément de liberté. D'autres, plus pragmatiques, soulignent que l'enseignement ou l'inspiration tirés de la lecture accompagnent le lecteur durant de nombreux mois.

Le livre est aussi un loisir, un passe-temps : « [J]e lis dans les transports en commun, en attendant un rendez-vous, quand je mange seule. » (EL1) Plusieurs répondants indiquent qu'il ne s'agit pas d'un divertissement comme un autre : « Ça permet plus de se détendre qu'un écran. » (EL7). Pour une part des interlocuteurs, la littérature ne doit pas être appréhendée de façon univoque : « Il y a une littérature pour divertir, une pour passer le temps mais celle avec un grand L questionne parfois la création, l'ordre du monde, qui va aborder les grandes questions de l'existence. » (EL25)

La majorité des lecteurs rencontrés lors des coups de sonde s'adonne à l'activité de la lecture pour se détendre, s'évader, s'instruire, se divertir, s'endormir et se construire. Examinons de façon plus précise ces différents aspects.

Le tiers des répondants a exprimé l'idée que la lecture permet de se détendre. Cette relaxation du corps et de l'esprit est souvent liée à la sensation de vouloir se changer les idées, et sortir des « tracasseries » de la vie quotidienne : « Quand on lit, on n'est pas préoccupé. » (CS28)

La lecture permet de s'évader pour le tiers des personnes sondées : partir « ailleurs » et stimuler l'imaginaire. D'un côté, la majorité reconnaît que la lecture est synonyme de voyage, d'escapade et d'aventure. D'un autre côté, une minorité estime que la lecture permet de s'immiscer dans des vies fictives ou réelles, généralement différentes des leurs : « C'est vivre un millier de vies différentes de chez soi » (CS9)

L'idée selon laquelle la lecture contribue à l'accès des lecteurs à la connaissance et favorise ainsi les apprentissages est partagée par le tiers des répondants. Selon CS20, la lecture « est de l'éducation en continu. »

Un quart des personnes a exprimé l'idée que la lecture permet de se divertir, de passer du bon temps : « Je lis presque plus pour le plaisir » (CS26)

Une minorité a pris l'habitude de lire avant de se coucher, se procurant alors un temps d'arrêt et une transition vers le sommeil. Cette habitude est si ancrée chez certains qu'elle en devient pratiquement une nécessité : « Il me faut un livre pour m'endormir le soir. » (CS140)

La lecture favorise également la croissance personnelle chez certains. CS105 est très explicite : « J'en ai besoin pour ma vie intérieure. »

2. Habitudes de lecture

La méthodologie retenue pour cette étude a notamment défini trois types de lecteurs : occasionnels (un à quatre livres par année), réguliers (cinq à 12 livres par année) et assidus (plus de 12 livres par année). Or, une partie des lecteurs rencontrés entretient des habitudes de lecture bien plus élevées, neuf dépassant 50 livres et même au minimum 100 par an pour trois d'entre eux. EL 25 estime d'ailleurs, avec ironie, que sa consommation de livres (1 000 pages par semaine) « frôle la maladie mentale. » Chez ces très grands lecteurs, mais aussi chez quelques lecteurs assidus, on décèle des stratégies afin d'assurer un approvisionnement constant en livres nouveaux. Par exemple, EL43 fait partie de trois clubs de lecture différents alors qu'EL29 tient des listes de ses lectures à venir : « Quand je finis un livre c'est important que je sache ce que je vais lire le lendemain, c'est comme une drogue. »

Les habitudes de lecture semblent également évoluer dans le temps. Les lecteurs rencontrés soulignent que l'évolution des temps libres est capitale dans leurs habitudes de loisir. La majorité des personnes rencontrées évoque des variations dans leurs pratiques de lecture, à l'image d'EL41, lectrice régulière : « Dépendamment de mes occupations et de la saison, je me retrouve quelque part entre une lectrice régulière et assidue. »

Pour certains intervenants, les études et les lectures obligatoires doivent être prises en compte, comme en témoigne EL33 : « Je lisais peu (pour le plaisir) à l'époque de ma maîtrise, de 2008-2010. Manque de temps, manque d'envie de lire, vu les études. » La vie professionnelle, potentiellement chronophage, peut également limiter les lectures, et ce malgré l'intérêt des individus. Ainsi, EL6 dit lire moins car elle travaille maintenant à plein temps. Ces constats concernant les études et la vie professionnelle concernent les lecteurs de toutes intensités.

D'autres habitudes culturelles sont identifiées comme ayant un impact sur les pratiques de la lecture ; apparaissent notamment, en premier lieu pour trois répondants, les écrans : « [J]e réalise que plus je passe de temps devant mon ordinateur, moins je pense à lire et moins j'ai le temps de lire... » (EL1)

Les groupes de 36-45 ans et 46-55 ans témoignent, en majorité, d'une baisse dans leurs lectures. Les deux exceptions à la règle se justifient surtout par l'évolution de la vie de famille (EL15 et EL7).

La retraite est un élément majeur d'engagement dans la lecture chez les plus âgés des répondants. Ce phénomène de lecture plus fréquente apparaît clairement en comparaison avec les fourchettes d'âge précédentes.

Des variations dans l'intérêt concernant la lecture s'expliquent enfin par un élément plus personnel, à savoir l'envie. Les lecteurs rencontrés soulignent pour une part d'entre eux connaître des variations dans le goût de lire qui ne semblent pas liées à une situation particulière. Ces variations d'intention de lire ne se retrouvent pas que chez les lecteurs occasionnels et réguliers de notre typologie mais bien dans tous les profils.

Les rythmes de lecture chez les personnes rencontrées dans le cadre des coups de sonde sont souvent liés aux occupations. Ceux qui lisent le plus sont généralement des étudiants et des retraités, les personnes lisant le moins étant globalement des parents et des professionnels. Les lecteurs occasionnels manquent généralement de temps pour la lecture en raison des activités diverses qu'ils doivent assurer pour la gestion familiale ou professionnelle. Souvent, la lecture devient alors un moment de détente et d'évasion : « Je m'endors sur mes livres » (CS53)

Les lecteurs réguliers prennent le temps de lire car ils perçoivent dans la lecture un moyen de s'instruire, de se construire et de s'évader. Une minorité doit également lire dans le cadre de leur travail. Âgés de 18 à 25 ans, ainsi que 63 ans et plus, les lecteurs assidus ont souvent davantage de temps pour lire.

Par ailleurs, même si la lecture est généralement rattachée aux livres, six des répondants ont affirmé lire sous une autre forme, soit des journaux, des revues, des magazines et des articles sur le Web.

3. Intérêt et incitations

La jeunesse apparaît comme un temps privilégié pour l'attachement au livre dans la quasi-totalité de l'échantillon : « Le livre, c'est de jeunesse. » (EL22). Majoritairement, c'est l'enfance qui est identifiée, parfois l'adolescence et très occasionnellement la vingtaine. On repère aussi des parcours atypiques qui sont cependant minoritaires : lecture à l'armée, lecture suite à une maladie, début d'une volonté d'écrire...

Les lecteurs rencontrés indiquent deux sources externes principales en lien avec leur goût pour la lecture : la famille et l'école. Pour une part des répondants, il y a eu une incitation familiale à la lecture ou au moins un encouragement. Ainsi EL17 pouvait compter sur sa mère qui l'amenait régulièrement à la bibliothèque, ainsi que son père qui lui racontait des histoires tous les dimanches matins. D'autres ont vécu dans un milieu au sein duquel le livre était très accessible, ce qui a développé leur intérêt : « Chez moi, mon père lisait des tas de livres, de tous les genres, qu'il empruntait à la bibliothèque ou qu'il achetait usagés. Et moi, dès mon adolescence, j'ai pu emprunter ses livres et je les ai dévorés. » (EL2)

À l'école, certains se rappellent de rencontres littéraires avec des classiques marquants tandis que d'autres identifient un enseignant ou un cours en particulier comme déclencheur de l'intérêt. Ainsi EL43 a « commencé à lire au cours classique, à fréquenter les grands auteurs. » EL25 estime avoir commencé à lire à 12 ou 13 ans grâce à une professeure, avant d'arrêter faute de stimulation puis de reprendre à 17 ans, en découvrant un genre littéraire particulier.

La bibliothèque revient à onze reprises dans les origines de l'intérêt, dévoilant parfois un attachement émotionnel fort : « En sortant de la bibliothèque, je sentais toujours les livres empruntés, ils sentaient la bibliothèque, quel bonheur ! » (EL30) La sortie à la bibliothèque est liée soit à l'incitation des parents, soit à une décision personnelle souvent présente à l'adolescence ou à la vingtaine.

Pour une part minoritaire des répondants, l'explication de leur intérêt pour la lecture se retrouve dans des caractéristiques associées à leur personnalité. La vision du livre et de la lecture sont ici teintées de traits personnels, définis comme relevant du caractère, par exemple la curiosité ou la tranquillité : « Le fait d'être solitaire et un peu introvertie m'a poussée à lire, mais aussi le fait que je sois curieuse de nature. » (EL37)

Les bandes dessinées (et Tintin en tête...) sont identifiées par quatre répondants comme la source de leur intérêt pour la lecture. Pour EL28, « [c]’est la première initiation à la lecture et à l’image. »

Les incitations concernant le choix du type d’ouvrage sont très nombreuses, la majorité des répondants avançant plusieurs éléments déterminants dans leurs choix : « C’est un mélange de plusieurs choses. » (EL3) L’intérêt se construit par cette addition d’influences, comme en témoigne EL32 qui affirme avoir acheté un livre impulsivement avant d’identifier les raisons de l’intérêt : « [J]’avais aimé lire cette auteure dans son livre précédent et regardé une entrevue télé avec elle. »

L’entourage apparaît très régulièrement : conjoints, parents, enfants, famille élargie, amis, collègues : « Le plus souvent, je me fie aux recommandations de ma mère, de mon conjoint, de mes amis... » (EL1).

Les prescriptions provenant des médias sont suivies par 29 répondants. On retrouve en majorité un intérêt pour les critiques et chroniques littéraires classiques, dans les journaux, magazines, à la télévision ou la radio. Quatre individus identifient la publicité comme une incitation dans leurs choix et intérêts, par exemple par la réception de listes de livres en rabais. Les ressources permises par Internet sont utilisées diversement par les répondants : soit ce sont des prescriptions issues de blogues littéraires ou de portails d’organes de presse classiques, soit ce sont des recherches concernant l’auteur ou le sujet *via* des moteurs de recherche ou des encyclopédies en ligne. Ici encore, on note une capacité, dans toutes les catégories d’âge, à multiplier les voies d’influence dans le développement des intérêts pour la lecture.

Il y a une très grande diversité dans les témoignages récoltés concernant le contenu du livre en tant que tel. La quatrième de couverture, l’esthétique de la couverture, le genre ou les thèmes abordés ainsi que la réputation de l’auteur sont identifiés comme facteurs. EL6 suit des auteurs mais ne s’intéresse pas forcément à leurs livres si les sujets ne l’attirent pas. EL9, de son côté, dit ne pas se renseigner, ne pas s’intéresser à l’auteur et choisir en fonction du titre et de la couverture. La variété des critères d’importance varie dans l’ensemble de l’échantillon peu importe l’âge, le genre, le lieu de vie ou l’assiduité de lecture. Ces informations peuvent se retrouver soit une fois le livre entre les mains, soit par des explorations préalables. Les recherches portant sur les sorties, l’actualité des auteurs ou des maisons d’édition sont principalement effectuées par le biais des supports numériques (sites Web, applications, etc.).

D'autres incitations à la découverte sont repérables, six répondants disant feuilleter les livres pour en évaluer le style, deux autres notant l'importance du nombre de pages, cinq se disant fidèles à une maison d'édition tandis que d'autres adoptent des techniques originales, par exemple EL22, qui lit la page 99 d'un livre pour se faire une idée de son contenu.

De toutes les tranches d'âge confondues, les incitations à la lecture proviennent au sein des individus rencontrés lors des coups de sonde généralement des réseaux sociaux, de la recherche sur le Web, de la prescription médiatique, et des journaux, magazines, revues et critiques littéraires. Également, les critères de sélection d'un livre peuvent être liés aux auteurs, aux thèmes et à la couverture.

« Ce qui pique ma curiosité, ce sont les conseils d'amis. » (CS47) La majorité des personnes rencontrées a ainsi exprimé l'importance des réseaux sociaux dans leurs incitations à la lecture. Les 18-25 ans ont précisé les recommandations des amis, tandis que les 26-35 ans et les 35-45 ans ont davantage mis l'accent sur les collègues ou la famille. Également, dix personnes ont spécifié que leurs sources d'informations sont les réseaux sociaux.

Dix-neuf répondants ont mis de l'avant l'importance de la recherche sur le Web dans leurs choix de livres, notamment par le biais de blogues (*Sophie lit*, *Urbania*, *Night Life*), de critiques (Amazon, Archambault, Renaud-Bray) et de recherches sur Google.

L'importance de la prescription médiatique, télévisuelle et radiophonique, se retrouve chez 19 répondants. Plusieurs ont exprimé leur attachement à la télévision et l'influence d'émissions telles que *Toute le monde en parle* (Société Radio-Canada), *BazzoTV* et son club de lecture (Télé-Québec), *Lire* (ARTV). Cinq répondants ont exprimé leurs habitudes d'écouter l'émission radiophonique *Plus on est de fous, plus on lit!* (Société Radio-Canada). « Quand quelqu'un parle d'un livre [sur Radio-Canada], j'ai tendance à le vérifier sur Internet. » (CS14)

La majorité des 56 ans et plus souligne l'importance des journaux dans les recommandations de livres, notamment *La Presse* et *Le Devoir*. La lecture de magazines, revues et critiques littéraires au format papier se retrouve chez 15 personnes rencontrées, surtout dans les tranches d'âge de 18-25 ans et 56-65 ans. Les revues *Lire*, *Liberté* et le *Magazine Littéraire* sont notamment citées.

Ceci étant dit, certains affirment ne pas se soucier des aspects médiatiques associés à l'écosystème du livre, comme CS180 : « Je regarde les éditeurs, le contenu et la forme plus que l'enrobage médiatique autour. »

Dans presque toutes les tranches d'âge, la majorité des répondants pointe l'importance de l'auteur dans le choix d'un livre. Certains ont leurs écrivains fétiches, et peuvent lire toute la bibliographie de l'auteur, tandis que d'autres ont leurs auteurs de références, et découvrent d'autres auteurs uniquement lorsqu'il y a des incitations provenant des réseaux sociaux et des médias.

À l'exception des 18-25 ans, la thématique et le genre du livre sont des éléments de premier plan dans le choix d'un livre : « J'aime les livres qui m'interpellent : c'est le contenu qui compte. » (CS69) Certains vérifient d'abord avec la quatrième de couverture que le livre correspond au thème ou au genre choisi, tandis que d'autres recherchent des références de livres sur une thématique ou un genre à partir des conseils de libraires, de collègues, d'amis, de la famille ou de recherches sur le Web.

La majorité des 18-25 ans affirme que la couverture a une influence dans le choix d'un livre, sans apporter davantage d'explications. Ainsi en est-il de CS179 : « Je m'attarde sur les couvertures. »

4. Contenus

Certains répondants estiment que l'origine québécoise d'un livre n'en garantit pas la qualité. À l'opposé, une dizaine de personnes rencontrées considère que le fait que l'auteur soit Québécois est un incitatif supplémentaire. EL1 « trouve important de connaître et de faire connaître la littérature d'ici » et se dit lectrice de livres québécois dans la mesure où ceux-ci ont reçu de bons commentaires. Cependant, la littérature québécoise n'apparaît que très rarement comme un critère essentiel de choix. En outre, cette littérature est régulièrement rattachée aux auteurs classiques davantage qu'aux auteurs contemporains comme en témoigne EL41, pourtant une des plus jeunes lectrices de l'échantillon : « Ma connaissance en littérature québécoise est surtout liée à la poésie et aux écrivains classiques, je suis moins à l'affût des auteurs d'aujourd'hui. »

La question concernant le type de livres plébiscités témoigne d'une assez grande cohérence dans notre échantillon au sein duquel le roman prédomine pour plus des trois-quarts des personnes interrogées. On relève également des intérêts pour la bande dessinée, les livres de photographies ou encore les livres techniques spécialisés.

Certains lecteurs se concentrent sur la lecture d'un seul genre littéraire, ou d'un seul type de livre, là où d'autres témoignent d'une multiplicité d'intérêts. Il n'y a pas de corrélation en fonction de l'âge, du genre (femme/homme), ou du lieu de vie. On retrouve avec régularité dans les réponses des romans classiques, de science-fiction, policiers, à « l'eau de rose », de la poésie, du manga, de la bande dessinée.

Dans le cas des lecteurs privilégiant plusieurs genres, on repère une corrélation certaine entre le type de livre et les objectifs de lecture. On observe celle-ci dans le détail du sens que prend la lecture : « Ça dépend du type de livre lu. J'aime lire des romans pour m'évader, des documentaires pour m'éduquer, pour comprendre des sujets que je connais moins, ou encore me comprendre moi-même. » (EL33)

Le choix des contenus et du genre littéraire dépendent principalement, au sein des coups de sonde, des tranches d'âge étudiées, et peuvent être plus ou moins précises en fonction de l'âge des répondants. Les 18-25 ans ont généralement tendance à demeurer « abstrait » dans leur choix de genre littéraire, et semblent davantage porter un attrait au contenu d'un livre plutôt qu'à son pays d'origine. À l'inverse, les 56 ans et plus savent précisément les genres littéraires qu'ils lisent et présentent davantage un attrait pour le pays d'origine que pour le contenu en tant que tel.

Déclinons les résultats obtenus selon différents genres évidemment non exhaustifs. La majorité des tranches d'âge lit davantage de romans que d'essais et de documentaires. La précision des goûts concernant les genres et les thèmes s'effectue progressivement avec l'âge, expliquant ainsi pourquoi la majorité des 18-25 ans lit en général des essais et des romans, les 26-35 en majorité des romans, des essais et des romans policiers, les 33-45 ans des romans policiers, des romans historiques et des biographies, les 46-55 des livres de recette et des romans policiers, les 45-65 ans des romans et des romans policiers, et les 66 ans et plus des romans et des biographies.

Vingt-huit répondants lisent des romans policiers et des polars dont presque la majorité a entre 26 et 35 ans, et entre 56 et 65 ans. Les essais sont lus par 19 personnes, la plupart ayant entre 18 et 35 ans : « Ça m'aide à penser à des nouvelles idées. » (CS176) Le goût pour les biographies et autobiographies se retrouve chez 16 personnes, toutes tranches d'âge confondues.

La majorité des personnes a déjà lu de la littérature québécoise, généralement dans le cadre scolaire. Ce n'est pourtant qu'à partir des tranches d'âge des 46-55 ans, des 56-65 ans et des plus de 66 ans que la littérature québécoise devient un genre littéraire à part entière, généralement pour mieux connaître son histoire littéraire, pour encourager les auteurs ou par conviction nationale : « Ça colle beaucoup avec nos valeurs, nos références culturelles. » (CS75) Dix-sept individus lisent de la littérature québécoise sur une base régulière, et une dizaine de répondants ont exprimé le souhait d'en lire davantage.

La majorité des autres tranches d'âge met davantage la priorité sur le contenu ou l'auteur que sur le pays d'origine : « L'origine du livre n'est pas très important. » (CS173) Également, cinq personnes ont exprimé une certaine réticence concernant le style d'écriture de la littérature québécoise : « C'est écrit avec un niveau de langage que je pourrais avoir. » (CS189)

Dix répondants ont souligné l'importance de la littérature étrangère dans leur choix de lecture, dont la majorité est américaine.

Outre ces différences concernant l'origine des livres, certains mettent plutôt de l'avant un mélange entre contenu et origine : « Je cherche l'écriture authentique, mais prise dans un contexte spécifique. » (CS175)

CHAPITRE 3

LECTEURS ET LIVRES AU FORMAT PAPIER

Ce chapitre présente et détaille les habitudes liées à l'achat ou l'emprunt de livres au format papier par les personnes rencontrées. Ces habitudes sont organisées en fonction des motivations principales qui les sous-tendent, à savoir la praticité, l'opportunité, la découverte et la passion et le choix éthique. Nous concluons avec certaines autres thématiques évoquées. Notons que cet ordre ne représente pas une évaluation de leur importance globale ; autrement dit, il n'y a pas ici de hiérarchisation.

Tous ne justifient pas nécessairement la lecture du livre papier plutôt que numérique. On peut aisément supposer que cela est lié au fait que la découverte de la lecture pour l'ensemble du groupe rencontré a eu lieu par le biais du format papier.

1. La praticité

La question de la praticité dans l'achat ou l'emprunt comme dans l'objet lui-même revient très régulièrement. La simplicité de l'acquisition de l'objet n'est pas, cependant, une dimension exclusive mais plutôt un incitatif fort. Les trois-quarts des répondants évoquent ce champ lexical dans leurs justifications.

La proximité entre le lieu d'achat et les milieux de vie (domicile, travail, école...) est essentielle pour une grande partie des personnes. Étant donné la diversité des lieux de vie des individus rencontrés, il est difficile d'établir une hiérarchie des types d'espace de vente existant. On retrouve parfois les librairies indépendantes, les librairies à succursales ou les grandes surfaces. Entre les citadins et les personnes habitant dans les régions éloignées, le commerce le plus accessible n'est pas forcément le même. Ainsi, EL4 ne connaît aucune librairie indépendante dans sa région, et se tourne alors vers les librairies à succursales (dont elle apprécie par ailleurs la grande sélection).

L'inventaire représente justement un deuxième élément particulièrement récurrent dans les motivations de choix de lieux d'achat ou d'emprunt. Dans sa dimension pratique, c'est son ampleur, soit la quantité de livres proposés et la présence de sections spécialisées bien fournies qui alimente l'intérêt des acheteurs et usagers. EL31 apprécie les librairies à succursales car « [elles] ont l'espace, [elles] en ont beaucoup », tandis que EL2 plébiscite les bibliothèques publiques pour le « grand choix de livres de tous genres. »

Certains acheteurs, dont EL27, vont en priorité dans un lieu spécifique pour leurs achats et se tournent vers un autre si ce qu'ils veulent ne s'y retrouve pas. Dans son cas, elle va en ligne si jamais le livre recherché dans sa librairie à succursales habituelle n'y est pas. Pour d'autres, c'est dans une librairie à succursales que l'on se tourne si la librairie indépendante habituelle n'a pas le livre en inventaire.

On retrouve également des critiques concernant les lieux où l'inventaire est trop faible, trop grand public, trop spécialisé ou trop aléatoire, ce qui dépend évidemment des intérêts des lecteurs. EL18 est allé à une occasion dans une librairie indépendante et n'a pas apprécié l'expérience : « Il y avait pas assez d'offre, et c'est trop petit. » On repère ici un lien entre taille de la librairie et impression concernant la quantité de livres disponibles. EL39, de son côté, ne fréquente pas sa bibliothèque locale : « À Trois-Rivières, je ne trouve rien et à la BAnQ, je trouverais tout. »

EL41 note par ailleurs que l'accès au livre dépasse ce qu'il y a en rayon, notamment dans les librairies indépendantes : « Au final, il y est toujours possible de commander des livres et d'y trouver tout ce que l'on recherche. » La qualité de l'agencement des rayons, particulièrement dans les bibliothèques mais aussi dans les librairies indépendantes, constitue un autre argument mobilisé dans le registre de la praticité.

Une partie des personnes rencontrées considère qu'il est pratique de trouver dans un même lieu à la fois des livres et d'autres biens de consommation, que ce soit dans les grandes surfaces, d'autres points de vente ou certaines chaînes de librairies. EL15 apprécie de pouvoir effectuer des achats variés dans les librairies à succursales : « Il y a de la musique, des jeux, des cartes de souhait, et j'aime pour y flâner. C'est convivial. »

EL33 indique apprécier les sites de vente en ligne qui ne proposent pas que du contenu neuf : « On y trouve également plusieurs livres usagés à bon prix, que je peux trouver plus rapidement que si j'avais à fréquenter plusieurs librairies usagées. »

La praticité est une dimension assez régulièrement évoquée concernant les achats en ligne. La majorité des acheteurs de livre papier en ligne soulignent la rapidité et la facilité des transactions, qui s'ajoute aux bonnes affaires disponibles : « Si j'avais peut-être un peu plus d'argent, je serais peut-être un peu moins à jour sur les prix, mais je continuerais à acheter en ligne, car la livraison est rapide. » (EL39) La livraison au domicile permise par l'achat numérique est l'argument le plus souvent mis de l'avant. Enfin, EL41, qui vit dans une région périphérique, souligne un des avantages de l'achat en ligne : « Ça peut être intéressant en raison de l'emplacement où l'on vit. »

Tous ne partagent pas cet avis concernant la praticité des plateformes numériques. Pour EL43 par exemple, les librairies physiques ont tout ce dont elle a besoin : « Ça ne m'intéresse pas, je peux l'avoir à deux coins de rue. » Les achats en ligne que fait EL17 se réalisent quand « elle se sent paresseuse » et elle ne les favorise pas dans ses habitudes.

Quatre utilisateurs soulignent que leur recours aux livres en bibliothèque est lié à leur volonté de ne pas conserver de livres à domicile : « Je ne tiens pas à acheter tous les livres que je veux lire – je manquerais de place chez moi ! » (EL33) Cet aspect pratique spécifique aux bibliothèques se complète d'un autre, à savoir la réservation. Ici encore, on note que la possibilité de faire mettre de côté des

copies d'un livre facilite la lecture mais peut aussi montrer ses limites, notamment avec les nouveautés, ce qui gêne une poignée d'utilisateurs. EL2 reconnaît les délais tout en les minimisant : « Bien sûr, pour les nouveautés, il faut attendre, mais il y a tellement de livres que c'est possible d'attendre sans s'impatienter. »

Au-delà des lieux où obtenir des livres, la praticité s'exprime dans les formats plébiscités. Les livres de poche représentent bien cette tendance : « J'achète généralement les éditions de poche, car ils prennent moins de place quand je les traîne dans mon sac à dos ou à main. » (EL1)

L'aspect pratique de l'achat d'un livre est, pour les personnes rencontrées lors des coups de sonde sur les lieux d'achat, le motif premier de choix du lieu d'acquisition. Cependant, si cette justification revient le plus régulièrement, elle n'explique pas seule la fréquentation ou la non-fréquentation. L'aspect pratique se décline en plusieurs modalités : la proximité, la simplicité et la rapidité d'achat ou d'emprunt, ainsi que la diversité des achats possibles se détachent comme étant les trois principales.

La justification la plus régulière, chez l'ensemble des répondants, concerne la proximité du lieu d'achat ou d'emprunt par rapport au domicile, au travail ou au trajet quotidien. Les entretiens soulignent donc une très grande diversité de situations selon la configuration personnelle. La facilité d'accès selon une dimension plus large semble un élément également important, et ce peu importe le type de région. Par exemple, CS139 indique qu'elle fréquente une librairie à succursales et une grande surface, qu'elle compare les prix, mais que c'est surtout l'accès qui est décisif : « C'est plus facile d'aller chez Costco pour le stationnement. » Une minorité des défenseurs des librairies indépendantes regrette de ne pas pouvoir les fréquenter régulièrement, notamment lorsqu'il n'y en a pas à proximité.

L'ampleur de l'inventaire est une dimension décisive dans les choix de fréquentation. L'inventaire est abordé à la fois pour définir la qualité du lieu – comme nous le détaillons dans le point suivant – et pour son aspect pratique : un inventaire important permet d'effectuer des achats diversifiés, ce qui représente un critère décisif pour environ un tiers des répondants. Il est très intéressant d'observer que, selon les individus, ce ne sont pas les mêmes types de structures qui ressortent comme les plus adaptées en termes de variété d'inventaire. CS19 préfère fréquenter les librairies indépendantes, ce qu'il explique ainsi : « Ici l'offre est plus diversifiée et mieux adaptée à mes intérêts et à mes besoins. » CS65 fréquente régulièrement une librairie indépendante mais lui fait parfois faux bond, en raison de ce qu'il recherche, sous-entendant que les librairies à succursales ont davantage d'inventaire : « Si je ne

trouve pas ici, je vais aller chez Renaud-Bray ou Archambault. Mais c'est mon dernier choix. » Plus marginalement, les bibliothèques et les sites de vente en ligne sont également nommés au titre d'espaces particulièrement bien dotés concernant l'inventaire.

À l'opposé, un inventaire trop petit ou l'absence de rayons spécialisés est regretté et peut apparaître comme une raison de non-fréquentation ou plus simplement comme une réserve. Ainsi, CS9 note au sujet de la librairie indépendante dans laquelle il a été rencontré que « c'est très diversifié, mais on aimerait ça que ça soit gros comme Renaud-Bray. J'aimerais qu'il y ait plus de choix pour les enfants. »

L'achat en ligne est très peu plébiscité par les personnes rencontrées lors des coups de sonde. Lorsque c'est le cas, c'est le prix et la praticité du service qui sont mis de l'avant : « La facilité. Ça me prend trois minutes pour acheter un livre et le service est rapide » (CS29). La livraison à la maison constitue, pour ceux qui font des achats de livre au format papier en ligne, la dimension la plus appréciée. Amazon revient, dans l'ensemble des réponses obtenues, comme le référent en matière d'achat en ligne. Très marginalement, on voit apparaître le portail numérique des libraires, ceux des librairies à succursales ainsi que d'autres acteurs du papier ou du numérique (Fnac, Kobo...).

Les librairies à succursales sont régulièrement associées à des objets autres que le livre et particulièrement à la musique et au film par ceux qui les fréquentent. Les propos recueillis dans les coups de sonde ne permettent pas de statuer si cela constitue des éléments incitatifs ou au contraire négatifs.

La question des formats utilisés tant pour le papier que pour le numérique est justifiée en partie par l'aspect pratique soit du format poche, soit du numérique en général ou du PDF par rapport aux autres formats en ce qui concerne le numérique. Cependant, le très faible taux de réponses détaillées sur cette question limite la possibilité d'en tirer des conclusions à l'aide des informations recueillies lors des coups de sonde.

2. L'opportunité

Si quatorze répondants considèrent que leurs achats sont plutôt planifiés, sept estiment qu'ils sont plutôt ou totalement spontanés et quinze disent autant planifier que se laisser aller à l'occasion. EL31 note que cela dépend du contexte : « Je dirais les deux mais comme j'ai plus de temps pour moi, la spontanéité est plus importante. » Au-delà de la spontanéité de l'achat, on peut voir une forte tendance, chez la majorité des personnes rencontrées, à l'achat ou l'emprunt selon l'opportunité qui s'offre à elles. Parfois celle-ci se rapporte à la découverte inopinée d'un livre intéressant, parfois à l'aubaine économique que son prix représente.

En effet, la première dimension concerne le prix, en neuf comme en usagé, et ce pour plus des deux tiers des personnes rencontrées. Le choix, à la fois du lieu d'achat, et parfois du livre acheté, est ainsi corrélé au coût. La régularité des bas prix dans certains points de vente explique également leur fréquentation plus régulière, particulièrement pour les sites de vente en ligne chez les usagers de ce service. EL24 pousse sa recherche du bon prix en ligne : il apprécie naviguer chez Amazon quand il recherche un livre car ils ont, selon lui, la meilleure moyenne au niveau du coût (il a calculé un rabais moyen de cinq dollars...). Si plusieurs formats sont proposés, il se procure le moins cher.

Le prix constitue aussi une motivation supplémentaire dans la fréquentation des bibliothèques. Plusieurs soulignent l'avantage de ne pas payer un livre qui décevrait. EL31 trouve ainsi avantageux « le fait de lire sans acheter, d'être déçue par un livre et de le remettre sans l'avoir payé. » Il existe également des pratiques d'achat d'opportunité liées en priorité au prix : « Lorsque je fréquente une grande surface, c'est pour l'achat d'autres articles ; mais quand je passe devant les étalages de livres, je vérifie quand même les livres et leurs prix. » (EL32)

Certains lecteurs, minoritaires, n'hésitent pas à comparer des prix entre plusieurs points de vente afin de s'assurer de se procurer le moins cher. C'est le cas de EL39 : « Je rentre dans la librairie, je regarde le prix et je compare avec les prix en ligne. » Une dizaine de répondants se servent des plateformes numériques pour comparer les prix et se renseigner, mais n'achètent pas forcément. Ainsi, EL6 explique avoir déjà acheté chez Amazon mais, ayant lu des éléments concernant les pratiques de l'enseigne, elle affirme préférer comparer les prix, voir les informations, et commander par le biais de son libraire.

La motivation à l'achat ou l'emprunt par opportunité concerne également ce qui relève du hasard. Cependant, seuls trois répondants disent avoir acheté des livres dans des endroits inhabituels, et ce de manière plutôt occasionnelle. Une majorité des répondants souligne qu'ils ne cherchent pas de livres à l'extérieur des librairies : « Je n'achète pas de livre dans ces points de vente. Je fais mon épicerie à l'épicerie. J'achète mes médicaments à la pharmacie. Je n'aime pas trop ce mélange des genres. » (EL16)

Les librairies de livres usagés offrent l'opportunité, selon ceux qui les fréquentent le plus assidument, de mettre la main sur des raretés, mais aussi de redécouvrir des classiques ou des livres déjà lus. « Ça m'arrive aussi de trouver des petits bijoux de livres qui sont discontinués et impossibles à obtenir. » (EL2)

On retrouve dans l'ensemble des participants des coups de sonde plusieurs stratégies d'achat oscillant entre planification et hasard. Il ne semble pas y avoir de mode d'achat typique en lien avec l'âge, le lieu de vie ou le genre. La plupart des individus s'exprimant sur le sujet notent cependant qu'ils n'ont pas les mêmes habitudes lorsqu'il s'agit d'un livre pour eux ou lorsqu'il s'agit d'un cadeau, les deux pouvant être liés comme chez CS103 : « J'évite d'acheter, car je lis trop vite. Si j'ai beaucoup aimé un livre, je peux l'acheter pour l'offrir en cadeau. »

Que ce soit pour des achats impulsifs ou des achats planifiés, le prix semble constituer un élément important dans la décision de l'acquisition. Il est particulièrement nommé en ce qui concerne les achats en grande surface et les achats en ligne. CS71 ne fréquente les librairies indépendantes que lorsqu'elle voit des occasions spéciales avec des prix bas ; elle estime ne pas avoir les moyens en temps normal. La comparaison des prix est une pratique courante chez environ 1/6 des répondants, qu'elle mène ou non à un achat à l'endroit où c'est le moins cher. Ainsi, CS178 indique parfois acheter en grande surface en raison du prix qui peut représenter, selon elle, jusqu'à « 9 \$ de différence entre Walmart et la librairie » de sa ville. De nombreuses stratégies visant à avoir à la fois les informations pour faire son choix et le meilleur prix sont déployées par certains lecteurs : CS117 va dans une librairie à succursales pour se tenir au courant des nouveautés mais commande ensuite en ligne. CS10 utilise, dans les librairies, son téléphone intelligent pour comparer les prix et n'achète que si le prix est identique ou meilleur dans le magasin. Ces stratégies se déclinent dans plusieurs espaces, comme l'aborde CS110 : « Les livres sont très chers, donc, par exemple, si je cherche un roman, je vais regarder sur le site [plateforme Web d'une librairie à succursales] pour voir le prix. S'il est trop élevé, je vais ensuite regarder en usagé et ensuite en numérique. »

Les librairies qui permettent l'achat d'un livre usagé sont partiellement plébiscitées pour les prix proposés : « Elles permettent aux gens qui n'en ont pas les moyens d'acheter des livres. » (CS145) L'achat en usagé ne se fait pas que dans des librairies : les comptoirs de type Centraide ou les sites de vente d'objets usagés en ligne comme Kijiji reviennent ainsi régulièrement dans les réponses.

Pour les répondants qui estiment ne pas planifier leurs achats, la disponibilité instantanée du livre est particulièrement importante. Par exemple CS47, qui fait souvent son épicerie dans une grande surface à bas prix, achète occasionnellement des livres et justifie cela de la façon suivante : « Juste le fait que ce soit disponible, si je peux, je vais aller chez [un libraire indépendant] mais le fait que ce soit juste là, je vais les prendre. » Cette position est cependant minoritaire, la majorité des répondants indiquant soit ne pas fréquenter de grandes surfaces pour leurs achats de livres, soit ne pas penser que celles-ci ont dans leurs inventaires des livres qui pourraient leur plaire. EL21 considère, par exemple, que les livres vendus dans les grandes surfaces sont « du papier toilette. » La raison du non-achat en grande surface est souvent justifiée pour des raisons éthiques (voir plus loin).

Il est intéressant de noter qu'environ 10 % des personnes rencontrées soulignent contourner régulièrement leurs principes d'achat. Ainsi, CS178 met de l'avant qu'elle peut acheter un livre en sachant qu'elle l'aurait à meilleur prix ailleurs si l'envie de le lire tout de suite est forte. CS77, de son côté, témoigne de la difficulté à tenir ses principes lorsqu'une bonne opportunité économique se présente en grande surface : « Les prix sont intéressants mais j'ai un conflit personnel avec la rémunération des auteurs. Mais parfois, le portefeuille parle plus fort. »

Nous avons déjà indiqué qu'il est délicat de tirer des conclusions concernant les formats de prédilection des personnes rencontrées en raison de la faible proportion de réponses détaillées sur cette question. Notons toutefois que, pour beaucoup de lecteurs et particulièrement ceux fréquentant les bibliothèques et les librairies de livres usagés, le format importe peu. Outre l'aspect pratique, le format poche est apprécié pour des raisons économiques comme chez CS134 qui dit préférer l'usagé au neuf et le poche au classique parce que « c'est moins dispendieux. »

3. Conditions et facteurs de découverte et de la passion

Nous avons pu identifier un troisième bloc thématique rassemblant des motivations à l'achat ou à l'emprunt, soit celui qui permet au lecteur de développer sa passion et de poursuivre ses découvertes.

Ici, la qualité du service et des conseils est primordiale. À ce titre, les librairies indépendantes sont régulièrement évoquées : « J'aime le service personnalisé qu'on y reçoit. » (EL1) Dans certains cas, la sélection est adaptée aux besoins de la clientèle, ce qui est très valorisé, comme pour EL26 qui fréquente parfois une librairie indépendante : « Ils savent un peu ce que les enseignants veulent, [ils] ont beaucoup de livres qu'on peut utiliser en classe. » Le même répondant fréquente cependant principalement une librairie à succursales pourtant éloignée, justifiant cela par le service offert : « Les libraires sont très impliqués et font leur travail ».

A contrario, certaines chaînes sont pointées pour leurs manques à ce niveau : « Je sais qu'il y a des libraires [dans une librairie à succursales], mais je n'en ai jamais vu. » (EL30) Les usagers en recherche de conseils soulignent donc que tous les espaces de vente ne sont pas nécessairement accueillants. Notons cependant qu'une dizaine de répondants ne semblent pas être intéressés par les conseils qui pourraient leur être fournis. Ce groupe s'équilibre avec un autre, particulièrement friand de services personnalisés et de dispositifs de fidélisation de la clientèle. EL29 apprécie particulièrement la librairie indépendante de proximité, chez qui elle a par ailleurs une carte de fidélité, parce qu'elle dit apprécier qu'on la reconnaisse.

Les bibliothèques qui proposent des livres selon la formule « coup de cœur » sont également appréciées : « J'aime beaucoup fréquenter ma bibliothèque municipale. Ce que je préfère c'est la section coup de cœur. Souvent, je ne fouille même pas dans les rayons. Je prends ce qui est proposé et je suis rarement déçue. » (EL40). On voit dans cet exemple que le conseil est autant important que l'accès au livre dans le service rendu. Les recommandations émanent principalement des libraires, soit par le biais des dispositifs de présentation, soit à la suite de questions émanant des clients. On repère une dynamique similaire en bibliothèque. Comme vu dans le chapitre précédent, ces recommandations s'ajoutent à celles des médias, des amis, de la famille. Les recommandations des sites Web en ligne ne sont mentionnées que de façon très marginale. Tous n'apprécient pas les conseils directs, mais ici encore, cela dépend du rapport individuel au livre : « Une belle présentation et du choix m'inspirent à consommer beaucoup plus que les conseils d'une librairie, par exemple. » (EL37)

Il est toutefois intéressant de noter que l'absence de conseil, d'expertise ou d'information peut expliquer la non-fréquentation d'un type de lieu de vente. Ainsi, EL5 n'a pas une bonne image des librairies à succursales : « Ce qui me déplaît est qu'il est parfois difficile de se faire conseiller. »

À cette première dimension s'ajoutent des considérations portant sur l'inventaire et la sélection des livres. Ici, ce n'est pas la praticité d'un inventaire élargi qui est au premier plan mais bien la qualité des choix ayant permis sa constitution. E3 dit beaucoup aimer et fréquenter les librairies indépendantes en priorité pour cette raison : « J'aime mieux payer un peu plus cher pour les encourager, car je trouve qu'ils font plus attention dans leurs choix de livres. » Les personnes qui fréquentent les librairies de livres usagés défendent ces lieux pour des raisons analogues : « Ces environnements sont souvent de petites grottes emplies de trésors où il est possible d'échanger avec les employés. » (EL41). On souligne que l'inventaire est lié aux choix des professionnels travaillant dans ces lieux.

À l'opposé, certaines enseignes ne sont pas fréquentées en raison de leur sélection. C'est par exemple le cas pour les espaces de vente non tenus par des critères d'inventaire. Ainsi, EL6, qui vit à l'extérieur du Québec, ne fréquente pas certaines librairies à succursales car, selon elle, « [l]es livres [qu'elles] proposent sont pas assez profonds pour moi. »

Certains estiment qu'il est agréable de flâner, de prendre son temps dans le lieu d'achat ou de consultation. EL6 « préfère les librairies tranquilles avec un coin lecture pour bouquiner », comme EL19 qui affirme : « J'adore, lorsqu'il y a quelques chaises, ici et là, pour que je puisse feuilleter le livre qui m'intéresse. » Cependant, ce type d'avis n'est pas partagé par tous, peu importe l'âge, le genre, le lieu de vie ou l'intensité de lecture, comme en témoigne la grande variété des réponses obtenues à la question du temps passé en magasin avant le choix du ou des livre(s).

L'achat d'un livre en particulier peut être motivé par une volonté de se constituer une bibliothèque. EL26 « aime acheter les livres, les avoir, les posséder » et voit ses livres comme une collection. Dans la constitution de cette dernière, l'intérêt pour de beaux livres plutôt que pour des livres de poche surgit. Par exemple, depuis que le critère économique de l'achat n'est plus central dans la démarche d'EL25, il plébiscite les grands formats : « Les grands formats restent toujours les plus plaisants à lire, et sont de toute beauté. »

En ce qui concerne les bibliothèques, une part des usagers considère que la lecture en bibliothèque peut être un préalable à l'achat d'une copie en librairie : « Quand je lis des bons livres, je vais par la suite les acheter » (EL42) Les activités de la bibliothèque forment une motivation supplémentaire à l'intérêt pour le livre chez certains utilisateurs, comme EL30 qui considère que celles-ci sont des « impulsions à la lecture. » EL5 participe à deux groupes d'écriture qui ont lieu dans sa bibliothèque municipale, et il « en profite pour emprunter et rendre [ses] livres format papier lors de ces sorties. »

Les choix et découvertes s'insèrent parfois dans des stratégies complexes qui mobilisent les influences liées aux goûts et aux réseaux de connaissances. Ainsi EL8 se renseigne sur le Web quand elle entend parler d'un livre, soit par des critiques soit par des amis, afin d'en évaluer la disponibilité et le prix. L'achat planifié prend place dans la passion de certains lecteurs, notamment par l'engagement au sein de clubs de lecture (qui supposent des achats ou des emprunts synchronisés) ou bien par la tenue de liste de livres à lire. EL29 utilise une liste, en bibliothèque comme en librairie, avec une hiérarchie des livres qu'elle souhaite obtenir en priorité.

Enfin, la découverte se fait parfois en lien avec l'auteur. Outre les recherches qui peuvent être réalisées notamment par le biais d'outils numériques, c'est la dimension préconisée par ceux qui fréquentent des salons du livre. EL30 les fréquentait, plus jeune, pour découvrir des auteurs qu'elle ne connaissait pas, et voir « en chair et en os » les auteurs qu'elle admirait.

Le choix du lieu d'achat ou d'emprunt est lié, chez environ un cinquième des répondants des coups de sonde, au développement de leur passion pour le livre et la lecture. On retrouve ici des justifications qui font de la qualité des conseils, des informations reçues ou encore de l'inventaire (fonds et nouveautés) des éléments clés dans les habitudes de consommation et de fréquentation.

Les librairies indépendantes sont les structures les plus souvent citées par ceux qui valorisent les conseils et l'aide dans le choix ou dans la récolte d'informations. Ainsi, pour CS169, dans les librairies indépendantes, « le service est plus personnalisé, les librairies font plus de démarches pour nous. » Le premier élément de justification de fréquentation des librairies indépendantes, à l'exception de celui de la proximité physique, est d'ailleurs la dimension de conseil. Si des librairies à succursales sont également valorisées pour les conseils reçus, il semble que le temps que prennent les libraires dans les structures indépendantes constitue une particularité. C'est ce qu'exemplifie CS61, acheteur exclusif en indépendant : « J'aime les petites librairies car les personnes prennent le temps de conseiller. »

De nombreux utilisateurs contournent le sens premier de certains sites Web marchands pour y recueillir uniquement de l'information avant d'aller acheter ailleurs. Ainsi, CS165 utilise les plateformes d'achat en ligne mais sans acheter : « Je ne vais pas le commander en ligne, mais vérifier s'il est disponible. » CS80 fréquente des sites de vente en ligne parfois pour commander mais aussi « pour savoir quoi demander aux libraires. » L'impossibilité de toucher et de consulter les livres explique un désintérêt assez régulier pour les plateformes de vente en ligne chez une part des répondants, par exemple CS29 qui estime que les commentaires laissés par les autres usagers n'ont pas une grande valeur : « Tu as juste les idées des gens qui ont lu le livre mais ils n'ont peut-être pas la même conception que toi. » On peut voir ici que l'avis du libraire et l'avis d'un lecteur ne sont pas identifiés au même niveau, en général.

Si les librairies à succursales sont régulièrement citées pour la diversité de leur inventaire, la possibilité de trouver de la rareté est rattachée très majoritairement aux librairies indépendantes. Ainsi, pour CS174, « [ç]a te permet de trouver des livres que tu trouverais pas ailleurs » tandis que CS14 applaudit la profondeur de l'inventaire qu'il trouvait dans la librairie indépendante qu'il fréquentait dans son ancienne ville : « Tu peux avoir des grands crus, et tu peux avoir les livres rares. »

Une quinzaine de répondants estiment avoir largement diminué leurs achats de livres avec le temps, soit pour aller vers le numérique, soit pour aller vers les bibliothèques. Ce phénomène semble corrélé avec l'âge puisqu'on les retrouve sensiblement chez les plus de 46 ans, comme CS130 : « Je n'achète pas beaucoup de livres, je vais plus à la bibliothèque. » À partir de 46 ans, plus d'un tiers des répondants indique emprunter davantage qu'ils n'achètent⁹. À l'opposé, la majorité des moins de 25 ans empruntent rarement à la bibliothèque, témoignant dans leurs propos d'une volonté de posséder leurs livres pour pouvoir les lire à leur rythme, les relire, annoter les ouvrages ou encore se constituer leur bibliothèque... L'âge semble donc avoir un impact sur les habitudes d'acquisition et d'emprunt même si, évidemment, il existe des usagers de bibliothèques chez les plus jeunes et des lecteurs de plus de 46 ans qui désirent pouvoir posséder les livres qu'ils lisent.

Une quarantaine de répondants tiennent une liste de livres à acheter ou à emprunter. Cependant, tous les lecteurs s'estimant passionnés ou lisant plus de 50 livres par année n'en tiennent pas ; la

⁹ Il serait intéressant de mettre en parallèle ce résultat avec les données de fréquentation des bibliothèques publiques. Cela ne fait toutefois pas partie du mandat de la recherche, et celle-ci s'inscrit dans le cadre d'une démarche qualitative plutôt que quantitative.

planification des achats et des emprunts ne semble donc pas corrélée à la passion de la lecture chez les personnes rencontrées. Le type de réponse le plus régulièrement retrouvé à la question de la planification vient en fait souligner la diversité des pratiques : CS81, comme la majorité des personnes rencontrées répond, lorsqu'on lui demande s'il planifie ses achats : « Oui et non, ça dépend. » La majorité ne semble pas avoir une seule stratégie précise, comme par exemple CS95, qui achète souvent en ligne, va « flâner sur la tablette » pour ses découvertes, comportement assez répandu dans les lieux de vente physique chez nos répondants. Une quinzaine de répondants planifie les achats lorsqu'ils offrent des livres mais pas pour leurs propres lectures. Enfin, pour une vingtaine de répondants, leur goût de la lecture les pousse à ne pouvoir planifier qu'une part de leurs achats ou emprunts : « La plupart du temps je sais ce que je cherche, mais ce qui va arriver c'est que je vais sortir avec ce que je cherche et autre chose. Parce que ma curiosité a été attirée par autre chose. » (CS65)

Une minorité des répondants s'exprimant sur la question estime être prête à déboursier davantage pour avoir le format classique d'un livre particulièrement désiré ou apprécié plutôt que le format poche. Le format classique y est associé aux livres à conserver en bibliothèque, aux livres des auteurs favoris ou à ceux destinés à être offerts en cadeaux.

4. Le choix éthique

Un autre registre de justification relève de l'éthique, de choix moraux ou politiques.

La motivation concernant la fréquentation d'un lieu en particulier peut s'expliquer par des motifs relevant plutôt de l'éthique, de la morale, voire de l'engagement social. Il en va ainsi de la défense des librairies indépendantes par certains lecteurs qui estiment que celles-ci exercent un rôle particulier dans la circulation de la culture. Ainsi, EL2, qui fréquente aussi des librairies à succursales, va souvent dans des librairies indépendantes « pour leur permettre de rester dans le marché et éviter leur effondrement. » Il est intéressant de noter que plusieurs répondants défendent l'existence des librairies indépendantes tout en estimant qu'elles n'offrent pas dans des conditions optimales les livres qui les intéressent (notamment concernant l'inventaire). Une part de ce groupe, à qui s'ajoutent d'autres personnes rencontrées, va refuser d'encourager certains lieux. Ainsi, EL25 refuse d'acheter en ligne chez un joueur important : « le problème d'Amazon est l'homogénéisation de l'offre culturelle malgré la soi-disante suggestion. »

Ce refus peut être de principe, motivé par la place du livre dans l'offre du vendeur ou encore par rapport à des problématiques autres. Ainsi, le fait que des librairies à succursales vendent autre chose que du livre reçoit des critiques : « Je trouve ça effrayant qu'on soit obligé de vendre des cochonneries et des jouets, et finalement des choses qui ont rien à voir avec la lecture pour pouvoir survivre. » (EL12) EL13, de son côté, ne fréquente pas les grandes surfaces pour des raisons qui dépassent le livre : « Je suis contre l'hyperconsommation et l'hyperproductivité. »

Les principes peuvent parfois être contournés quand les habitudes sont ancrées, comme en témoigne EL1 qui fréquente des librairies à succursales par praticité tout en essayant de les éviter car elles ne sont, selon elle, « pas très généreux avec les auteurs¹⁰. »

Le choix de l'encouragement à une librairie ou un lieu peut également être lié à des objectifs transversaux : « Les livres sont moins chers, c'est de la réutilisation (donc plus écologique) et j'aime l'ambiance de ces librairies [usagées]. » (EL1) Il peut aussi relever d'une fidélité de principe, certains

¹⁰ Il s'agit ici d'une opinion/interprétation exprimée par le répondant. Si cela ne correspond pas nécessairement à la « réalité » vécue par les acteurs de l'écosystème du livre, il n'en demeure pas moins que la compréhension de cette opinion est importante pour les acteurs dans le cadre de leurs relations avec les lecteurs.

témoignant d'une fréquentation de librairies indépendantes de proximité depuis de longues années. Le commerce local, au-delà de l'aspect pratique, est également mis de l'avant pour des raisons humaines. EL16 fréquente les librairies indépendantes pour plusieurs raisons, dont l'encouragement de la pérennité des commerces locaux : « On se doit, en tant que consommateurs, d'encourager nos entrepreneurs/entreprises de proximité. »

Enfin, certains soulignent ne pas aimer des lieux dans lesquels ils achètent pourtant l'essentiel de leurs livres. EL34, qui fréquente un important site Web de vente en ligne par manque de temps et crainte de se déplacer pour rien dans une librairie physique, explique pourtant les détester : « J'espère juste que la distribution va s'améliorer et que j'aurai d'autres options. »

Le choix éthique concerne souvent les librairies indépendantes qui sont plébiscitées à la fois pour leurs services, nous l'avons vu, mais aussi pour ce qu'elles représentent. Ainsi, CS147 estime qu'il a « un devoir civique d'encourager les librairies indépendantes » tandis que CS145 affirme : « Je suis fidèle aux librairies, j'ai un devoir de fidélité. » Cette posture est ici particulièrement explicitée mais on en retrouve d'autres déclinaisons, notamment en lien avec le territoire chez une dizaine de répondants, dont CS69 : « Je vais à la librairie [...] car je veux encourager le commerce local. » Le lien entre auteurs locaux et librairie indépendante ou de proximité apparaît également dans la justification de la fréquentation : « C'est intéressant, car elles offrent pas le même service que les librairies à succursales. Je veux les encourager pour encourager les auteurs moins connus. » (CS23)

Il est cependant important de souligner que près de la moitié des personnes rencontrées dans le cadre des coups de sonde indique ne pas comprendre ou ne pas être familier avec la différence entre librairie indépendante et librairie à succursales. Certains parlent de « librairie normale », catégorie regroupant à la fois les indépendantes et les succursales. La question de l'indépendance économique du lieu de vente ne semble donc pas se poser pour près de la moitié des personnes rencontrées. On retrouve cette position dans tous les groupes d'âge, lieux de vie et genres.

Nous pouvons, dans l'ensemble des réponses obtenues des coups de sonde, identifier une tendance assez forte, de l'ordre d'un tiers des répondants, pour la défense du livre et de la lecture. Celle-ci s'exprime de manière très diverse, soit par la fréquentation de certains lieux, par les livres offerts, par les discussions concernant les lectures ou par la transmission du goût à l'ensemble de la structure

familiale. Par exemple, CS78 explique aller à la bibliothèque pour ses propres intérêts mais aussi pour « transmettre l'habitude de la lecture et l'acquisition de vocabulaire à ma fille. »

Si la question éthique entraîne des choix positifs vers la fréquentation de telle ou telle structure, cette dimension explique également un certain nombre de refus. Ainsi, CS95 n'achète jamais sur Amazon car il considère que cette compagnie est « décalée du Québec. » L'entreprise n'a effectivement pas bonne presse chez une vingtaine de répondants (notons que tous ceux qui n'utilisent pas l'achat en ligne n'en justifient pas les raisons). Une trentaine de personnes rencontrées critiquent une librairie à succursales québécoise. Les grandes surfaces sont évitées en général par une quarantaine de répondants qui le justifient pour des raisons éthiques.

5. Autres motivations importantes

Notre démarche ne vise pas tant à répertorier la grande variété des réponses que de dessiner les tendances générales dans les habitudes concernant le livre papier. Certaines habitudes très personnelles ou liées à des façons uniques de voir le livre ne peuvent donc apparaître. On retrouve tout de même quelques motivations « autres » à la sélection d'un livre et d'un lieu d'achat ou d'emprunt.

L'état du livre, lorsque l'on parle de librairies d'occasions ou de bibliothèques, est un élément important pour certains usagers. Quelques-uns refusent l'idée d'avoir un livre qui a déjà vécu, comme EL16 qui considère que trop souvent les livres des librairies usagées sentent mauvais.

Les livres s'offrent et pour certains, l'achat en usagé est un excellent moyen d'avoir un livre à lire puis à donner. EL15 dit ainsi, concernant ses achats de livres usagés : « Une fois que je l'ai lu, je suis contente, je le donne. »

La circulation des livres par des cadeaux est un phénomène intéressant, assez régulier dans notre échantillon et dont les dynamiques relèvent souvent de liens interpersonnels très divers. Ainsi certains, dont EL32, suggèrent des achats de livres... pour eux : « Il m'arrive régulièrement de suggérer des titres de livres à m'offrir en cadeau. » Le livre comme cadeau offert en famille est assez régulier, EL18 notant que c'est dans ces cas qu'elle fait appel aux conseils des libraires, étant autonome le reste du temps dans ses découvertes.

Parfois, le livre n'est pas donné, mais prêté. Cependant, ici aussi, le prêt est variable, par exemple pour EL18 qui explique : « Quand je prête un livre, c'est jamais dans l'espoir qu'il revienne. »

Les dynamiques des clubs de lecture se retrouvent souvent à part. Ceux-ci fonctionnent partiellement comme des clubs sociaux, particulièrement pour les lecteurs plus âgés, tout en assurant le renouvellement des intérêts de lecture et des découvertes. Le club de lecture est identifié par tous ceux qui y adhèrent comme un moteur de découvertes littéraires.

Parmi les personnes rencontrées, certains ont ou ont eu des responsabilités professionnelles liées au livre. La lecture prend un sens différent dans ce cas, tout comme la fréquentation des salons du livre, des bibliothèques ou encore des librairies.

De nombreuses réponses nous mènent à identifier l'attachement personnel au lieu d'achat ou d'emprunt comme étant un élément décisif dans le choix de fréquentation. Cet aspect est assez rapproché de ce que l'on a développé plus haut concernant la passion pour le livre et la lecture, à la nuance que cela prend ici une dimension personnelle et expérientielle.

CS69 fréquente une librairie indépendante, en partie pour son caractère local mais aussi pour la qualité du service offert : « Ce qui me plaît c'est que c'est personnalisé. Ils nous reconnaissent. » Ce type d'argument revient très régulièrement et se complète par la dimension de proximité de ces institutions. La fréquentation sur un temps long est avancée par certains répondants tandis que d'autres soulignent des attachements passés à des librairies indépendantes aujourd'hui disparues ou présentes dans des régions qu'ils ont quittées. Pour renforcer l'importance de cette dimension, il importe de noter que la justification principale des personnes rencontrées qui n'achètent pas en ligne tient dans l'absence de dimension humaine. CS127, par exemple, n'est pas intéressé par l'achat en ligne : « [J]'aime bien le contact de personne à personne. »

La qualité du lieu est également notée, surtout pour les bibliothèques et les librairies indépendantes et dans une moindre mesure pour une librairie qui relève d'une chaîne ou pour des librairies vendant des livres usagés. Ainsi, CS19 dit aimer « l'odeur de cette librairie » indépendante qu'il fréquente, tandis que CS175 affirme aimer « le silence et le classement de la bibliothèque. »

Si, pour certains, la rapidité de l'achat est importante, d'autres apprécient au contraire pouvoir prendre leur temps lors de la sélection des livres. Ainsi, CS93 estime qu'il « se laisse inspirer en librairie environ une heure » avant de faire son choix. L'ambiance du lieu possède, pour ce type d'usager, un rôle particulier.

Les discours d'attachement aux bibliothèques chez ceux qui déclarent les fréquenter permettent de lier celui-ci à la fois aux livres présents mais aussi au lieu et à son ambiance, voire à son rôle symbolique : « J'y vais souvent avec les enfants. Au moins une fois par deux semaines. J'adore ça. J'y vais pour étudier. C'est un lieu culte pour moi. » (CS22) La dimension familiale des bibliothèques est très présente, particulièrement chez les 26-35 ans (qui semble être le groupe ayant le plus d'enfants en bas âge).

La sortie à la bibliothèque témoigne également d'un attachement local : « J'habite le quartier, ça fait une sortie avec les enfants. » (CS33) Même si cela ne représente qu'une minorité des répondants, il faut noter que des usagers de bibliothèques ne fréquentent pas ces lieux uniquement pour les livres. D'autres services, dont l'accès à Internet, expliquent l'abonnement.

Cet attachement au lieu est parfois justifié par des éléments sensoriels comme le calme ou l'ambiance, des éléments symboliques comme le rôle de la librairie dans le quartier mais aussi pour des raisons plus pratiques et matérielles, et pour les cartes de fidélité : « C'est ma boutique. Je vais ailleurs, mais ici il y a la carte fidélité. » (CS9)

Les cadeaux et les échanges sont aussi très présents. Dans les réponses, les stratégies déployées sont parfois détaillées, comme on l'a mentionné en abordant le fait que certains répondants empruntent les livres qu'ils lisent mais achètent les cadeaux qu'ils offrent. Notons qu'il existe des échanges de livres plus ou moins ritualisés dans l'espace amical, dans le milieu de travail, par le biais des clubs de lecture ou lors d'un Noël en famille. Le caractère économique de l'échange est très minoritairement mis de l'avant. Les enfants ou petits-enfants sont identifiés assez régulièrement comme les références associées aux cadeaux.

Enfin, une forme de déception concernant l'achat en ligne peut être repérée. Plusieurs cas en témoignent, notamment celui de CS69 qui peine à sélectionner les livres dans le bon format : « Ce qui me déplaît, c'est que quand on commande en ligne, on reçoit le livre de poche. Ce n'est pas indiqué le format. »

CHAPITRE 4

LECTEURS ET LIVRES AU FORMAT NUMÉRIQUE

Ce chapitre examine les motivations concernant le livre numérique. Cinq aspects sont abordés : les préférences, la praticité, le prix et la gratuité, les liens entre livres au format papier et au format numérique, et diverses expériences de lecture au format numérique.

Quelques brefs éléments introductifs de cadrage s'imposent. Dans l'ensemble des personnes rencontrées, neuf personnes considèrent que le numérique représente au moins la moitié des livres qu'ils lisent, treize lisent occasionnellement ou ont essayé la lecture numérique et, enfin, 21 personnes ne sont pas des lecteurs au format numérique. Il est particulièrement intéressant d'analyser ces chiffres par catégories d'âge : c'est chez les 56-65 ans et les plus de 66 ans que le taux de lecture numérique est le plus élevé avec un équilibre dans les trois profils chez les 56-65 ans. Les quatre répondants qui considèrent que le numérique représente l'essentiel de leurs lectures ont plus de 46 ans. Les réponses ne sont cependant pas suffisamment détaillées pour que l'on puisse analyser l'évolution des pratiques.

L'intérêt pour la lecture au format numérique relève d'une multitude de motivations qu'il est difficile de résumer ici. L'explication de la non-lecture au format numérique se trouve paradoxalement plus riche, même chez les lecteurs de livre numérique qui justifient ici leur pratique occasionnelle ou qui, peut-être, cherchent là une explication au désintérêt de leurs proches. On souligne, comme par exemple chez EL6, une séparation de l'espace symbolique du numérique et du papier : « La technologie c'est le travail, et le papier c'est du plaisir. » D'autres, comme EL3, trouvent les justifications dans leurs personnalités : « Je n'aime pas le livre numérique par instinct. » Certains, enfin, n'ont pas l'équipement adéquat, comme EL16 qui n'a pas de tablette et indique que son « ordinateur est lourd et peu confortable » pour la lecture.

1. Des préférences en construction

On repère d'abord une relative méconnaissance aussi bien des livres numériques que de l'environnement numérique. Cela ne signifie pas nécessairement une absence d'utilisation de ces outils, mais plutôt un « mélange » entre ce qu'est le livre numérique et ce qu'est l'environnement numérique du livre.

Les questions portant sur le format favori des lecteurs de livres numériques représentent une part importante des réponses en lien avec les supports de lecture. À ce titre, la plupart des utilisateurs ne semblent pas s'intéresser aux différences techniques mais plutôt à la capacité de leur outil à lire le fichier. On retrouve de nombreux propos proches de celui-ci : « Je n'ai aucune préférence pour leur format, en autant que je puisse les lire sur mes outils, soit ordinateur (Adobe Digital et Kobo), sur ma liseuse électronique (Kobo) ainsi que sur ma tablette (Bluefire Reader). » (EL32) Certains indiquent une méconnaissance du format utilisé, comme EL40 qui lit des livres numériques dans « les formats proposés par les bibliothèques. »

Une part des utilisateurs ne semble pas attacher d'importance à l'endroit où ils se procurent leurs livres numériques, étant incapables d'indiquer clairement où ils ont acheté leurs livres. Un groupe d'individus équivalent va au contraire tenir un propos construit sur les lieux d'achat, souvent autant pour le numérique que pour le papier. Ainsi EL33 montre une organisation assez claire concernant les lieux d'achat : « J'achète mes livres sur Amazon.ca. Je veux avoir une seule liste de mes livres, je ne veux pas avoir à les répertorier sur 2-3 applis/plateformes différentes. J'emprunte de BAnQ, tant pour les livres papiers que numériques. J'achète parfois des livres papiers par Amazon, et parfois chez des libraires. Chez les libraires impulsivement, sur Amazon seulement si le livre papier est moins cher que le livre. »

2. La praticité

L'aspect pratique revient de manière très claire, pour le numérique comme pour le papier, en tant qu'élément central dans l'achat ou l'emprunt de livres. Ainsi, très peu d'utilisateurs disent passer du temps sur les plateformes numériques d'achat ou d'emprunt. EL5 justifie cela par un défaut de praticité : « Je ne fréquente pas beaucoup ces plateformes pour acheter, plutôt pour faire des recherches. Ce que j'aime moins, c'est qu'il faut toujours ouvrir un compte et payer par carte de crédit. Donc, encore un nom d'utilisateur, autre mot de passe, à chaque endroit. »

Des utilisateurs indiquent toutefois favoriser ce mode d'achat ou d'emprunt pour sa rapidité, tant d'ailleurs pour le numérique que pour l'achat papier. Ainsi, EL33 souligne, en parlant d'Amazon, que « le processus d'achat jusqu'à la lecture par leur application est simple et facile d'utilisation. » À l'opposé, d'autres utilisateurs affirment que ces plateformes ne sont pas adaptées ou peu accueillantes pour le flânerie et la découverte ; il faut alors bien savoir ce que l'on recherche.

Le prêt numérique en bibliothèque connaît un écho positif chez ses utilisateurs. On souligne son aspect pratique et sa gratuité. EL5 apprécie fortement ce mode d'emprunt : « Je suis membre et je peux faire et retourner mes emprunts à partir de chez moi, ce qui me facilite beaucoup la tâche. Je peux prendre le temps qu'il me faut pour consulter leur catalogue. J'aime beaucoup cette manière de faire pour la lecture numérique. » Les outils de découverte reçoivent trois critiques au sein de notre échantillon. Ainsi, si EL33 considère emprunter en ligne souvent (« C'est très pratique, rapide »), elle note que « par contre, les outils de navigation, de recherche, la découverte par hasard, pourraient être améliorés. »

Enfin, les deux formats les plus régulièrement indiqués sont l'ePub et le PDF.

3. Prix et gratuité

La majorité des répondants qui s'expriment sur le prix du livre numérique le considèrent trop élevé, certains soulignant privilégier les livres numériques gratuits. Tous ne détaillant pas leur point de vue, on retrouve tout de même certains avis assez développés chez les lecteurs aussi bien occasionnels qu'assidus de numérique. EL33 explique ses pratiques : « La raison principale étant que je paie pour l'accès au texte, et que je sais que le livre ne m'appartient pas. Je n'ai pas envie de payer plus que 10 \$, max 15 \$ pour lire un texte dont l'accès pourrait m'être révoqué à tout moment. Je préfère de loin acheter les livres en vente à 5 \$ ou moins. » Elle ajoute s'être mise à acheter davantage de formats poches depuis qu'elle a remarqué que « certains éditeurs chargent maintenant plus cher pour leurs livres numériques que pour la version de poche. » En effet, nous avons vu que certains lecteurs utilisent régulièrement les ressources numériques pour comparer les prix et, au-delà du vendeur sélectionné, certains choisissent ainsi le format d'achat. Pour EL39 aussi, « le choix entre le numérique et le papier dépend de la différence de prix. »

EL40 note qu'elle favorise le livre numérique gratuit : « J'ai beaucoup de difficulté à payer pour du numérique. C'est moins tangible. » Pour EL16, un livre numérique payant s'apparente même à une « arnaque commerciale. » Par voie de conséquence, la gratuité est favorisée : soit par téléchargement, par les amis/la famille, par la bibliothèque ou les projets dédiés. EL33 achète une part de ses livres sur Amazon mais profite également des services de la bibliothèque et des livres accessibles en ligne : « Livres gratuits et libres de droits de Project Gutenberg par exemple. » EL4 tient sa bibliothèque numérique de sa famille : « Ma belle-mère m'a donné sa clé USB qui contenait un peu plus de 2 000 livres qu'elle avait obtenu gratuitement. »

La gratuité est reliée, pour la majorité des lecteurs numériques qui la valorisent, à la valeur qu'ils accordent au livre numérique. Ainsi, EL24 considère que si son appareil numérique se brise, il perd ses achats et voit « dans le numérique un peu de l'argent perdu, car ça n'a pas de valeur réelle. »

Le PDF « libre » est apprécié car il peut circuler aisément entre utilisateurs sans payer, ce que fait par exemple EL34 avec ses collègues.

La question de l'illégalité de la circulation de certains livres se pose et entraîne trois réponses : condamner, assumer, ignorer. EL39 télécharge des livres non protégés, et sait qu'il pirate : « Personne

ne se cache, presque tout le monde le fait », rejoignant ici EL11 qui dit vouloir respecter « en principe » le droit d'auteur ; « mais s'il y a quelque chose de gratuit, on le fait. » Parmi les lecteurs au format numérique rencontrés lors des coups de sonde, on retrouve parfois un aveu d'acquisition gratuite et illégale de livres également justifiée par le prix : « Ça serait trop de dépenses pour acheter à toutes les semaines. » (CS45) EL24, lui, affirme lire des mangas au format numérique par le biais d'une application sans savoir si ce qu'il fait est légal ou non. EL18 s'estime par contre « foncièrement contre le téléchargement illégal. » Selon elle, « c'est la même chose que voler dans une librairie. » La majorité des répondants indiquent ne pas avoir téléchargé illégalement. Il faut cependant souligner ici les « flous » qui existent concernant ces pratiques. Par exemple, la circulation de bibliothèques numériques par clé USB apparaît à quatre reprises parmi les réponses.

4. Entre papier et numérique

Cette étude a permis de repérer certaines pratiques transversales. L'environnement numérique est mobilisé pour les renseignements à la fois concernant les sorties, les auteurs, la consultation de critiques, mais également pour les comparaisons de prix. Cela peut être effectué à la maison, dans le cadre d'un achat planifié, mais aussi en magasin à l'aide de téléphones intelligents.

La connaissance des outils numériques et leur utilisation ne se traduit pas pour autant en achats. EL2 explique ainsi : « Je n'achète pas de livres papier en ligne. Je regarde les nouveautés. Je reçois des courriels faisant la promotion de tel livre ou d'un autre. » Ses achats se font ensuite en magasin.

Il existe aussi des pratiques diversifiées selon la nature du livre. EL33 remarque, concernant ses achats au format papier, qu'elle achète plutôt ses livres québécois en librairie et les romans américains, européens ou les livres documentaires en ligne.

Les lecteurs des deux formats sont assez nombreux et presque équilibrés selon l'âge et l'intensité de lecture. La lecture ne se fait pas de la même manière selon le support, d'après la majorité des témoignages de ces lecteurs. Livre papier et livre numérique n'ont pas la même place à la fois dans l'imaginaire et les pratiques. On trouve une position de synthèse à ce sujet dans les propos d'EL4 qui oppose la praticité à la sensibilité des deux formes de livres : « J'aime le côté pratique [de la liseuse] : beaucoup de livres en même temps, moins pesant, plus pratique en vacances. Par contre, je continue à m'acheter des livres papiers à l'occasion. J'aime tourner les pages et l'odeur du papier. » Les arguments qui apparaissent en faveur du papier relèvent beaucoup du domaine sensoriel. EL1 indique ainsi que « la lecture d'un livre papier est beaucoup plus intéressante au niveau sensoriel : un livre a une odeur, une texture, une taille particulière qui influence l'expérience de lecture. »

5. Diverses expériences de lecture

La lecture numérique est, chez les répondants, souvent liée à la fatigue des yeux, au caractère « froid » du numérique et, majoritairement, à la lecture informative (journaux, magazines, articles). Il semble exister une compétition dans les usages entre la tablette, généralement associée à la lecture des journaux, et les liseuses destinées à la lecture de livres. Chez les plus jeunes, c'est la tablette qui semble dominer, à l'exception des 18-25 ans qui possèdent un ordinateur portable pour leurs études et qui n'ont pas beaucoup d'argent pour s'acheter un outil de lecture numérique ni de temps afin de lire pour le plaisir. Plusieurs associent la fatigue des yeux à la lumière bleue des écrans d'ordinateur et des tablettes.

Même si certaines personnes sont en contact avec de grands lecteurs de livres numériques, cela ne semble pas les diriger vers la lecture numérique. Pour chacun des groupes d'âge, plusieurs termes utilisés ancrent la question du numérique dans une perspective générationnelle selon l'utilisation, ou non, du numérique : « old school », « traditionnel », « vieux jeu », « pour les gens de mon âge », « pour ma génération ». Les personnes de plus de 36 ans déclarent majoritairement penser que les jeunes sont plus technologiques alors qu'on repère davantage de lecteurs de livres numériques au-dessus de 46 ans. De leur côté, les moins de 35 ans mentionnent, avec la lecture, le plaisir de faire une pause d'écran. Le livre apparaît alors fortement lié à sa forme classique : « C'est plus quelque chose de traditionnel. On a toujours eu l'habitude de lire sur papier. » (CS7)

Sur les 26 personnes de 18-25 ans rencontrées, sept se définissent comme des lecteurs mixtes (il n'y a aucun lecteur numérique exclusif), ce taux descendant dans les classes d'âge suivantes avec respectivement trois et deux lecteurs mixtes sur 26 et 30 personnes rencontrées pour les 26-35 ans et les 36-45 ans. À partir de 46 ans, un tiers des personnes rencontrées sont des lecteurs mixtes papier-numérique, à la fois pour le roman ou pour la presse.

Très peu de lecteurs soulignent les mérites de la lecture numérique, même chez les lecteurs mixtes. Moins de dix personnes dans l'ensemble des personnes rencontrées témoignent d'une préférence pour le numérique, la majorité d'entre eux étant dans la classe d'âge des 46-55 ans. Les avantages de ce format concernent la liseuse et l'intérêt d'y conserver plusieurs livres lors de déplacements ou de voyages car, comme le dit CS94, « [c]'est plus facile à transporter. » L'aspect pratique de la lecture au

format numérique est donc l'unique argument qui ressort des coups de sonde : « Je reconnais que je dois m'y mettre, surtout pour les voyages si je ne veux pas traîner 10-20 livres. » (CS143)

Pour la majorité de ceux qui se définissent comme des lecteurs mixtes, la lecture du livre papier est préférée à celle d'un livre numérique, la lecture numérique n'étant pas considérée comme une pratique aussi régulière. La majorité des jeunes de 18-25 ans associe la lecture numérique à la lecture sur un ordinateur portable (principalement dans le cadre des études) ou sur un téléphone cellulaire. Passé 46 ans, l'outil de référence du livre numérique est la liseuse (Kobo, Kindle...).

Les mauvaises expériences de lecture numérique sont légion chez les plus jeunes. Un des participants raconte avoir essayé de lire une bande dessinée au format numérique sans succès : « Je me suis tanné après la lecture du premier chapitre du livre. » (CS2) Un répondant explique qu'il a lu un livre sur son téléphone lorsqu'il était en voyage, mais « ce n'était pas la meilleure qualité de lecture. » (CS5) Le rapport à la matière semble constituer, pour une bonne part de ceux ayant essayé et abandonné, un défaut majeur et ce dans toutes les classes d'âge : « J'ai essayé avec la tablette de ma sœur et je n'ai pas aimé ça. Je dois toucher le papier. » (CS140) On retrouve, chez les lecteurs mixtes, une tendance à indiquer une préférence pour le papier pour cette même raison. Une poignée de lecteurs souligne la difficulté à utiliser des livres numériques, notamment CS123 qui a une « vieille liseuse » pas toujours compatible avec les livres qu'il emprunte à la BAnQ.

Les 18-25 ans font la distinction entre les lectures effectuées dans le cadre de leur formation universitaire et les lectures pour le plaisir. Dans le cadre universitaire, plusieurs témoignent de leur expérience de lecture numérique et de l'aspect pratique de la fonction recherche par mots-clés et de la facilité d'apporter son livre ou ses lectures. Toutefois, ils sont plusieurs à imprimer leurs PDF afin d'annoter et de surligner : « Je n'arrive pas à lire quand c'est numérique, ça me déconcentre. Je ne rentre pas dans le sujet de la lecture. » (CS7). Ceux qui impriment leurs PDF mentionnent également la fatigue pour les yeux que leur procure la lecture à l'écran. La majorité des 18-25 ans rencontrés soulignent n'avoir jamais lu un livre numérique sur liseuse ou tablette et témoignent d'un intérêt profond pour l'objet livre et ce même après avoir essayé le livre numérique (16 participants sur 26). Quelques jeunes mentionnent l'habitude de lire un livre papier, le fait de faire une pause d'écran et la volonté de vouloir conserver leurs livres pour se constituer une bibliothèque ou les conserver en référence. Chez plusieurs, les livres achetés sont ceux de leurs cours, n'ayant pas beaucoup de temps pour d'autres lectures, à l'exception des vacances de Noël et d'été.

Dans chaque classe d'âge, des personnes témoignent d'une volonté d'essayer la lecture numérique (ou de lui redonner une chance après une expérience décevante). Cette ouverture est sensiblement davantage présente chez les 56-65 ans mais est également évoquée par certains comme une activité à développer à la retraite. L'adaptation à une autre forme de lecture semble, pour ce sous-groupe, nécessiter du temps. Un autre sous-groupe intéressé par la lecture au format numérique mais n'ayant pas franchi le pas justifie cela par l'absence d'une occasion pour s'y mettre ou le confort déjà existant avec la lecture papier. L'adaptation au numérique semble constituer un frein pour certains : « Non, je n'ai pas essayé le numérique. À l'âge que j'ai, je m'adapte difficilement aux changements. Mais mon épouse lit du numérique. » (CS145) Enfin, des refus catégoriques concernant la lecture numérique sont repérables dans toutes les classes d'âge et pour des raisons très diverses.

La majorité des personnes rencontrées mentionne l'importance de l'aspect concret et tangible du livre papier, ainsi que son odeur (nous l'avons vu plus haut) et le plaisir de sentir le poids de l'objet. Contrairement au papier, le numérique est défini comme étant plus « froid ». Plusieurs répondants mentionnent le côté « incassable » du papier que l'on peut froisser ou déchirer contrairement à la tablette qui possède plutôt une valeur financière. Le risque de la perdre, de se la faire voler ou de la briser limite certaines habitudes de lecture, comme chez CS123 : « J'aime lire dans mon bain, mais j'ai peur pour l'accident avec la liseuse donc je ne le fais pas. »

La préférence explicitée pour l'objet livre chez les personnes rencontrées réside en partie dans la possibilité de le conserver, le transmettre, mais aussi dans la capacité d'y intégrer des notes, des marques. Pour CS12, « un livre, c'est le fun, tu peux l'acheter, le donner, déchirer les pages, voire même le maltraiter tandis que la tablette tu ne peux pas le maltraiter, tu l'as acheté 150 piastres. » On retrouve ce registre d'attachement au sein de chaque groupe d'âge. Certains propos annexes peuvent se rapprocher de cette vision du livre papier à conserver et du livre numérique de moindre valeur, par exemple CS189 qui estime que « le numérique est trop cher, [car elle] considère que le livre a plusieurs vies tandis que le numérique n'en a [qu'une]. »

Si on a évoqué l'ouverture de certains à l'expérience du numérique, le manque d'intérêt ou le refus de principe du livre numérique est généralement justifié dans les réponses en lien avec le rapport à l'objet. Ainsi, comme vu également plus haut, CS169 nous dit : « Je ne lirai jamais de [livres] numériques, parce que le livre, ça sent quelque chose. Il y a quelque chose de l'ordre du toucher, au niveau des sens, le bruit que ça fait quand on tourne les pages, la sensation qu'on a quand on touche le livre. » Les

caractéristiques de la lecture numérique sont également évoquées pour justifier le désintérêt. L'écran, notamment, cristallise de nombreuses critiques : « J'ai essayé mais je n'aime pas ça. C'est dur pour les yeux. » (CS125) L'attachement aux pages que l'on tourne est également très présent pour beaucoup de lecteurs, ce qui explique également une difficile adaptation au numérique : « Tu pousses avec ton doigt mais ce n'est pas la même chose. » (CS124)

On retrouve, surtout chez les lecteurs mixtes plus jeunes et chez les plus de 46 ans, des avis détaillés sur ce qui s'adapte ou ne s'adapte pas au format numérique. Une dizaine de personnes utilise surtout le numérique pour la presse et occasionnellement le livre. D'autres notent que certains livres ne se lisent ou ne se consultent pas bien en format numérique, soit les livres de recettes, les livres d'art et les beaux livres (photographies, cartographies, livres d'histoire avec des images, etc.).

Il est finalement intéressant de relever un argument associé aux auteurs : « Avec le papier, je me sens plus près de l'auteur. Avec le numérique il y a une distance virtuelle de l'univers de l'auteur à cause de l'écran. » (CS1)

CONCLUSION

Nous revenons d'abord dans cette conclusion sur les enseignements majeurs de cette étude, en suivant les catégories et thématiques qui ont surgi lors de l'analyse du matériel recueilli. Une ouverture vers de potentielles pistes de recherche est finalement proposée.

Relations au livre et à la lecture

Les répondants ont proposé des témoignages de parcours de lecteurs particulièrement intéressants, tant dans les aspects relationnels qui apparaissent avec le livre et la lecture que dans leurs habitudes, leurs motivations et les choix de contenus qui sont réalisés.

Il existe des liens multiples entre les lecteurs, les livres et la lecture. Cette multiplicité se retrouve tant dans la diversité de ce que représentent les livres et la lecture au quotidien que dans l'existence de plusieurs registres d'attachement.

On retrouve le livre comme outil de savoir, de développement personnel comme de culture générale. D'autres participants indiquent que le livre représente la détente, le voyage, ou encore une manière agréable de passer le temps. Relevons également des attachements prononcés, le livre et la lecture étant décrits comme essentiels, parties de soi-même, espace de liberté, etc.

L'étude permet de voir qu'il existe non seulement des lecteurs occasionnels, des lecteurs réguliers, des lecteurs assidus, mais également de très grands lecteurs qui dépassent les 50 livres par année.

Les habitudes, pour des raisons pratiques, se déclinent selon l'intensité de lecture. Celles-ci sont fortement liées au quotidien des personnes rencontrées. On le remarque notamment par des indices de temporalité : lecture dans les transports, lecture d'évasion après une journée de travail, augmentation des lectures à la retraite...

L'enfance et l'adolescence représentent des temps clés dans le développement de l'intérêt pour la lecture. La famille et l'école sont deux éléments majeurs dans ce processus, parfois par des incitations directes, parfois par l'accès donné au livre à l'enfant ou l'élève. La bibliothèque est également évoquée. Plusieurs répondants notent que la lecture est liée à leur personnalité et qu'elle les accompagne depuis leurs premiers contacts.

On repère de nombreux incitatifs concernant le type d'ouvrages lus et la majorité des répondants avancent plusieurs sources concernant leurs découvertes. L'entourage revient régulièrement (famille, amis, collègues...), les médias ainsi que l'environnement numérique, tant pour les outils de recherche que pour les dispositifs de prescription (presse en ligne, critiques d'autres lecteurs...). Les conseils des professionnels, tant libraires que critiques, font également partie des incitations régulièrement relevées.

Le lien direct avec l'objet, notamment par le fait de s'arrêter à la couverture ou de feuilleter des livres, en bibliothèque ou en librairie, est présent.

Plusieurs réponses sont avancées concernant l'origine québécoise de l'auteur ou de l'éditeur dans le choix du livre.

Certains lecteurs se concentrent sur la lecture d'un seul genre littéraire, ou d'un seul type de livre, alors que d'autres évoquent une multiplicité d'intérêts. L'âge semble important, notamment au sein des coups de sonde « éclairs », concernant la spécialisation des intérêts : la connaissance des goûts et des formes littéraires préférées se précise, en général, avec le temps.

Le livre au format papier

L'ensemble des répondants lit, a lu et envisage de lire des livres au format papier. Cette dimension de l'étude, particulièrement riche en contenu, s'axe essentiellement sur le choix des modes d'acquisition des livres, la diversité de ses voies étant mise de l'avant. Quatre aspects principaux se détachent : la praticité, l'opportunité d'achat, les stratégies de découverte et le choix éthique.

Les personnes rencontrées ne précisent pas nécessairement ce qui les dirige vers le papier ou vers le numérique. L'essentiel des arguments justifiant la préférence pour le papier relève d'appréciations sensorielles. Notons également que vu l'importance que prend, dans les réponses, le temps de découverte de la lecture, le format papier, le premier connu, est perçu comme étant le format « habituel » du livre.

La praticité de l'achat ou de l'emprunt représente un incitatif important dans le choix du livre pour la plupart des répondants. La proximité du lieu d'achat ainsi que l'ampleur de l'inventaire sont des aspects pratiques également largement partagés.

Retrouver, dans un même lieu, des livres et d'autres objets de consommation ne fait pas l'unanimité. Certains plébiscitent le côté pratique, d'autres témoignent d'une vision au sein de laquelle le livre ne devrait pas être une marchandise comme une autre et devrait exister de façon indépendante.

La majorité des répondants utilisant ce type de services considèrent les achats en ligne pratiques, simples et rapides. Cet avis n'est pas partagé par tous, une partie des lecteurs ne témoignant pas d'enthousiasme pour l'achat en ligne.

La praticité du format de lecture constitue un élément important, qui varie cependant selon l'expérience de lecture préférée par les individus.

On repère plusieurs profils d'acheteurs, des plus « organisés » (achat planifié) aux plus « impulsifs ». La majorité oscille cependant entre ces deux pôles. Cela peut se comprendre par l'importance qu'ont le contexte et le type de livre dans la décision d'achat. La planification des achats par liste n'est pas corrélée, chez les répondants, à l'intensité de lecture.

Un incitatif majeur dans l'achat est le prix, tant pour l'achat impulsif que pour l'achat planifié, et ce selon des modalités variées. On retrouve cette dimension tant pour le neuf et l'usagé que pour les achats en ligne ou hors-ligne chez les deux tiers des répondants. En général, les meilleurs prix sont trouvés, chez les répondants, en grandes surfaces, en ligne et en usagé. Les coûts associés à la lecture reviennent également dans la justification de la fréquentation des bibliothèques.

La comparaison active des prix entre différents revendeurs est une pratique minoritaire, le bon prix apparaissant davantage comme une opportunité saisie sur l'instant.

Il est intéressant de noter que la rencontre fortuite avec un livre d'intérêt, qu'elle soit encouragée ou non par son prix attractif, amène une petite partie des répondants à contourner leurs habitudes ou même leurs principes.

Le service et les conseils reçus sur le lieu d'achat sont particulièrement appréciés par la majorité des lecteurs déclarant entretenir une passion pour le livre. Les librairies indépendantes sont à cet égard majoritairement évoquées. Le service dans les librairies à succursales est souvent critiqué. Soulignons

toutefois quelques nuances : certains utilisateurs, minoritaires, considèrent le service excellent dans les librairies à succursales, et il existe des critiques concernant le service de certaines librairies indépendantes ou de livres usagés. En ce qui concerne les autres point de vente, cela n'est que peu abordé car plutôt inexistant. Les conseils des bibliothécaires sont également importants aux yeux des utilisateurs.

Les lecteurs, y compris les plus assidus, ne sont pas nécessairement à la recherche de conseils de libraires. Certains ont recours à leurs propres recherches, mobilisant très souvent l'environnement numérique élargi pour développer leurs connaissances, leurs passions et leurs découvertes : blogs, sites de vente en ligne, encyclopédies en ligne. Ici, c'est l'information sur le thème, l'auteur ou encore la collection et non le conseil personnalisé qui semblent être recherchée en priorité.

La qualité des choix et de la sélection des libraires qui se retrouvent sur les rayons est importante, particulièrement pour les librairies indépendantes et certaines librairies de livres usagés. Le travail de sélection est reconnu, du moins par ceux qui les fréquentent et les encouragent.

Il n'y a pas de consensus concernant le temps passé lors du choix d'un livre, certains procédant rapidement, d'autres aimant prendre leur temps, et ce peu importe l'âge ou la fréquence de lecture.

Les achats, emprunts et découvertes s'insèrent parfois dans des stratégies complexes et très diverses : constitution d'une bibliothèque personnelle, recherches consécutives à des conseils d'amis, clubs de lecture, achats après emprunts, diminution des livres au format papier pour des livres numériques ou des emprunts...

La motivation concernant la fréquentation d'un lieu spécifique pour le livre peut s'expliquer par des motifs relevant de l'éthique, de la morale, voire de l'engagement social chez une part des répondants. On retrouve ainsi des défenseurs des librairies indépendantes, notamment en raison de leur proximité. On identifie également des réponses d'opposition, soit à une chaîne de librairies décriée par les répondants dans ses pratiques, soit aux achats en grande surface, soit aux achats en ligne et particulièrement à ceux réalisés chez une entreprise américaine.

Les décisions relevant de principes éthiques ou politiques ne sont pas présentes dans l'ensemble de l'échantillon. À ce sujet, une part des répondants ne semble pas faire de différences entre librairies à succursales et librairies indépendantes.

La position éthique est parfois paradoxale, une partie des répondants se procurant des livres au sein de lieux envers lesquels des critiques sont formulées, généralement par praticité ou opportunité liée au prix.

On relève d'autres facteurs de motivation dans les choix, mais plus marginaux : l'état du livre, en usagé ou en bibliothèque ; les achats de livres pour des cadeaux ; les prêts de livres avec l'entourage ; les dynamiques de clubs de lecture ; les responsabilités professionnelles dans l'écosystème du livre ; les cartes de fidélité ; la beauté du lieu ; l'odeur ou le toucher des livres ; la bibliothèque comme sortie familiale.

Le livre au format numérique

La recherche met au jour un intérêt pour la lecture numérique chez une part des lecteurs de plus de 46 ans, la pratique étant davantage marquée dans ces groupes d'âge que chez les lecteurs plus jeunes. De manière générale cependant, la lecture numérique est assez marginale.

Les préférences et connaissances sont très largement en construction chez les lecteurs francophones québécois. Deux dimensions semblent centrales dans les réflexions des répondants : la praticité, qui représente l'élément positif le plus souvent mis de l'avant, et le prix qui cristallise les avis les plus critiques.

La praticité représente un élément majeur dans l'utilisation du numérique. La rapidité d'acquisition des livres, la capacité des appareils à en stocker plusieurs, le poids des appareils ou encore la simplicité d'utilisation sont des dimensions essentielles dans les expériences positives (ou négatives) des utilisateurs. Ceci est important tant dans l'achat que dans l'emprunt et la praticité des interfaces devient, pour les utilisateurs aguerris, un aspect essentiel dans leurs choix.

Une certaine méconnaissance de ce qu'est un livre numérique et de ce qu'est l'environnement numérique apparaît chez certains répondants.

La moitié des utilisateurs de livres numériques ont des préférences concernant les lieux d'obtention des livres, mais une autre moitié semble ignorer d'où viennent les livres qu'ils ont lus.

Le format favori semble, pour nos répondants, être essentiellement le format le plus pratique en lien avec leurs appareils et peu se sont aventurés à effectuer d'autres essais. ePub et PDF reviennent le plus régulièrement, même si plusieurs déclarent ne pas connaître le format de leurs livres.

La plupart des répondants s'exprimant sur le prix du livre numérique l'estiment trop élevé. Certains utilisateurs comparent les prix numériques et papier et on retrouve, chez une minorité, une volonté de posséder un livre, même numérique et non d'avoir une licence d'utilisation.

Plusieurs répondants se rabattent sur des livres gratuits, qu'ils soient légaux ou non. Le PDF libre est plébiscité ici parce qu'il peut circuler aisément au sein de l'entourage. Les acquisitions illégales sont parfois assumées, condamnées mais aussi ignorées par certains utilisateurs.

Le numérique est perçu comme étant moins tangible, plus enclin à disparaître que le livre papier, ce qui justifie pour certains le recours à la gratuité plutôt qu'à l'achat.

Les lecteurs des deux formats sont presque équilibrés selon l'âge et l'intensité de lecture. L'expérience de lecture est, pour la majorité des répondants concernés, résolument différente. La liseuse rejoint une lecture pratique et le format papier conserve le monopole du lien sensoriel au livre.

Cette recherche a eu pour objectif de mieux comprendre, par le biais d'une démarche qualitative, les habitudes de lecture et de consommation de livres, et ce sous l'angle des motivations des individus. Les résultats permettent d'approfondir la compréhension des habitudes de lecture des francophones, au Québec et dans quelques autres provinces du Canada. Des profils différenciés de lecteurs ont été identifiés, qu'il s'agisse du rapport au livre (de façon générale, papier et numérique), des modalités d'achat ou des contenus. Il ressort de cette étude le constat d'une complexité des lecteurs et des habitudes de lecture, qui incite à considérer de façon diversifiée l'écosystème du livre.

D'autres thématiques importantes pourraient également être explorées et analysées. Deux dimensions principales peuvent être identifiées : les lecteurs, les territoires et contextes.

En ce qui concerne le premier plan, notre recherche s'est d'abord intéressée aux personnes adultes. Une analyse des motivations et habitudes de lecture des individus plus jeunes serait indiquée. Plusieurs études mettent de l'avant que l'intérêt pour la culture est en partie lié à la précocité du contact avec les activités culturelles. Nous avons par exemple réalisé une recherche portant sur la participation culturelle des jeunes à Montréal (Poirier *et al.*, 2012) qui permet de mieux comprendre le rapport que les jeunes âgés de 12 à 34 ans entretiennent avec les arts et la culture¹¹. Une étude ciblée sur le livre et la lecture avec des personnes de moins de 18 ans serait très appropriée.

Il serait également pertinent d'intégrer dans l'analyse des caractéristiques sociodémographiques telles que la scolarité et les revenus. Une analyse comparée des résultats de la recherche avec ceux de *l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec* serait aussi très intéressante.

Les activités de médiation culturelle en lien avec le livre organisées par les librairies, bibliothèques et autres lieux afin de tisser des liens entre les lecteurs et les institutions (sensibilisation à la lecture, clubs de lecture, invitation d'écrivains, etc.) gagneraient à être documentées et analysées. Il en va de même de l'ensemble des diverses formes par lesquelles les lecteurs prennent connaissance de l'offre livresque, qu'il s'agisse des différents médias, traditionnels (journaux, télévision, radio, magazines...) et plus récents (sites Web, algorithmes, médias sociaux...), que des conseils de professionnels (libraires, bibliothécaires). La mise en exposition des livres dans les espaces aussi bien physiques que virtuels pourrait être explorée. D'autres formes de recommandation et de prescription, pensons aux amis ou aux proches, pourraient être intégrés. L'ensemble de ces dimensions devrait inclure la perception que les lecteurs ont de celles-ci.

Même si notre étude visait une diversité de personnes en ce qui concerne l'intensité de lecture, elle ciblait essentiellement des lecteurs. La question des non-publics des différents lieux associés au livre (librairies, bibliothèques, détaillants en ligne, etc.) demeure centrale. Des chantiers de recherche gagneraient à être développés à cet égard.

¹¹ La recherche aborde sept éléments : pratiques et activités culturelles, contextes et lieux, raisons et motivations, transmission et incitation, culture et numérique, impacts individuels et collectifs de la culture, perceptions et représentations de la culture.

La seconde dimension est territoriale. Si nous avons adopté un cadre méthodologique mobilisant une diversité de territoires et régions, il serait pertinent d'affiner l'analyse à un niveau plus « micro » tenant compte des contextes locaux, qu'il s'agisse par exemple de la présence ou non d'une librairie ou d'une bibliothèque, de l'accessibilité... De plus, il serait particulièrement intéressant de développer, avec les outils méthodologiques appropriés, une cartographie de l'offre ainsi que des pratiques liées à la consommation de livres.

Ces chantiers permettraient, selon nous, de mieux comprendre l'écosystème du livre au Québec et au Canada, de bien saisir ses dynamiques, enjeux et mutations, et de contribuer à l'élaboration de stratégies, programmes et politiques susceptibles d'apporter une contribution à l'ensemble des acteurs du livre, incluant les pouvoirs publics.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie générale

- « Les habitudes de lecture des Romands. » 2012. *L'Hebdo*.
http://www.mistrend.ch/articles/SDL_hebdo.pdf
- « Toujours plus de lecteurs américains se tournent vers le numérique. » 2011. *Livres Hebdo*.
<http://www.livreshebdo.fr/article/toujours-plus-de-lecteurs-americains-se-tournent-vers-le-numerique?xtmc=%22habitude+de+lecture%22&xtcr=10>.
- Baune, Isabelle et Jacques Perriault. 2005. « Bibliothèques de lecture publique. Pour une nouvelle visibilité. » *Bulletin des bibliothèques de France*. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2005-01-0013-002>.
- Book Marketing Limited. 2000. *Reading the Situation Book Reading, Buying & Borrowing Habits in Britain*. Londres : Book Marketing Limited.
http://readingagency.org.uk/about/Reading_Buying_and_Borrowing_habits.pdf.
- Boullier, Dominique, Maxime Crépel, Andrey Lohard et Antoine Jardin (coll.). 2013. *Pratiques de lecture et d'achat de livres numériques*. Étude réalisée pour le MOTif et Sciences Po médialab, Paris.
http://fdcom.coop/FDCOM/liblocal/docs/Documentation/391-Acheteurs_de_livres_num%C3%A9riques.pdf
- Chaudhry, Abdus Sattar et Gladys Low. 2009. « Reading Preferences Among Different Generations: A Study of Attitudes and Choices in Singapore. » *Singapore Journal of Library & Information Management*, 38 (1): 27-48. <http://www.las.org.sg/sjlim/SJLIM2009AbdusReading.pdf>.
- Evans, Christophe. 1992. « La circulation privée des livres entre les lecteurs. » *Bulletin des bibliothèques de France*. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1992-01-0026-004>.
- . 2005. « Quels développements pour la recherche sur les publics ? » *Bulletin des bibliothèques de France*. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2005-02-0030-005>.
- Eyre, Charlotte. 2014. « Nearly Three Quarters of Young People Prefer Print. » *The Bookseller*.
<http://www.thebookseller.com/news/nearly-three-quarters-young-people-prefer-print>.
- Flament, Viviane. 2006. « Inventer la bibliothèque du futur. » *Bulletin des bibliothèques de France*.
<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-01-0111-013>.
- Friquet, Camille. 2012. « Un cinquième des américains aurait lu un livre numérique. » *Livres Hebdo*.
<http://www.livreshebdo.fr/article/un-cinquieme-des-americains-auroit-lu-un-livre-numerique?xtmc=habitude+de+lecture&xtcr=198>.
- Gaudric, Paul, Gérard Mauger, Amandine Mathivet et Xavier Zunigo. 2015. (À paraître). *Enquête sur les pratiques de lecture numérique: portraits de lecteurs expérimentés*. Consulté le 21 mars 2015. <http://pro.bpi.fr/etudes-et-recherche/portraits-de-lecteurs-experimentes>.
- Harvey, Fernand. et Andrée. Fortin (dir.). 1995. *La nouvelle culture régionale*. Québec : Institut québécois de recherche sur la culture.

- Hughes-Hassell, Sandra et Pradnya Rodge. 2007. «The Leisure Reading Habits of Urban Adolescents.» *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 51 (1): 22-33. doi: 10.1598/JAAL.51.1.3.
- Ifop (Institut français d'opinion publique). 2012. *Les Français et la lecture en vacances*. Sondage réalisé pour Feedbooks. http://www.ifop.com/media/poll/1914-1-study_file.pdf.
- . 2014. *Étude des perceptions et usages du livre numérique*. Étude réalisée pour le GLN (Groupement pour le Développement de la Lecture numérique) et le DREV (Département Recherche, Études et Veille). <http://www.hadopi.fr/actualites/actualites/etude-des-perceptions-et-usages-du-livre-numerique>.
- Ipsos MediaCT. 2009. *La lecture des 18-30 ans*, Étude réalisée pour *Livres Hebdo*. http://www.ipsos.fr/sites/default/files/attachments/livres_hebdo.pdf.
- . 2012. *Les 7-15 ans, ils lisent...Et comment!* Étude réalisée pour Gallimard Jeunesse. <http://www.livreshebdo.fr/article/gallimard-jeunesse-lance-une-etude-nationale-de-lecture-chez-les-jeunes?xtmc=%22pratique+de+lecture%22&xtcr=7>.
- . 2014a. *Les Français et la lecture*. Étude réalisée pour SNE (Syndicat national de l'édition) et le CNL (Centre national du livre). http://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/3814/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2014.03.17.ok.pdf.
- . 2014b. *Les nouveaux lecteurs: État des lieux et évolutions des pratiques de lecture depuis 2011*. Étude réalisée pour *Livres Hebdo*. http://www.2dcom.fr/doc/201403_EnqueteLH-Ipsos_LesNouveauxLecteurs.pdf.
- . 2015. *Les Français et la lecture*. Étude réalisée pour le CNL (Centre national du livre). <http://www.arald.org/articles/les-francais-et-la-lecture-les-chiffres-clefs-de-l-etude>.
- Lahire, Bernard. 1993. « Lectures populaires: les modes d'appropriation des textes. » *Revue française de pédagogie*, (104) : 17-26. http://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CCsQFjAB&url=http%3A%2F%2Fife.ens-lyon.fr%2Fpublications%2Fedition-electronique%2Frevue-francaise-de-pedagogie%2FINRP_RF104_2.pdf&ei=BNMRVcHGI-3fsASUpIBY&usg=AFQjCNF4d8G9n959gIMDX8SDXjlpqiedQQ&sig2=hisycfymFI2W4_5OtSJdw&bvm=bv.89184060,d.cWc.
- Laing, Audrey Frances. 2008. « Bookselling Culture and Consumer Behaviour: Marketing Strategies and Responses in Traditional and Online Environments. » Thèse de doctorat, Robert Gordon University. <https://openair.rgu.ac.uk/handle/10059/400>.
- Lebrun, Monique. 2004. *Les pratiques de lecture des adolescents québécois*. Sainte-Foy, Québec: Éditions MultiMondes. <http://books.google.ca/books?id=AscUqisaU68C&lpg=PA1&ots=Vn6wyZlv-2&lr&hl=fr&pg=PR9#v=onepage&q&f=false>.

- Léger, Souen. 2014. « Les enfants chérissent les tablettes... et les livres. » *Livres Hebdo*. <http://www.livreshebdo.fr/article/les-enfants-cherissent-les-tablettes-et-les-livres?xtmc=habitudes+de+lecture&xtcr=94>.
- Martinez, Sandrine. 2014. « Les Américains restent attachés aux livres imprimés. » *Livres Hebdo*. <http://www.livreshebdo.fr/article/les-americains-restent-attaches-aux-livres-imprimes?xtmc=%22habitude+de+lecture%22&xtcr=9>.
- Maynard, Sally. 2010. « The Impact of e-Books on Young Children's Reading Habits. » *Publishing Research Quarterly*, 26: 236-248. doi: 10.1007/s12109-010-9180-5.
- McKool, Sharon S. 2007. « Factors that Influence the Decision to Read: An Investigation of Fifth Grade Students' Out-of-School Reading Habits. » *Reading Improvement*, 44 (3): 111-131. <http://eric.ed.gov/?id=EJ790049>.
- Miller, Carolyn, Kristen Purcell et Lee Rainie. 2012. *Reading Habits in Different Communities*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2012/12/20/reading-habits-in-different-communities/>.
- Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. 2009. *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*.
- Moeschler, Olivier. 2007. « « Fontaines de connaissance » ou « musées du livre ? »... Les bibliothèques municipales selon leurs non-usagers. » *Revue électronique suisse de science de l'information (RESSI)*, OSPS (Observation Science, Politique et Société), Université de Lausanne. <http://www.ressi.ch/book/export/html/67>
- Moffitt, Mary Anne S. et Ellen Wartella. 1991. « Youth and Reading: A Survey of Leisure Reading Pursuits of Female and Male Adolescents. » *Reading Research and Instruction*, 31 (2): 1-17. doi: 10.1080/19388079209558075.
- Muller, Catherine. 2011. « Pratiques de lecture et nouveaux supports numériques: des évolutions convergentes ? » *Bulletin des bibliothèques de France*. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-06-0122-008>.
- Normand, Clarisse. 2014. « Les web-acheteurs reviennent vers les magasins. » *Livres Hebdo*. <http://www.livreshebdo.fr/article/les-web-acheteurs-reviennent-vers-les-magasins?xtmc=pratique+d%27achat&xtcr=6>.
- Office fédéral de la statistique. 2010. *Les pratiques culturelles en Suisse. Enquête 2008 Lecture*. Collaboration de l'Office fédérale de la culture, Suisse. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/03.html>.
- Paquienséguy, Françoise. 2013. « Usages et consommation d'e-book en France: bilan des études françaises disponibles. » Séminaire Ebook AN2: Liseuses et lecteurs. <http://f.hypotheses.org/wp-content/blogs.dir/876/files/2013/04/Bilan-des-e%CC%81tudes-dusages.pdf>.

- Piault, Fabrice. 2009. « Les jeunes adultes sont moins accros au livre. » *Livres Hebdo*. <http://www.livreshebdo.fr/article/les-jeunes-adultes-sont-moins-accros-au-livre?xtmc=%22pratique+de+lecture%22&xtr=18>.
- Poirier, Christian *et al.* 2012. *La participation culturelle des jeunes à Montréal. Des jeunes culturellement actifs*, Rapport de recherche réalisé pour Culture Montréal.
- Rainie, Lee et Aaron Smith. 2013. *Tablet and E-reader Ownership Update*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org/2013/10/18/tablet-and-e-reader-ownership-update/>.
- Rainie, Lee, Kathryn Zickuhr, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna Brenner. 2012. *The Rise of e-Reading*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2012/04/04/the-rise-of-e-reading/>.
- Ranjard, Sophie. 2000. « Pratiques et attentes des publics des médiathèques. » *Bulletin des bibliothèques de France*. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2000-05-0102-001>.
- Ross, Catherine Sheldrick. 2000. « Making Choices: What Readers Say about Choosing Books to Read for Pleasure. » *The Acquisitions Librarian*, 13 (25): 5-21. doi: 10.1300/J101v13n25_02.
- Shafi, S.M. et Fayaz Ahmad Loan. 2012. « Reading Habits Among College Students of Kashmir »cross Genders. » *Trends in Information Management (TRIM)*, 6 (2): 12. <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/586/>.
- Schmutz, Bruno et Ipsos MediaCT. 2010. *Les publics du livre numérique*. Étude réalisée pour le CNL (Centre national du livre). http://www.ipsos.fr/sites/default/files/attachments/rapport_livre_numerique.pdf.
- Scholastic. 2015. *Kids & Family Reading Report*. Étude réalisée par l'Institut de sondage britannique YouGov. <http://www.scholastic.com/readingreport/the-state-of-kids-and-reading.htm>.
- Sheldrick Ross, Catherine. 1999. « Finding Without Seeking: The Information Encounter in the Context of Reading for Pleasure. » *Information Processing & Management*, 35 (6): 783-799. doi: 10.1016/S0306-4573(99)00026-6.
- Shin, Dong-Hee. 2011. « Understanding e-Book Users: Uses and Gratification Expectancy Model. » *New Media & Society*, 13 (2): 260-278. doi: 10.1177/1461444810372163
- Smith, M. Cecil. 2000. « The Real-World Reading Practices of Adults. » *Journal of Literacy Research*, 32 (1): 25-52. doi: 10.1080/10862960009548063
- SNE (Syndicat national de l'édition), SOFIA (Société Française des Intérêts des Auteurs de l'Écrit), SGDL (Société des gens de lettres). 2014. *Baromètre sur les usages du livre numérique*. <http://www.sne.fr/ressources/barometre-sur-les-usages-du-livre-numerique/>.
- Stenberg, Catharina. 2001. « Reading Research in Sweden - A Short Survey. » 67th IFLA Council and General, 1-5. <http://archive.ifla.org/IV/ifla67/papers/181-113e.pdf>.

- Stone, Gerald et Lei Wu. 1993. « Influences of Gender and Adolescent Pleasure Book Reading on Young Adult Media Use. ». Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1-25. <http://eric.ed.gov/?id=ED361682>.
- Strommen, Linda Teran et Barbara Fowles Mates. 2004. « Learning to Love Reading: Interviews with Older Children and Teens. » *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 48 (3): 188-200. doi: 10.1598/JAAL.48.3.1.
- UPMF (Université Pierre-Mendès-France). 2014. *Enquête sur les usages numériques en bibliothèque*. Grenoble. <http://www.bm-grenoble.fr/1008-questionnaire-sur-la-bibliotheque-numerique.htm>.
- Zickuhr, Kathryn et Lee Rainie. 2014a. *E-Reading Rises as Device Ownership Jumps. Three in ten adults read an e-book last year; half own a tablet or e-reader*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>.
- . 2014b. *Younger Americans and Public Libraries. How those under 30 engage with libraries and think about libraries'role in their lives and communities*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org/2014/09/10/younger-americans-and-public-libraries/>.
- Zickuhr, Kathryn, Lee Rainie et Kristen Purcell. 2013. *Younger Americans' Library Habits and Expectations*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2013/06/25/younger-americans-library-services/>.
- Zickuhr, Kathryn, Lee Rainie, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna Brenner. 2012a. *Libraries, Patrons, and E-books*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2012/06/22/libraries-patrons-and-e-books/>.
- . 2012b. *Younger Americans' Reading and Library Habits*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. http://libraries.pewinternet.org/files/legacy-pdf/PIP_YoungerLibraryPatrons.pdf.
- Vincy, Thomas. 2014. « Le livre se donne plus qu'il ne se revend. » *Livres Hebdo*. <http://www.livreshebdo.fr/article/le-livre-se-donne-plus-quil-ne-se-revend?xtmc=pratique+d%27achat&xtr=1>.

Bibliographie des cas analysés

- Book Marketing Limited. 2000. *Reading the Situation Book Reading, Buying & Borrowing Habits in Britain*. Londres : Book Marketing Limited. http://readingagency.org.uk/about/Reading_Buying_and_Borrowing_habits.pdf.
- Boullier, Dominique, Maxime Crépel, Andrey Lohard et Antoine Jardin (coll.). 2013. *Pratiques de lecture et d'achat de livres numériques*. Étude réalisée pour le MOTif et Sciences Po médialab, Paris. http://fdcom.coop/FDCOM/liblocal/docs/Documentation/391-Acheteurs_de_livres_num%C3%A9riques.pdf.
- Chaudhry, Abdus Sattar et Gladys Low. 2009. « Reading Preferences Among Different Generations: A Study of Attitudes and Choices in Singapore. » *Singapore Journal of Library & Information Management*, 38 (1): 27-48. <http://www.las.org.sg/sjlim/SJLIM2009AbdusReading.pdf>.
- Ifop (Institut français d'opinion publique). 2012. *Les Français et la lecture en vacances*. Sondage réalisé pour Feedbooks. http://www.ifop.com/media/poll/1914-1-study_file.pdf.
- . 2014. *Étude des perceptions et usages du livre numérique*. Étude réalisée pour le GLN (Groupement pour le Développement de la Lecture numérique) et le DREV (Département Recherche, Études et Veille). <http://www.hadopi.fr/actualites/actualites/etude-des-perceptions-et-usages-du-livre-numerique>.
- Ipsos MediaCT. 2009. *La lecture des 18-30 ans*, Étude réalisée pour *Livres Hebdo*. http://www.ipsos.fr/sites/default/files/attachments/livres_hebdo.pdf.
- . 2012. *Les 7-15 ans, ils lisent...Et comment!*, Étude réalisée pour Gallimard Jeunesse. <http://www.livreshebdo.fr/article/gallimard-jeunesse-lance-une-etude-nationale-de-lecture-chez-les-jeunes?xtmc=%22pratique+de+lecture%22&xtcr=7>.
- . 2014. *Les nouveaux lecteurs: État des lieux et évolutions des pratiques de lecture depuis 2011*. Étude réalisée pour *Livres Hebdo*. http://www.2dcom.fr/doc/201403_EnqueteLH-Ipsos_LesNouveauxLecteurs.pdf.
- . 2015. *Les Français et la lecture*. Étude réalisée pour le CNL (Centre national du livre). <http://www.arald.org/articles/les-francais-et-la-lecture-les-chiffres-clefs-de-l-etude>.
- Laing, Audrey Frances. 2008. *Bookselling Culture and Consumer Behaviour: Marketing Strategies and Responses in Traditional and Online Environments*. Thèse de doctorat, Robert Gordon University. <https://openair.rgu.ac.uk/handle/10059/400>.
- Miller, Carolyn, Kristen Purcell et Lee Rainie. 2012. *Reading Habits in Different Communities*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2012/12/20/reading-habits-in-different-communities/>.
- Moeschler, Olivier. 2007. « « Fontaines de connaissance » ou « musées du livre ? »... Les bibliothèques municipales selon leurs non-usagers. » *Revue électronique suisse de science de l'information (RESSI)*, OSPS (Observation Science, Politique et Société), Université de Lausanne. <http://www.ressi.ch/book/export/html/67>.

- Office fédéral de la statistique. 2010. *Les pratiques culturelles en Suisse. Enquête 2008 Lecture*. Collaboration de l'Office fédéral de la culture, Suisse. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/02/03.html>.
- Rainie, Lee, Kathryn Zickuhr, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna Brenner. 2012. *The Rise of e-Reading*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2012/04/04/the-rise-of-e-reading/>.
- Schmutz, Bruno et Ipsos MediaCT. 2010. *Les publics du livre numérique*, Étude réalisée pour le CNL (Centre national du livre). http://www.ipsos.fr/sites/default/files/attachments/rapport_livre_numerique.pdf.
- Scholastic. 2015. *Kids & Family Reading Report*. Étude réalisée par l'Institut de sondage britannique YouGov. <http://www.scholastic.com/readingreport/the-state-of-kids-and-reading.htm>.
- Zickuhr, Kathryn et Lee Rainie. 2014a. *E-Reading Rises as Device Ownership Jumps. Three in ten adults read an e-book last year; half own a tablet or e-reader*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>.
- . 2014b. *Younger Americans and Public Libraries. How those under 30 engage with libraries and think about libraries' role in their lives and communities*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org/2014/09/10/younger-americans-and-public-libraries/>.
- Zickuhr, Kathryn, Lee Rainie, Kristen Purcell, Mary Madden et Joanna Brenner. 2012a. *Libraries, Patrons, and E-books*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. <http://libraries.pewinternet.org/2012/06/22/libraries-patrons-and-e-books/>.
- . 2012b. *Younger Americans' Reading and Library Habits*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project. http://libraries.pewinternet.org/files/legacy-pdf/PIP_YoungerLibraryPatrons.pdf.

Pistes bibliographiques complémentaires

Note : Ces pistes ont été repérées au sein des références bibliographiques des textes analysés.

- Allington, Richard L. et Anne McGill-Franzen. 2003. « The Impact of Summer Setback on the Reading Achievement Gap. » *The Phi Delta Kappan*, 85(1): 68-75. <http://www.jstor.org/stable/20440508>.
- Ancel, Pascale Ancel et Alain Pessin. 2004. *Les non-publics. Les arts en réceptions*. Paris : L'Harmattan, 2 : 272-323.
- Anderson, Richard C., Paul T. Wilson et Linda G. Fielding. 1988. « Growth in Reading and How Children Spend Their Time Outside of School. » *Reading Research Quarterly*, 23(3): 285-303. <http://www.jstor.org/stable/748043>.
- Anthoney, Audrey, Jo Royle et Ian Johnson. 2000. « The UK Children's Publishing House – Adapting to Change for the Multimedia Market. » *Electronic Library*, 18(4): 269-278.
- Baverstock, Alison. 2008. *How to Market Books: The Essential Guide to Maximizing Profit and Exploiting All Channels to Market*. 4^e ed. London.
- Bertrand Anne-Marie, Martine Burgos, Claude Poissenot et Jean-Marie Privat. 2001. *Les bibliothèques municipales et leurs publics. Pratiques ordinaires de la culture*. Paris : Bibliothèque publique d'information.
- Book Marketing Ltd., 2005. *Expanding the Book Market: A study of Reading and Buying Habits in GB*. London: The Bookseller in association with Arts Council England and BML. <http://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fstaging.bookmarketing.co.uk%2Fimages%2Fexpandingthemarketreport.pdf&ei=9KVkVYiyKdCSyASvgYOoBg&usg=AFQjCNHL3OaCXG4lOAHGLL7fm8d8rEK5xg&sig2=GvcThk2mvdY2SEJ8Fvntg&bvm=bv.93990622,d.aWw>.
- Brannen, Julia. 1995. *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative Research*. University of London.
- . 2005. « Mixing Methods: The Entry of Qualitative and Quantitative Approaches into the Research process. » *International Journal of Social Research Methodology*, 8(3): 173-184. doi: 10.1080/13645570500154642.
- Cartwright, Helen. 2001. *Change in Store? An Investigation Into the Impact of the Book Superstore Environment on Use, Perceptions and Expectations of the Public Library as a Space, Place and Experience*. Mémoire de maîtrise, University of Sheffield, Yorkshire. <http://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fdagda.shef.ac.uk%2Fdispub%2Fdissertations%2F2000-01%2Fcartwright.pdf&ei=pahkVdL-H-iwsAS2zYCICQ&usg=AFQjCNGaNdlPd6ixo1Z35dZVQCYR1wYzGg&sig2=zZ43VaGw5ET5y0aLOOZqJQ&bvm=bv.93990622,d.cWc>.
- . 2003. « Change in Store? What Impact are High-street Book Superstores Having on the Public Library? » *Library and Information Update*, 2(7): 52-55.

- . 2004. « Change in Store? An Investigation Into the Impact of the Book Superstore Environment on Use, Perceptions and Expectations of the Public Library as a Space, Place and Experience. » *Library and Information Research*, 28(88): 13-26. <http://www.lirjournal.org.uk/lir/ojs/index.php/lir/article/view/158>.
- Coley, Amanda et Brigitte Burgess. 2003. « Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. » *Journal of Fashion Marketing and Management*, 7(3): 282-295. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/13612020310484834>.
- Commission européenne. 2007. *European Cultural Values*. Bruxelles. http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fpublic_opinion%2Farchives%2Ffebs%2Ffebs_278_en.pdf&ei=c6pkVdDkGfTasASj74HYCg&usg=AFQjCNHC20obO1usC7-zuNRN2LKj-reYyA&sig2=5En5wzfhKXdRxTd2Bdwo1A&bvm=bv.93990622,d.cWc.
- Cooper, Louise, Royle Jo et Rosemary Stockdale. 2000. « The Use of Branding by Trade Publishers: An Investigation in to Marketing the Book as a Brand Name Product. » *Publishing Research Quarterly*, 15(4): 3-13. <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12109-999-0031-1>.
- Daniels, Harvey. 2002. *Literature Circles: Voice and Choice in Book Clubs and Reading Groups*. Portland: Stenhouse Publishers.
- De Wulf, Kristof et Gaby Odekerken-Schröder. 2003. « Assessing the Impact of a Retailer's Relationship Efforts on Consumers' Attitudes and Behavior. » *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10(2): 95-108. <https://www.deepdyve.com/lp/elsevier/assessing-the-impact-of-a-retailer-s-relationship-efforts-on-consumers-GU91CkEjX>.
- Donnat Olivier. 2009. *Les Pratiques culturelles des Français*. Enquête 2008, La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication, Paris.
- Evans, Joel R. et Anil Mathur. 2005. « The Value of Online Surveys. » *Internet Research*, 15(2): 195-219. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/10662240510590360>.
- Farquhar, Jillian et Jennifer Rowley. 2006. « Relationships and Online Consumer Communities. » *Business Process Management Journal*, 12(2): 162-177. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/14637150610657512>.
- Fenech, Tino et Arin O' Cass. 2001. « Internet Users' Adoption of Web Retailing; User and Product Dimensions. » *Journal of Product and Brand Management*, 10(6): 361-381. Doi: <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000006207>.
- Foertsch, Mary A. 1992. *Reading In and Out of School*. Washington, D.C.: U.S. Department of Education.
- Fraser, Fiona. 2006. « Get Closer to Consumers Online, Warns Barnsley. » *The Bookseller*. <http://www.thebookseller.com/news/get-closer-consumers-online-warns-barnsley>.

- Gardiner, Juliet. 2002. « Reformulating the Reader: Internet Bookselling and its Impact on the Construction of Reading Practices. » *Changing English*, 9(2): 161-168. doi: 10.1080/1358684022000006276.
- Gunter, Barrie, David Nicholas, Paul Huntington et Peter Williams. 2002. « Online Versus Offline Research: Implications for Evaluating Digital Media. » *Aslib Proceedings*, 54(4): 229-239. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/00012530210443339>.
- Hakim, Catherine. 2000. *Research Design: Successful Designs for Social and Economic Research*, 2^e éd. London: Routledge.
- Hersent, Jean-François. 2005. « Les non-publics: les arts en réceptions. » *Bulletin des bibliothèques de France*. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2005-01-0111-008>.
- Holman, Tom. 2007. « A Consuming Passion. » *The Bookseller*. <http://www.thebookseller.com/feature/consuming-passion>.
- Hughes-Hassell, Sandra et Pradnya Rodge. 2007. « The Leisure Reading Habits of Urban Adolescents. » *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 51(1): 22-33. doi: 10.1598/JAAL.51.1.3.
- Karim, Nor Shahriza Abdul et Amelia Hasan. 2007. « Reading Habits and Attitude in the Digital Age: Analysis of Gender and Academic Program Differences in Malaysia ». *The Electronic Library*, 25(3): 285-298. <http://dx.doi.org/10.1108/02640470710754805>.
- Kim, James. 2004. « Summer Reading and the Ethnic Achievement Gap. » *Journal of Education for Students Placed at Risk*, 9(2): 169-188.
- Krashen, Stephen. 2005. « The « Decline » of Reading in America, Poverty and Access to Books, and the Use of Comics in Encouraging Reading. » *Teachers College Record*. www.tcrecord.org.
- Kvale, Steinar. 1996. *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. London: Sage
- Love, Kristina et Julie Hamston. 2003. « Teenage Boys' Leisure Reading Dispositions: Juggling Male Youth Culture and Family Cultural Capital. » *Educational Review*, 55(2): 161-77. doi: 10.1080/0013191032000072209.
- Mann, Chris et Fiona Stewart. 2000. *Internet Communication & Qualitative Research: A Handbook for Researching Online*. London: Sage.
- McDonald, Heath et Stewart Adam. 2003. « A Comparison of Online and Postal Data Collection Methods in Marketing Research. » *Marketing Intelligence and Planning*, 21(2): 85-95. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/02634500310465399>
- McKool, Sharon. S. 2007. « Factors that Influence the Decision to Read: An Investigation of Fifth Grade Students' out-of-school Reading Habits. » *Reading Improvement*, 44(3): 111-113. <http://www.projectinnovation.biz/ri.html>.

- Miles, Matthew. B. et A. Michael Huberman. 2014. *Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebooks*. London: Sage.
- Miller, L.J. 1999. « Shopping for Community: The Transformation of the Bookstore into a Vital Community Institution. » *Media, Culture and Society*, 21(3): 385-407. Doi : 10.1177/016344399021003005.
- MIS Trend .2004. *Enquête sur les pratiques culturelles dans le canton de Genève*. Lausanne.
- Morgan, David. L. 1997. *Focus Groups as Qualitative Research*. 2^e ed. London: Sage.
- Munn, Pamela et Eric Drever. 1995. *Using Questionnaires in Small-Scale Research. A Teachers' Guide*, Edinburgh: Scottish Council for Research in Education. <http://eric.ed.gov/?id=ED326488>.
- National Library Board. 2005. *Library 2010: Libraries for Life, Knowledge for Success*. Singapore: National Library Board Singapore.
- Nesbary, D. K. 2000. *Survey Research and the World Wide Web*. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Patton, Michael Quinn. 2015. *Qualitative Research and Evaluative Methods*. 4e ed. California: Sage.
- Peterson, Robert .A. 2000. *Constructing Effective Questionnaires*. London: Sage.
- Przybys, J. 2000. « Bookstores Expanding Role as Community Centers ». *Las Vegas Review Journal*, 3:1E. <http://www.reviewjournal.com>.
- Stewart, Rod. 2003. « How to Capture the Consumer. » *The Bookseller*. <http://www.thebookseller.com/news/how-capture-consumer>.
- Rickett. Joel. 2008. « Displays Now Main Factor in Book Sales. » *The Bookseller*. <http://www.thebookseller.com/news/displays-now-main-factor-book-sales>.
- Ross, Catherine Sheldrick. 1998. *Making Choices: What Readers Say about Choosing Books to Read for Pleasure*. The University of Western Ontario.
- Royle, Jo et Rosemary Stockdale. 2000. « Publishers' Relationships on the Web: An Examination of How Publishers' Websites are Causing Changes in Relations in the Book Industry. » *New Review of Information Networking*, 6: 137-151. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13614570009516957>.
- Schutte, Nicola. S. et John M. Malouff. 2007. « Dimensions of Reading Motivation: Development of an Adult Reading Motivation Scale. » *Reading Psychology*, University of New England, Armidale, Australie, 28(5): 469-489. doi: 10.1080/02702710701568991.
- Silverman, David. 2000. *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. London: Sage.
- Stewart, Rod. 2005. « Browser to Buyer, Amazon Style. » *The Bookseller*. <http://www.thebookseller.com/feature/browser-buyer-amazon-style>.

- Stockman, Mia. J. W. 1999. « Reading Attitude and its Effect on Leisure Time Reading. » *Poetics*, 26(4): 245-261. doi: 10.1016/S0304-422X(99)00005-4.
- Szmigin, Isabelle, Louise Canning et Alexander E. Reppel. 2005. « Online Community: Enhancing the Relationship Marketing Concept through Customer Bonding. » *International Journal of Service Industry Management*, 16(5): 480-496. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/09564230510625778>.
- Vadon, Albert. M. 2000. *Gender and Cultural Differences in Attitude Toward Reading in an Adult Population*. Mémoire de maîtrise (Research Project), Kean University, New Jersey. <http://eric.ed.gov/?id=ED438527>.
- Verhoeven, Ludo et Catherine E. Snow (éditeurs). 2001. *Literacy and Motivation: Reading Engagement in Individuals and Groups*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates.
- Waxman, Lisa. 2006. « The Coffee Shop: Social and Physical Factors Influencing Place Attachment. » *Journal of Interior Design*, 31(3): 35-53. doi: 10.1111/j.1939-1668.2006.tb00530.x.

ANNEXES

ANNEXE A

QUESTIONNAIRES

LE LECTEUR FRANCOPHONE AU CANADA À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

QUESTIONNAIRE PRINCIPAL

Questions introductives

1. Que représentent les livres pour vous ? Pourquoi lisez-vous des livres ?
2. De façon générale comment décririez-vous vos habitudes de lecture ?
 - Vous considérez-vous comme un lecteur occasionnel (1 à 4 livres par an), régulier (5 à 12 livres par an), assidu (plus de 12 livres par an) ?
 - Lisez-vous davantage ou moins aujourd'hui qu'il y a quelques années ? Pourquoi ?

Questions principales

3. D'où vient votre intérêt (important, régulier, occasionnel) pour la lecture ? Pourriez-vous nous décrire un événement marquant qui a contribué à développer votre intérêt pour la lecture de livres.
4. Diriez-vous que vos achats et/ou emprunts de livres sont plutôt planifiés ou plutôt spontanés ? Comment expliquez-vous cette habitude ?
5. Lors d'une visite dans un point de ventes ou d'emprunt de livres, combien de temps passez-vous à bouquiner avant d'effectuer votre choix ?
6. Lors d'une séance de navigation sur une plateforme de vente ou d'emprunt en ligne de livres, combien de temps passez-vous à naviguer sur celle-ci ?
7. Qu'est-ce qui influence vos choix de lecture ? Par exemple, pour les derniers livres que vous vous êtes procurés (achat, emprunt, cadeau, etc.), comment avez-vous découvert ces titres ? Qu'est-ce qui a fait que vous avez choisi ces titres en particulier ?

Quels sont les facteurs et sources d'information qui influencent votre choix de lecture : auteur, coût, prix reçu, recommandation de proches, critique littéraire, publicité, recommandation du libraire, blogue littéraire, autre.
8. Êtes-vous un lecteur d'œuvres québécoises ? Quelles sont vos motivations (ou absences de motivation) ?
9. Êtes-vous plutôt un lecteur de livres au format papier, au format numérique ou hybride

(lecture dans les deux formats) ? Dans quelles proportions ? Pourquoi préférez-vous les livres au format papier et/ou numérique ?

10. De façon générale, au moment de vous procurer vos livres au format papier, avez-vous des préférences quant à leur format (édition originale, édition au format poche, autres) ? Quant à leur type (livre neuf, livre usagé, autres) ? Pourquoi ?

11. Vous êtes-vous déjà procuré des livres au format papier :

- Chez une librairie à succursales (Archambault, Renaud-Bray, Indigo/Chapters) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter les librairies à succursales ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Chez une librairie indépendante ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter les librairies indépendantes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Chez une grande surface (Wal-Mart, Costco, etc.) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter les grandes surfaces ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Chez d'autres points de vente (épiceries, pharmacies, etc.) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces types de points de ventes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez ceux-ci ?
- Dans des salons du livre ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter les salons du livre ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez eux ?
- Chez un détaillant en ligne (Archambault.ca, Renaud-Bray.ca, leslibraires.ca, Amazon.ca, autres) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces plateformes de ventes en ligne ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Chez une librairie de livres usagés ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter les librairies de livres usagés ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Dans une bibliothèque publique ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter les bibliothèques publiques ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Ailleurs (amis, cadeaux, etc.) ? Pourriez-vous nous donner des précisions ?

12. De façon générale, au moment de vous procurer vos livres au format numérique, avez-vous des préférences quant à leur format (PDF, ePub, autres) ? Pourquoi ?

13. Vous êtes-vous déjà procuré des livres au format numérique :

- Sur la plateforme d'une librairie à succursales (Archambault, Renaud-Bray, Indigo/Chapters) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces plateformes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
- Sur la plateforme d'une librairie indépendante ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter

ces plateformes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?

- Sur la plateforme d'une grande surface (Wal-Mart, Costco, etc.) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces plateformes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
 - Sur la plateforme d'un détaillant en ligne (Archambault.ca, Renaud-Bray.ca, leslibraires.ca, Amazon.ca, autres) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces plateformes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
 - Sur la plateforme d'une bibliothèque publique ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces plateformes ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît chez elles ?
 - Ailleurs (amis, cadeaux, etc.) ? Pourriez-vous nous donner des précisions ?
14. Vous procurez-vous vos livres numériques de façon payante ou gratuitement ? Pour quelles raisons ?
15. Vous est-il déjà arrivé de télécharger des livres par le biais d'une offre illégale ? Si oui, pour quelles raisons ?

Questions complémentaires

16. De façon générale, vous procurez-vous (achat, emprunt, etc.) vos livres au format papier et/ou numérique le plus souvent au même endroit/sur la même plateforme ? Dans l'affirmative, pourquoi ? Dans la négative, qu'est-ce qui fait varier les lieux où vous vous procurez des livres ?
17. Vous procurez-vous les mêmes types de livres en ligne que chez les détaillants ayant pignon sur rue ?
18. Vous arrive-t-il d'acheter des livres :
- En version papier, après les avoir lus ou consultés au format numérique ?
 - En format numérique, après les avoir lus ou consultés au format papier ?
 - Chez un détaillant ayant pignon sur rue après vous être informé en ligne ?
 - En ligne après vous être informé chez un détaillant ayant pignon sur rue ?

Conclusion

19. Dans quel groupe d'âge vous situez-vous :
- 18-25
 - 26-35

- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66 et plus

20. Dans quelle ville et région habitez-vous ?

21. Y a-t-il des aspects que nous n'aurions pas considérés dans ce questionnaire et que vous souhaiteriez aborder ?

Merci de votre précieuse collaboration.

LE LECTEUR FRANCOPHONE AU CANADA À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

QUESTIONNAIRE COURT

1. Pourquoi lisez-vous des livres ? Quelles sont vos motivations ?
2. Êtes-vous plutôt un lecteur de livres au format papier, au format numérique ou mixte (lecture dans les deux formats) ? Dans quelles proportions ? Pourquoi préférez-vous les livres au format papier et/ou numérique ?
3. Vous venez de vous acheter (d'emprunter) un livre dans cette librairie (à succursales, indépendante), cette grande surface, cette bibliothèque. Pourquoi avoir choisi ce type d'établissement ? Vous procurez-vous souvent vos livres ici ? À quelle fréquence ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît ?
4. Est-ce que vous vous procurez des livres dans d'autres types d'établissement (reprendre la nomenclature et ajouter Autres points de vente) ? À quelle fréquence ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît ?
5. Est-ce que vous vous procurez des livres au format papier par le biais d'une plateforme de vente en ligne (Archambault.ca, Renaud-Bray.ca, leslibraires.ca, Amazon.ca, autres) ? Qu'est-ce qui vous motive à fréquenter ces plateformes de ventes en ligne ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît ?
6. (*Le cas échéant : voir réponse question n° 2*) Sur quelle(s) plateforme(s) vous procurez-vous vos livres au format numérique ? Qu'est-ce qui vous plaît et vous déplaît ?
7. Qu'est-ce qui influence vos choix de lecture ?
8. De façon générale, au moment de vous procurer vos livres au format papier et/ou numérique, avez-vous des préférences quant à leur format ?
9. Êtes-vous un lecteur d'œuvres québécoises ? Quelles sont vos motivations (ou absences de motivation) ?
10. Quel âge avez-vous ?
11. Dans quelle ville et région habitez-vous ?

Merci de votre précieuse collaboration.

ANNEXE B

Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique

Courriel d'invitation

Objet : *Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique*

Bonjour,

Nous sollicitons votre participation à une étude commanditée par l'Association nationale des éditeurs de livres et réalisée par l'Institut national de la recherche scientifique – Urbanisation Culture Société, dont l'objectif est de mieux comprendre les habitudes de consommation de livres. Nous avons obtenu votre courriel grâce aux listes de NOM DE L'ORGANISME.

Votre précieuse contribution se ferait sous la forme d'un entretien d'environ 60 minutes. Vous trouverez en document attaché une description détaillée du projet.

La confidentialité et l'anonymat des répondants sont garantis, bien qu'une identification indirecte soit potentiellement possible. Nous vous remettons un formulaire de consentement qui assure la confidentialité de votre participation, de vos réponses et de tout élément qui permettrait de vous identifier de manière directe. Ce formulaire pourra être signé lors de l'entretien.

Nous espérons grandement pouvoir vous compter parmi nos répondants. Si vous acceptez par retour de ce courriel, nous prendrons rendez-vous, dans les meilleurs délais, pour la tenue de l'entretien à un endroit qui sera convenu avec vous. N'hésitez surtout pas à nous contacter pour toute question que ce soit.

Nous vous souhaitons une très agréable journée,

Christian Poirier

Professeur agrégé
Institut national de la recherche scientifique – Urbanisation Culture Société
385, rue Sherbrooke Est - Bureau 5119
Montréal (Québec) H2X 1E3
Téléphone : 514-499-4092
Télécopieur : 514-499-4065
Courriel : Christian.Poirier@ucs.inrs.ca

ANNEXE C

Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique

Lettre d'information

Recherche menée par Christian Poirier, INRS – Urbanisation Culture Société, pour l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL).

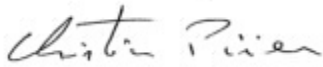
Madame, Monsieur,

Voici de l'information concernant la recherche pour laquelle vous êtes invité à participer. L'objectif de ces documents est de vous informer de vos droits en tant que participant à la recherche.

1. L'objectif de cette recherche est de mieux comprendre les habitudes de lecture et de consommation de livres. Elle examine principalement les aspects suivants : les raisons qui motivent à lire et/ou emprunter des livres au format papier et/ou des livres au format numérique ; les modes, lieux et modalités d'approvisionnement en livres.
2. Votre participation à la recherche consistera à accorder un entretien d'une durée d'environ 60 minutes à un des membres de l'équipe de recherche. Les données seront utilisées dans un rapport destiné à l'ANEL et, dans un deuxième temps, afin de rédiger des communications scientifiques (articles dans des revues spécialisées, conférences dans les milieux universitaires, etc.).
3. En participant à cette recherche vous contribuerez à une meilleure compréhension des enjeux associés à la consommation de livres. Par ailleurs, l'entrevue ne vous expose pas à des risques différents que ceux auxquels vous vous exposez dans votre vie de tous les jours. Le principal inconvénient est le temps passé à participer au projet.
4. S'il y a des questions auxquelles vous ne pouvez pas ou préférez ne pas répondre, vous êtes tout à fait libre de choisir de ne pas répondre sans avoir à fournir de raisons et sans inconvénient ou conséquences négatives. Sachez par ailleurs qu'à titre de participant volontaire à cette étude, vous avez la possibilité de vous en retirer à tout moment.
5. La confidentialité des résultats sera assurée de la façon suivante : votre nom, ainsi que toute information mentionnant des lieux précis liés à vos activités, seront retirés des documents de travail, rapports et communications. Seuls les membres de l'équipe de recherche connaîtront votre identité. Aucun élément dans la diffusion des résultats de la recherche ne permettra de retracer directement votre identité ou celles de personnes dont vous nous aurez parlé. Cependant, malgré toutes les précautions prises à cet effet, il demeure possible d'être identifié de manière indirecte.
6. Une fois retranscrits, les entretiens seront conservés dans des fichiers sécurisés par mot de passe. Les retranscriptions ne seront accessibles qu'aux chercheurs qui participent à la recherche. Les fichiers audio numériques et les informations confidentielles seront détruits une fois l'étude ainsi que son exploitation sous la forme de résultats de recherche complétés. Les données anonymisées seront conservées pour servir à d'autres études du même genre, menées par le même chercheur principal.

Vous trouverez ci-joint deux (2) exemplaires du formulaire de consentement que nous vous demandons de signer, si vous acceptez de participer à cette recherche et de nous accorder un entretien. Nous vous enverrons le formulaire de consentement par courriel dans le cas où l'entretien aurait lieu par le biais du téléphone, de Skype ou du courriel. Avant de signer le formulaire vous pouvez, si vous le désirez, demander à l'intervieweur toutes les informations supplémentaires que vous souhaitez sur la recherche. Vous pouvez aussi contacter le chercheur principal, dont les coordonnées apparaissent au bas de la page. Vous pouvez également contacter la présidente du Comité d'éthique de la recherche de l'INRS, Mme Johanne Charbonneau, qui peut vous renseigner concernant vos droits en tant que participant à cette recherche.

Nous vous remercions de votre précieuse collaboration.



Chercheur principal :

Christian Poirier
Professeur agrégé
Institut national de la recherche scientifique - Urbanisation Culture Société
385, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2X 1E3
Tél. : 514-499-4092 Fax : 514-499-4065
Courriel : Christian.Poirier@ucs.inrs.ca

Personne ressource extérieure à l'équipe de recherche :

Madame Johanne Charbonneau
Présidente du Comité d'éthique en recherche avec des êtres humains
INRS
490, rue de la Couronne
Québec (Québec) G1K 9A9
Téléphone : (418) 650-7436
Courriel: Johanne.Charbonneau@ucs.inrs.ca

ANNEXE D

Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique

Présentation du projet de recherche et du consentement pour les coups de sonde « éclairs »

Bonjour,

Mon nom est X (intervieweur) et je mène une recherche pour l'Institut national de la recherche scientifique et l'Association nationale des éditeurs de livres afin de mieux comprendre les habitudes de consommation de livres. Est-ce que vous accepteriez de participer ?

Dans l'affirmative, intervieweur :

Merci beaucoup. Mes questions durent entre cinq et dix minutes. Les réponses demeureront confidentielles et seront agrégées avec les autres réponses. Il existe cependant une possibilité d'identification indirecte, quoique très minime. Nous pourrions également utiliser les données récoltées pour d'autres recherches similaires réalisées par le même chercheur. Vous pouvez mettre fin à l'entretien lorsque vous le souhaitez ou ne pas répondre à certaines questions.

Nous avons besoin de votre consentement oral de participation à cette étude.

Intervieweur :

Par la présente, j'accepte de participer à cette étude : *Réponse du participant.*

ANNEXE E

Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique

Formulaire de consentement

Recherche menée par Christian Poirier, INRS – Urbanisation Culture Société, pour l'Association nationale des éditeurs de livres.

J'ai pris connaissance de la recherche décrite dans la lettre d'information.

J'ai été informé(e), oralement et par écrit, des objectifs de la recherche, de ses méthodes de cueillette des données et des modalités de ma participation au projet.

J'ai également été informé(e) :

- a) de la façon selon laquelle les chercheurs assureront la confidentialité des données et protégeront les renseignements recueillis ;
- b) de mon droit de mettre fin à l'entrevue ou à son enregistrement, si je le désire, ou de ne pas répondre à certaines questions ;
- c) de mon droit, à titre de participant volontaire à cette étude, de me retirer à tout moment sans conséquence négative ;
- d) de mon droit de communiquer, si j'ai des questions sur le projet, avec le responsable du projet, Christian Poirier, professeur agrégé à l'INRS-UCS (voir coordonnées ci-dessous).

J'ai compris que j'ai la possibilité de me retirer de la recherche en tout temps ou de ne pas répondre à certaines questions, sans avoir à fournir d'explications et sans subir d'inconvénients.

J'ai l'assurance que les propos recueillis au cours de cet entretien seront conservés de façon confidentielle et traités de façon anonyme. Cependant, je suis conscient que malgré toutes les précautions prises à cet effet, il demeure possible que je sois identifié de manière indirecte.

J'autorise le chercheur principal, désigné ci-dessous, à citer certains extraits de l'entretien, et ce, exclusivement à des fins de recherche.

J'accepte, par la présente, de participer à la recherche selon les modalités décrites dans la lettre d'information sur le projet, ci-annexée.

Je signe ce formulaire en deux exemplaires et j'en conserve une copie.

Signature du participant

Date

Chercheur principal :

Christian Poirier

Professeur agrégé
Institut national de la recherche scientifique - Urbanisation Culture Société

385, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2X 1E3
Tél. : 514-499-4092 Fax : 514-499-4065
Courriel : Christian.Poirier@ucs.inrs.ca

Ce projet a été approuvé par le Comité d'éthique en recherche avec des êtres humains de l'INRS : 16 juin 2015.

ANNEXE F

PROTOCOLE DE CONFIDENTIALITÉ

Le lecteur francophone au Canada à l'ère du numérique

Certificat no. (X)

Recherche menée par Christian Poirier, professeur agrégé à l'INRS – Urbanisation Culture Société (514-499-4092), assisté de X, étudiant à l'INRS – Urbanisation Culture Société.

En tant qu'assistant pour la recherche mentionnée ci-dessus, je m'engage formellement à :

- Respecter la confidentialité des renseignements personnels auxquels je pourrais avoir accès ;
- Ne publier aucun renseignement permettant d'identifier directement des individus dans le cadre des différentes publications liées à cette recherche ;
- N'utiliser les renseignements personnels obtenus que pour cette seule recherche et à ne pas les transférer à d'autres personnes que le chercheur principal, qui est la seule personne autorisée à y avoir accès dans le cadre de ses fonctions de professeur chercheur ;
- Détruire tous les documents liés à cette recherche en ma possession une fois que mes activités avec ce groupe de recherche seront terminées.

X
Étudiant
INRS-UCS

Signature

Date : _____