

RISE
BOOKSELLING

BOÎTIER DE PROMOTION DE LA LECTURE

CATALOGUE DE BONNES PRATIQUES





SOMMAIRE

Introduction	4
Créer des espaces accueillants & construire une communauté	8
Rendre une librairie accueillante pour les enfants.....	9
Penser l'espace pour le jeune public et les familles.....	11
Des espaces dédiés aux jeunes lecteurs.....	14
Jouer la carte de la gourmandise : les cafés-librairies	16
Les recommandations personnalisées : super-pouvoir des libraires.....	17
Construire une communauté autour de la librairie.....	20
Organiser des événements.....	21
Rencontrer les auteurs derrière les histoires	22
Animer un club de lecture.....	24
L'heure du conte : faire vivre les histoires.....	28
Un festival du livre pour célébrer la lecture.....	30
Attirer les habitants locaux	31
Ateliers d'écriture : rendre la lecture interactive.....	33
La lecture par le jeu : approches interactives & ludiques	34
Faire gagner des points et récompenses	35
Remporter des prix en lisant : les concours de lecture.....	36
Des concours d'écriture inspirants	38
Prix littéraires et jury de jeunes lecteurs.....	39
L'avis des jeunes : coups de cœur et recommandations.....	40
Rapprocher les librairies et les espaces numériques	42
Réseaux sociaux et plateformes numériques : aller chercher les lecteurs sur leur terrain.....	43
BookTok : suivre les tendances pour attirer des lecteurs.....	45
Podcasts et contenus audio : nouvelles pratiques de lecture.....	47
Communiquer avec les parents.....	48
Les communautés de lecteurs en ligne.....	49
Les jeux vidéo comme porte d'entrée interactive vers les livres	51
Apprendre ensemble : formation & mentorat	53
Découvrir les coulisses : stages et bénévolat	54
Financer l'accès au livre et donner la parole aux jeunes	55
Former les éducateurs et auxiliaires	56
L'union fait la force : établir des collaborations.....	58
Collaborer avec les écoles	59
Fournir des livres aux bibliothèques d'école et CDI.....	61
Cadre différent, objectifs communs : médiathèques et librairies	63
Bibliothèques itinérantes (collaborer avec ONG et médiathèques).....	64
Nouer de nouveaux partenariats au-delà des livres	66
S'associer aux acteurs locaux : amener les livres dans des lieux inattendus.....	68



Partenariats & sponsors : trouver des financements.....	70
Coopérer avec les maisons d'édition.....	71
Solliciter les entreprises pour des événements ou sponsors	72
Développer des partenariats non monétaires ou de co-branding	73
Financement participatif : mobiliser le soutien de la communauté	74
Remerciements.....	76

À propos de RISE Bookselling

Co-financé par l'UE, le programme RISE Bookselling (Resilience, Innovation and Sustainability for the Enhancement of Bookselling) est géré par la Fédération européenne et internationale des libraires (EIBF). Il a pour but d'accroître, renforcer et optimiser la capacité et la solidité du secteur européen de la librairie.

À propos de l'EIBF

La Fédération européenne et internationale des libraires (EIBF) est une organisation à but non lucratif qui représente des associations nationales de libraires dans l'Union européenne et au-delà. Notre mission : représenter nos membres et leurs intérêts à travers une plateforme globale, et fournir un cadre favorisant la coopération et l'échange de bonnes pratiques.

À propos de Creative Europe

Creative Europe est un programme de l'Union européenne qui soutient de nombreux secteurs culturels et créatifs, et encourage la coopération et les échanges entre organisations culturelles et artistes en Europe et à l'international.

À propos de EDUCULT

EDUCULT est un institut indépendant à but non lucratif qui relie la recherche et la pratique. Ses travaux servent de fondements scientifiques pour des prises de décisions, favorisent la participation et ouvrent des espaces de réflexion. Ils créent une dynamique et mettent en lumière des résultats concrets.

INTRODUCTION

Ce catalogue fait partie du kit de promotion de la lecture RISE Bookselling. Son but est de fournir des ressources concrètes et un ensemble de bonnes pratiques pour vous aider à promouvoir les livres et le plaisir de lire auprès des enfants et du jeune public.

Contenu du catalogue

Le catalogue vous donnera un aperçu de ce que les libraires et autres acteurs du livre mettent en place pour promouvoir la lecture et s'adresser aux enfants et aux adolescents. Il présente des exemples venus de différents pays, des activités et des conseils pratiques. Vous découvrirez comment créer des espaces accueillants, proposer des recommandations personnalisées, construire une communauté, organiser des événements, tester des approches interactives et ludiques, investir les espaces numériques pour toucher un nouveau lectorat, se former et développer des compétences, établir des collaborations, partenariats et sponsors.

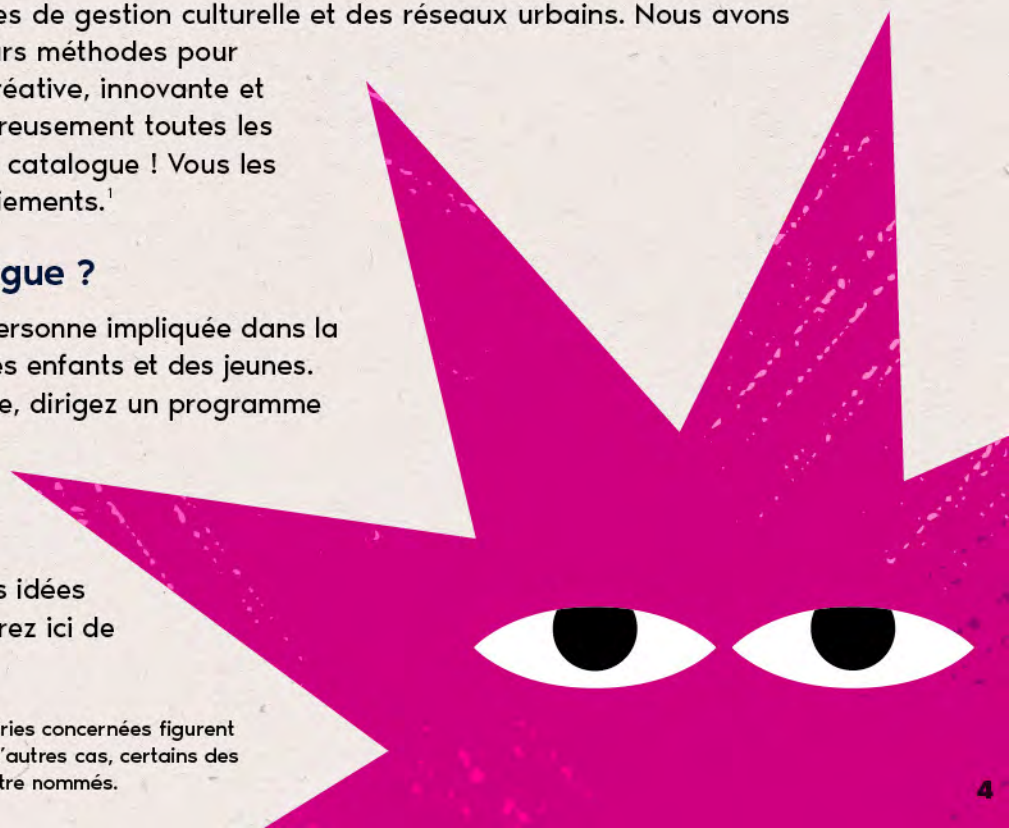
Qui a participé à ce catalogue ?

Les idées, activités et exemples réunis ici proviennent de 20 pays membres du réseau RISE Bookselling à travers le monde. Pour concevoir ce document ressource, nous avons échangé avec divers professionnels de l'alphabétisation des enfants, notamment des libraires indépendants, des chaînes nationales et régionales de centres urbains, de villes rurales et de villages, mais aussi des associations de libraires, des ONG et associations à but non lucratif, des fondations, des bibliothèques nationales, des professionnels de l'édition, des agences nationales pour les livres et la culture, des organismes de gestion culturelle et des réseaux urbains. Nous avons recueilli leurs points de vue et leurs méthodes pour promouvoir la lecture de façon créative, innovante et efficace. Nous remercions chaleureusement toutes les personnes qui ont contribué à ce catalogue ! Vous les trouverez listées dans les remerciements.¹

À qui s'adresse ce catalogue ?

Ce catalogue s'adresse à toute personne impliquée dans la promotion de la lecture auprès des enfants et des jeunes. Si vous travaillez dans une librairie, dirigez un programme d'alphabétisation, coordonnez des événements ou soutenez des organisations qui le font, quel que soit votre degré d'expérience, si vous cherchez des idées pour vous renouveler, vous trouverez ici de quoi vous inspirer.

¹ Des exemples précis citant le nom des librairies concernées figurent dès que possible dans le catalogue. Dans d'autres cas, certains des partenaires interrogés ont préféré ne pas être nommés.



L'importance de promouvoir la lecture

La lecture a une influence profonde sur la vie des enfants. Les enfants qui lisent pour le plaisir auront davantage tendance à s'épanouir à l'école, à développer un esprit critique et à s'investir dans la société. Cependant, dans de nombreux pays, le plaisir de lire chez les enfants et les jeunes connaît une baisse historique.

Du fait de leur position stratégique, les librairies, bibliothèques, ONG, fondations et organisations culturelles ont un rôle de premier plan à jouer, en particulier pour rendre la lecture amusante et transmettre le plaisir de lire. Nul besoin d'un budget conséquent ou d'intervenir dans une salle de classe pour promouvoir la lecture : cela peut aussi passer par un présentoir bien placé, une heure du conte mensuelle, ou bien mettre le bon livre dans les bonnes mains au bon moment.

Des programmes de distribution de livres, des projets communautaires autour de la lecture ou des espaces accueillants en librairie peuvent favoriser un accès régulier aux livres pour les enfants les plus à risque de s'en désintéresser, et ainsi réduire les inégalités en amont.

La promotion de la lecture se fonde sur un principe simple mais fondamental : chaque enfant mérite de pouvoir découvrir la lecture, quels que soient le contexte dans lequel il grandit ou les moyens financiers de sa famille. L'alphabétisation est un des fondements de l'esprit critique, de la créativité et de la capacité à s'intégrer à la société avec assurance.

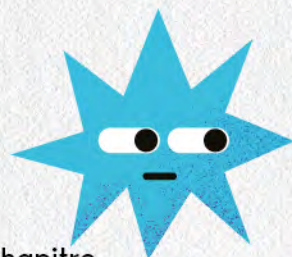
Tous les acteurs des écosystèmes littéraires locaux ont un rôle à jouer en ce sens. Le présent catalogue est là pour vous y aider.





Mode d'emploi du catalogue

Le catalogue est organisé en sept chapitres :



Créer des espaces accueillants & Construire une communauté – Ce chapitre examine les fondamentaux : comment rendre un espace véritablement accueillant pour les enfants, les familles et les jeunes ; développer une communauté autour de la lecture ; les éléments à prendre en compte lors de la conception ; et le rôle clé des recommandations personnalisées pour transmettre le plaisir de lire.



Organiser des événements – Inviter des auteurs et autrices à venir lire leurs textes, organiser des clubs de lecture, des soirées jeux ou des rencontres : des clés pour concevoir un programme adapté à votre contexte.

La lecture par le jeu : approches interactives et ludiques – Ces activités peuvent s'intégrer à une programmation existante, être utilisées de manière ponctuelle ou étoffées pour proposer des expériences plus stimulantes – concours, récompenses et autres astuces pour faire de la lecture une aventure.



Rapprocher les librairies et les espaces numériques – Aller chercher les jeunes lecteurs sur leur terrain et faire dialoguer les espaces physiques et numériques pour des expériences de lecture plus interactives.



Apprendre ensemble : compétences, formation et mentorat – Renforcer l'esprit d'équipe, transmettre ses connaissances, et apprendre des jeunes eux-mêmes.

L'union fait la force : collaborations – Travailler avec les écoles, les bibliothèques, les entreprises locales, les associations, et peut-être même des partenaires auxquels vous n'avez pas encore pensé.

Partenariats et sponsors : trouver des financements – Obtenir des aides extérieures pour vos activités.





Vous êtes libre de parcourir ce catalogue en entier ou de lire directement les chapitres qui vous semblent les plus pertinents. Chaque chapitre inclut des idées et exemples de bonnes pratiques immédiatement applicables, ainsi que des projets à plus long terme que vous pourrez construire sur la durée. Lancez-vous, trouvez l'inspiration, et revenez-y dès que vous avez besoin de nouvelles idées.

Pour s'y retrouver :



Cliquez sur ce symbole en haut à gauche de chaque page pour naviguer rapidement dans le document. Sur les pages titres de chaque chapitre, il sert de raccourci vers le sommaire.



Les études de cas et les citations affichent un icône selon le type d'organisation. L'icône indique si la librairie est indépendante ou membre d'une chaîne, et si elle se situe dans une zone urbaine ou rurale.

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE

CONFIRMÉ

Le haut de chaque section indique à quel niveau de lecture s'adressent les activités évoquées.

Les conseils, questions et points clés à considérer sont ainsi mis en valeur.

GARÇONS

Ce signe indique les sections les plus efficaces pour encourager les garçons à lire.



Créer des espaces accueillants & **CONSTRUIRE UNE COMMUNAUTÉ**

Ce chapitre explore la façon dont différentes librairies instaurent une ambiance chaleureuse qui donne envie aux gens de pousser la porte, un lieu où ils se sentent les bienvenus et qui les encourage à revenir. Nous verrons comment faire de la librairie leur espace livresque préféré en offrant des expériences personnalisées et en rassemblant une communauté autour des livres.

①

Rendre une librairie accueillante  pour les enfants

②

Penser l'espace pour le jeune public et les familles 

③

Des espaces dédiés aux jeunes lecteurs 

④

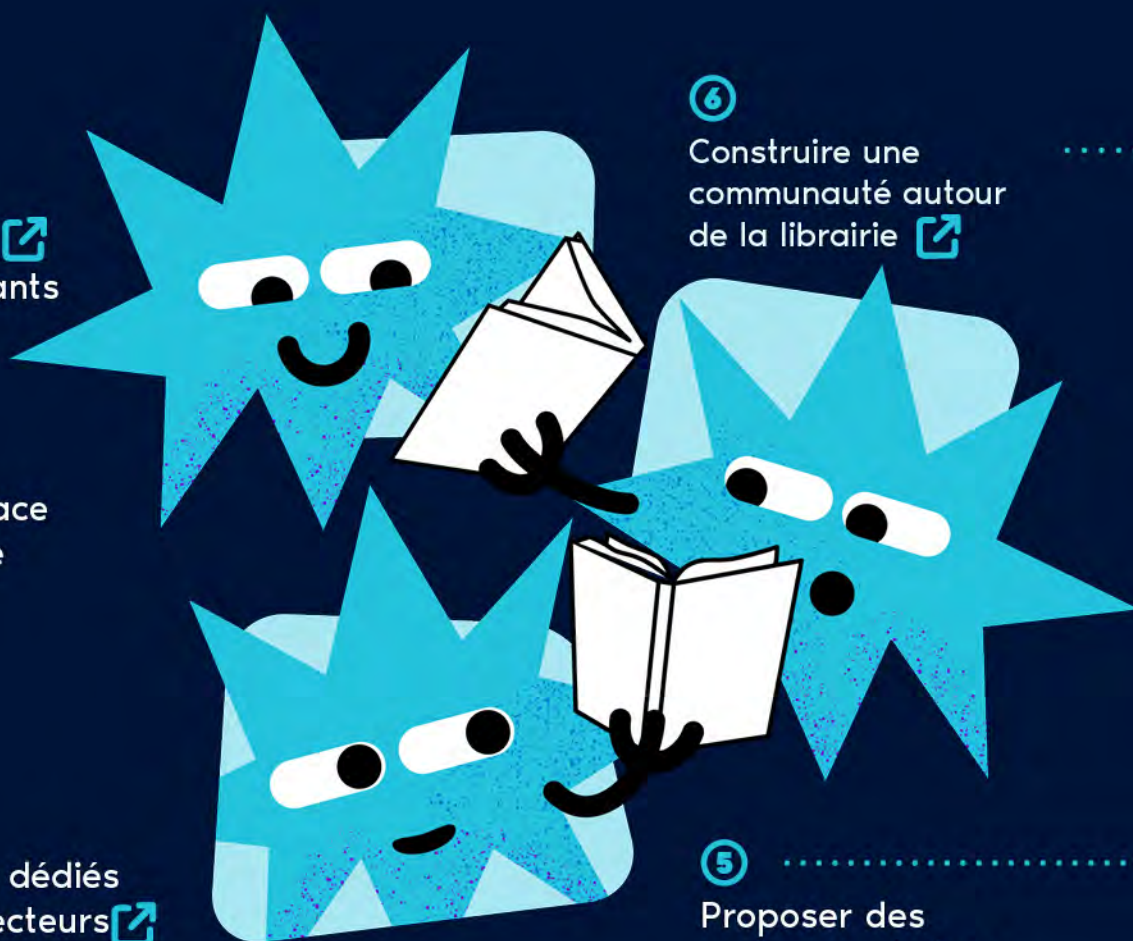
Jouer la carte de la gourmandise : les cafés-librairies 

⑥

Construire une communauté autour de la librairie 

⑤

Proposer des recommandations personnalisées 



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Rendre une librairie accueillante pour les enfants

Liste non-exhaustive d'éléments propices à ce que les enfants et leurs familles se sentent à l'aise :



AUTORISATION DE TOUCHER :

Pas d'interdiction de toucher les livres : les enfants doivent pouvoir les feuilleter librement sans avoir l'impression de transgresser une règle.



LIBERTÉ DE MOUVEMENT :

Les enfants (et leurs accompagnants) doivent pouvoir se déplacer, parler, s'amuser sans avoir l'impression de déranger.



UN ESPACE DÉDIÉ :

Montrer aux enfants que vous savez ce qui les intéresse est une bonne façon de leur faire savoir qu'ils peuvent trouver de quoi leur plaire. Pensez à des éléments visuels comme le poster d'un film populaire, ou d'une super-héroïne, d'un joueur de foot, d'un squelette détective, etc.



QUALITÉ RELATIONNELLE :

L'attitude de l'équipe envers les enfants, les adolescents et leurs familles est essentielle pour qu'ils se sentent à l'aise. Il s'agit d'accueillir tout le monde, d'être disponible et abordable, de poser des questions, ou de laisser les gens feuilleter les livres tranquillement, sans leur donner l'impression qu'ils doivent immédiatement acheter quelque chose, pour qu'ils se sentent libres d'occuper l'espace.



REPRÉSENTATION :

Permettre aux personnes de se sentir représentées. Un lieu vraiment accueillant reflète son public cible. Cela passe par une sélection de livres divers et variés, avec une pluralité de points de vue, d'auteurs et de personnages représentés, visibles en vitrine.

« Que ce soit la musique, les affiches aux murs ou les livres sur les présentoirs, nous voulons que vous vous sentiez ici chez vous. Certains enfants n'ont peut-être jamais vu autant d'auteurs noirs sur une étagère. Ça fait partie des choses qui peuvent donner aux enfants le sentiment d'être dans un lieu accessible, qui leur appartient. »

TÉMOIGNAGE LIBRAIRE



Comment faire en sorte que votre lieu soit à l'image de la communauté :

-  Veillez à la diversité de votre offre de livres, et à ce que cette diversité soit visible même de l'extérieur, par exemple dans votre sélection des livres en vitrine, à travers des stickers sur la porte, ou dans vos recommandations sur les réseaux sociaux.
-  Les manifestations internationales (journées/semaines/mois) fournissent un point de départ accessible. Par exemple : le mois de l'histoire des femmes, le mois de l'histoire des Noirs, le mois des fiertés, etc.
-  Ne pas se cantonner aux livres : pensez à la musique, aux affiches, aux couleurs, aux motifs et aux symboles. Chaque détail peut permettre aux gens de sentir votre volonté de les inclure dans votre espace.



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT **INTERMÉDIAIRE** **CONFIRMÉ**

Penser l'espace pour le jeune public et les familles

La façon dont une librairie est agencée envoie un message fort avant même de regarder les livres. Une librairie bien conçue indique aux enfants, aux adolescents et aux familles : vous êtes les bienvenus ici, cet endroit a été pensé pour vous. Un intérieur inclusif ne nécessite pas forcément de travaux coûteux, quelques aménagements simples peuvent suffire à montrer que tout le monde y est bienvenu.

Une entrée ouverte et accessible

La première impression d'une librairie, c'est-à-dire son entrée, son agencement, sa vitrine, un aspect ouvert et engageant, qui laisse voir l'intérieur, détermine à quel point les passants auront envie d'entrer ou hésiteront à en franchir le seuil.

Un intérieur aéré qui facilite la circulation

Peut réduire ce que les libraires appellent parfois « la peur du seuil », un sentiment de malaise qui peut dissuader certains visiteurs d'entrer, surtout s'ils ne sont jamais venus, qu'ils ne lisent pas ou ne se considèrent pas comme des lecteurs aguerris.

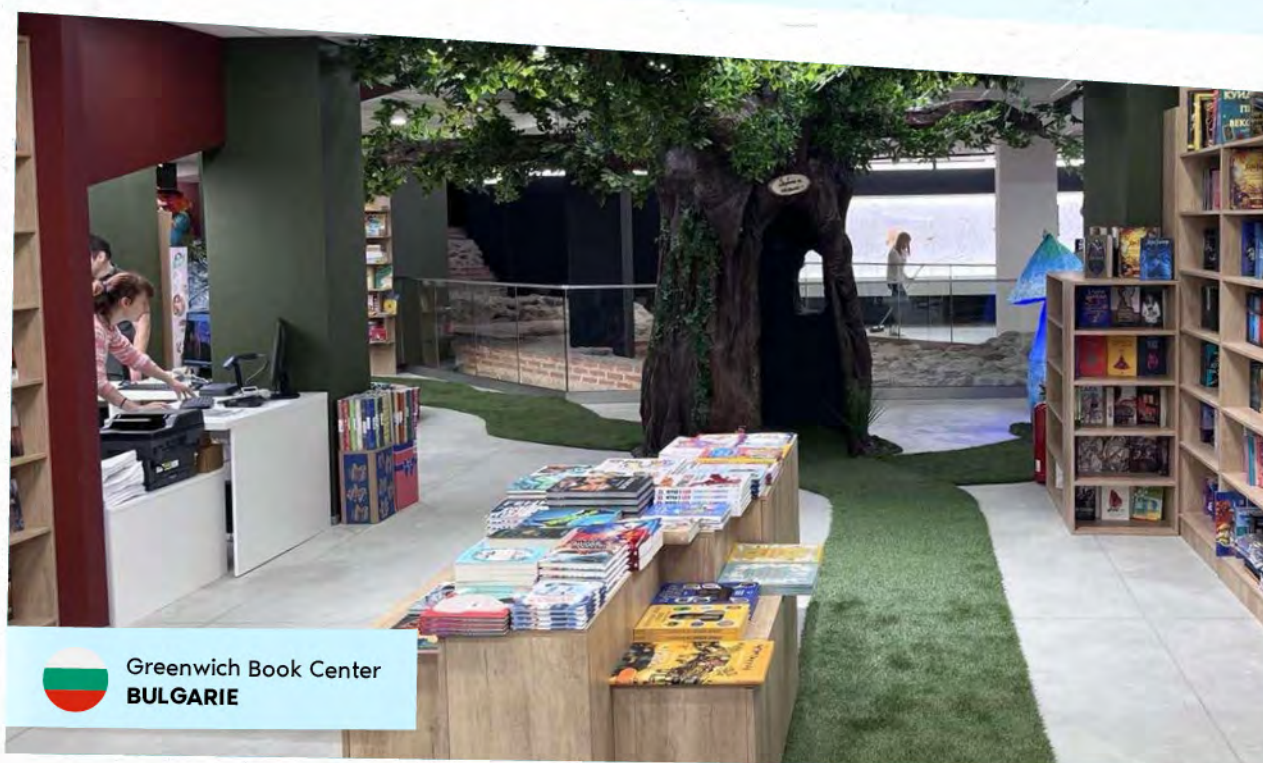
Une atmosphère chaleureuse et conviviale

Objectif : faire que les visiteurs aient envie de rester. Qu'ils puissent se poser tranquillement, s'asseoir pour écrire, et que les enfants et leur famille se sentent comme chez eux. Un enfant à qui on donne la permission d'occuper l'espace, sans règles, sans pression, aura plus facilement envie de revenir.

Des sièges confortables, comme des fauteuils, des canapés, des coussins au sol et des tables basses

Encouragent les visiteurs à prendre leur temps, à lire ou feuilleter les livres, sans la pression des lieux de vente traditionnels. Ne serait-ce qu'installer un pouf dans un coin peut faire l'affaire.





Répondre aux besoins pratiques

Des gestes simples pour prendre en compte les besoins des familles peut faire la différence, surtout pour les tout-petits. Des équipements adaptés pour l'allaitement, une table à langer dans les toilettes, ou même mettre des couches à disposition indiquent aux familles avec enfants en bas âge et bébés qu'elles sont réellement les bienvenues. Ces détails limitent leurs réticences à venir et rendent le lieu plus accessible.

Des espaces modulables et polyvalents

Un mobilier léger et amovible permet de transformer rapidement un espace enfants en coin événement ou atelier. Dans certaines librairies, l'espace enfants permet aussi d'accueillir les visites scolaires, rencontres d'auteurs ou ateliers créatifs, optimisant l'espace.

Jouer sur les sens

L'atmosphère d'une librairie se ressent autant qu'elle se voit. Un fond musical, des impressions d'art ou des décors à thème peuvent créer une ambiance chaleureuse et mémorable.

- **Des éléments graphiques** comme des illustrations, des décorations murales, des planètes au plafond ou un décor thématique font du lieu lui-même une expérience marquante.
- Offre de **thé, café, ou en-cas**.

Veiller à l'accessibilité

Un espace accessible bénéficie à tout le monde. Certains libraires adaptent leur aménagement pour permettre aux clients à mobilité réduite de circuler sans problème. D'autres prennent en compte les besoins des personnes neuroatypiques en réduisant les stimuli sensoriels (environnement calme, lumière tamisée dans les coins plutôt qu'un éclairage au plafond).

Chez Bookbugs and Dragon Tales (Royaume-Uni), ce qui était à l'origine une préférence personnelle, éviter un éclairage trop vif au plafond, a rendu le lieu plus calme et mieux adapté à l'hypersensibilité des enfants neuroatypiques qui y trouvent volontiers refuge.

Mettre l'accessibilité au cœur d'un lieu permet généralement à un public plus large de s'y sentir à l'aise. Bookbugs and Dragon Tales intègre aussi à ses animations sa déco autour des dragons, par exemple avec un jeu de piste.



L'inclusivité signifie aussi aménager le lieu en pensant à ceux qui ne se sentent pas encore chez eux en librairie, ou demander conseil aux différentes communautés.



Nooroongji Books • VANCOUVER, CANADA

Nooroongji Books (Canada) cultive une atmosphère chaleureuse et accueillante grâce à un agencement bien pensé et particulièrement adapté aux enfants. Aménagée dans un souci d'accessibilité, elle met à disposition des tabourets et des échelles pour que chaque livre, même les plus hauts, soit à portée de main. En plein milieu se trouve un canapé moelleux, invitant explicitement les familles à s'y asseoir pour lire. Côté littérature jeunesse, tout est étudié pour faciliter l'accès aux livres et l'attrait visuel : plutôt que de ne présenter que leur dos, les livres sont majoritairement tournés côté couverture et disposés à portée de main des plus petits. Grâce à cette disposition stratégique qui invite à l'exploration, la librairie favorise un lien direct et joyeux entre les enfants et les livres.



Voir aussi « Lire dans la vitrine » - Chinderbuechlade, Suisse (chapitre 7) [🔗](#)

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Des espaces dédiés aux jeunes lecteurs

Penser l'espace pour les enfants

Les sections jeunesse les plus réussies prennent en compte la façon dont les enfants appréhendent l'espace, au lieu d'être conçues selon une perspective adulte.

- **Présenter les livres côté couverture et à hauteur d'enfant ou posés sur des tables et surfaces basses** les rend tout de suite plus attractifs et accessibles pour de petites mains.
- **Un mobilier adapté** : petites chaises, tables basses, coussins au sol, etc.
- **Une zone de jeu à thème, un petit train sur une table ou un coin déguisement** peuvent encourager les enfants à occuper le lieu et à l'associer au jeu plutôt qu'à une obligation. Mettez en place des décorations thématiques pour offrir aux enfants une expérience immersive et amusante.

« Nous avons un petit bateau dans lequel les enfants peuvent s'asseoir, ainsi qu'un château et un vaisseau spatial. Chaque pièce a une thématique, pour que chacun y trouve son compte, qu'ils soient passionnés par les dinosaures ou par autre chose. Il y a aussi une table à coloriage. Je fais en sorte de rendre l'endroit le plus accueillant possible. Les enfants adorent venir ici pour jouer. »

Chicken and Frog • NOUVELLE-ZÉLANDE



- **Des exemplaires de découverte.** Certains libraires gardent en réserve des albums un peu abîmés que les plus petits peuvent manipuler librement, sans que les parents aient à s'en inquiéter.
- **Une organisation claire et intuitive.** Les familles et les enfants doivent pouvoir se repérer facilement dans les rayons, grâce à une logique de rangement qui leur parle, que ce soit par âge, par thématique, par genre ou par niveau scolaire. Certains libraires organisent leur rayon jeunesse autour de thèmes, par exemple « émotions », « communauté » ou « histoire des personnes noires ». Cela aide les familles à trouver des livres qui répondent à des besoins ou intérêts spécifiques, et montre la richesse thématique qu'offre la lecture.



Penser l'espace pour les adolescents

Construire un rayon pour ados est un défi à part entière. S'il semble destiné à une tranche d'âge plus jeune, cela dissuadera un bon nombre d'adolescents de venir l'explorer. Un espace qui ne prend pas en compte leur âge ni leur indépendance risque de les rebuter.

Prévoyez un coin à part pour les jeunes adultes, clairement différencié du rayon enfants, qui offre une certaine intimité et une liberté de choix. Cela ne nécessite pas forcément un espace large ou sophistiqué, il peut s'agir par exemple :

- d'un canapé à l'écart dans un coin tranquille ;
- d'une étagère dédiée, avec une sélection de romans populaires, de fantasy, de science fiction et de mangas, où sont mis en avant les titres qui correspondent aux modes du moment ;
- une langue accessible, sans jargon, pour que les titres mis en avant et les recommandations répondent aux besoins des ados, sans projeter sur eux des attentes d'adultes.

Un environnement ainsi adapté et sans pression d'achat peut aider à ce que les adolescents se sentent suffisamment à l'aise pour y passer du temps.

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

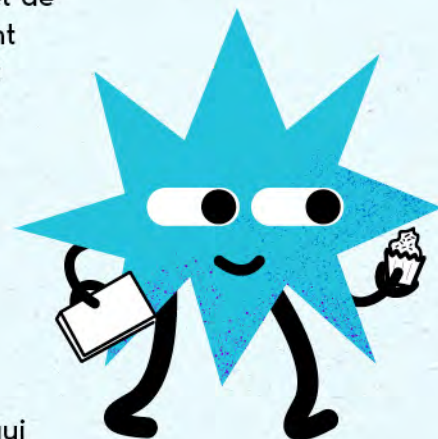
Jouer la carte de la gourmandise : les cafés-librairies

Avoir une offre de café ou inclure un café au sein même d'une librairie est une méthode très répandue pour instaurer une ambiance chaleureuse et conviviale. Cela encourage les visiteurs à passer davantage de temps dans la librairie, au lieu d'en sortir dès leur passage en caisse.

C'est aussi une bonne manière de créer un sentiment de communauté et de favoriser les interactions sociales. Les cafés-librairies deviennent souvent des lieux de rendez-vous et de rencontres, comme le sont généralement les cafés. Ils peuvent en outre accueillir diverses activités, que ce soient des rencontres informelles ou des événements plus structurés, faisant vivre la librairie comme lieu socio-culturel.

AVANTAGES

- Si les visiteurs passent plus de temps dans la boutique, ils sont exposés aux livres plus longtemps, ce qui peut les inciter à les feuilleter davantage et ainsi renforcer les ventes.
- Un café peut attirer de nouveaux clients, y compris des personnes qui ne lisent pas ou qu'une librairie traditionnelle peut intimider.
- Au-delà des ventes de livres, la vente de boissons et de nourriture d'un café constitue une source de revenus supplémentaire qui contribue à ce que l'entreprise soit rentable et pérenne. La librairie peut dès lors réinvestir davantage de ressources pour mener à bien sa mission principale : promouvoir la lecture.



Librairie La Două Bufnițe

TIMISOARA, ROUMANIE



La Două Bufnițe possédait un petit café, proposant chocolat chaud, café et thé. Ce choix s'inscrivait dans une logique spatiale plus large : trois tables avec quatre chaises chacune, et des petits canapés placés sous les fenêtres, pour créer « des espaces où les gens pouvaient s'asseoir, se détendre, lire, écrire ». Cet agencement soigneusement réfléchi rendait le lieu confortable et accueillant, et le café contribuait ainsi directement à une expérience client agréable, allant jusqu'à inspirer d'autres librairies du secteur.

Librairie Rinascita

ASCOLI PICENO, ITALIE



Rinascita est un bon exemple d'intégration réussie d'un café devenu lieu socio-culturel. Après avoir déménagé dans un élégant bâtiment Art Nouveau, la librairie s'est dotée d'un café littéraire et d'une grande salle de conférence. L'équipe peut ainsi animer des activités pour promouvoir la lecture. Loin d'être un simple ajout, le café joue un rôle central dans leur objectif de créer des « communautés au-tour de la lecture ». Les rayons jeunesse et jeunes adultes ont une place importante, et l'espace conférence fait la part belle aux livres pour enfants et aux jeux éducatifs. Rinascita joue la carte du « lieu cozy » où l'on peut rester étudier ou travailler sans se sentir obligé d'acheter, ce qui aide à fidéliser des lecteurs potentiels. Des événements sont organisés le soir, comme des sessions jeux (par exemple Game of Thrones, ou cartes Pokémon), pour attirer des non lecteurs et créer du lien avec celles et ceux que les livres n'intéressent peut-être pas de prime abord. Cette approche holistique fait du café un pilier de la vie communautaire et de leur programmation culturelle.

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

GARÇONS

Les recommandations personnalisées : super-pouvoir des libraires

Les conseils personnalisés sont la spécialité des libraires, tels des entremetteurs faisant se rencontrer livres et lecteurs. Ce super-pouvoir s'illustre particulièrement lorsqu'il s'agit de trouver le livre parfait pour susciter la curiosité d'enfants qui ne sont pas (encore) de grands lecteurs.

Cette section regroupe des exemples d'approches et de questions dont se servent les libraires selon leurs interlocuteurs pour offrir des recommandations sur mesure. Elle propose aussi une sélection de bonnes pratiques **pour enrichir cette expérience.**

- Pour beaucoup de libraires, le plus important, c'est de commencer par établir un lien en posant des questions.
- En plus de bien connaître votre fond, être au fait des tendances du moment (trends BookTok, séries populaires...) aide à faire rapidement le lien entre ce que vous apprenez d'un enfant et ce qui pourrait l'intéresser.
- Partez du point de vue de l'enfant : il ne s'agit pas seulement de tranche d'âge ou de portée pédagogique, mais de ce qui l'intéresse vraiment.

« On essaie d'engager la conversation avec les enfants, en nous concentrant sur eux, sans que le parent mène la discussion. On veut que les enfants puissent vraiment choisir, et qu'ils choisissent un livre qu'ils liront vraiment en rentrant chez eux. »

 Bookbugs and Dragon Tales • ROYAUME-UNI



- Centrer son approche sur l'enfant peut aussi impliquer de faire un peu de pédagogie (avec délicatesse) auprès des adultes, et de les guider vers les livres qui suscitent l'intérêt de l'enfant. Par exemple, valider et valoriser le choix de romans graphiques, que certains parents désapprouvent parfois.
- Il peut aussi s'agir de soutenir l'enfant dans son choix, tout en le guidant en douceur vers des options plus appropriées (par exemple en termes d'âge) : « valorisez d'abord ce qui les attire spontanément » avant de suggérer quelque chose de similaire ou d'apparenté, répondant à la fois aux craintes des parents et à l'enthousiasme de l'enfant.
- Entrer en relation avec les enfants signifie aussi comprendre leur monde et leurs difficultés : « Leur temps est déjà pris par tant d'autres choses, et ils n'ont pas tous le même niveau de concentration. Tous les enfants ne sont pas attirés par les gros livres ; certains préfèrent un format court rapide à lire. » (Halfway up the Stairs, Irlande) Peu importe à quel point un livre est génial, il faut que l'enfant ait envie de le lire.

- Face à un enfant qui n'est pas vraiment intéressé par la lecture (directement ou via un adulte), les libraires élargissent le cadre : quels sont ses centres d'intérêts ? quel est leur sport, animal ou programme télé préféré ? qui est leur héros ?

Voici quelques questions qui peuvent vous être utiles :

Qu'est-ce qui les rend heureux ?

Qu'aiment-ils faire en dehors de l'école ?

Quelle est leur passion du moment (sujet, hobby, série, jeu) ?

Quelle était leur lecture préférée, même si c'était il y a longtemps ?

Que veulent-ils ressentir en lisant ? Réconfort, passion, aventure, suspense, sécurité...

Lisent-ils par eux-mêmes ? Quel est leur choix de lecture le plus récent ?

Où lisent-ils et avec qui ?

Sélections personnalisées & Box sur abonnement

Certaines librairies proposent un service d'abonnement pour enfants, avec une « boîte surprise » qu'ils reçoivent régulièrement (par exemple une fois par mois), contenant un livre choisi avec soin, adapté à leur âge, leur stade de développement et leurs préférences connues.

La box inclut souvent une note personnalisée qui explique le choix de livre. Ces abonnements sur mesure sont pensés comme cadeau idéal que les adultes peuvent offrir aux enfants de leur entourage. Ils permettent de personnaliser l'expérience de lecture des enfants, transmettent le plaisir de lire et favorisent une relation durable entre jeunes lecteurs, familles et leur librairie préférée.

Halfway up the Stairs



IRLANDE

Box cadeaux « The Gift of Books »



« Personal shopping » avec un libraire, Children's Books Ireland

L'idée du « personal shopping » prend le concept de la box personnalisée à l'envers : au lieu d'envoyer à un enfant un livre choisi sur mesure, l'enfant reçoit un bon cadeau à dépenser en librairie, accompagné d'un libraire à son service.

Concrètement, vous pouvez acheter un moment privilégié avec un libraire. Si vous achetez un bon de 50 € et réservez un créneau, un libraire vous accompagnera pour dépenser ce bon. C'est du shopping sur mesure.

 Children's Books • IRLANDE



Cette bonne pratique est particulièrement efficace pour faire venir les enfants en librairie et valoriser le lien interpersonnel. Pour les libraires, c'est un bon moyen de passer du temps avec les enfants, pour mieux connaître leurs goûts, et ainsi affiner ses recommandations.

« Cliniques littéraires et docteurs des livres », Children's Books Ireland

La clinique littéraire est une de nos initiatives les plus populaires. Un "docteur des livres" en blouse blanche se présente avec un bloc d'ordonnances : « Dis-moi de ce que tu as lu récemment, ou ce que tu aimes regarder à la télé, et ce que tu n'aimes vraiment pas. ... Tu aimes les licornes, mais pas les dragons. OK, super. » Puis il prescrit à l'enfant des livres à aller chercher dans sa librairie ou médiathèque locale. C'est super pour les lecteurs réticents qui disent ne pas trouver de livres à leur plaisir, mais aussi pour ceux qui lisent beaucoup s'ils viennent de finir une saga et ne savent pas vers quoi se tourner. [...] On peut essayer de trouver des titres qui les intéressent. C'est un vrai échange à deux. [...] Et en prime, chaque famille reçoit un guide de recommandations des 100 meilleurs livres irlandais de l'année précédente, un marque-page, des stickers, des tampons...



Très bon moyen d'échanger avec les enfants et les familles à l'extérieur (ex : festivals, événements) et de les motiver à aller en librairie ou médiathèque.

D'autres idées pour mettre en avant des recommandations plus générales en librairie :

- **Une sélection de livres sur une table** est une façon efficace de donner envie aux gens de découvrir vos recommandations.
- **Des notes écrites à la main** présentant les livres préférés de l'équipe.
- **Mettre en valeur les recommandations d'organisations** avec des dépliants, des stickers sur les couvertures, les prix littéraires... Une bonne façon de signaler les titres reconnus et plébiscités.

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Construire une communauté autour de la librairie

Les librairies comme « tiers-lieux » – un endroit en dehors de chez soi et du travail, où dépenser de l'argent n'est pas systématiquement requis.

Les librairies forment des tiers-lieux très intéressants et de nombreux libraires œuvrent activement à ouvrir leur espace à une communauté plus large. Exemples de bonnes pratiques en ce sens :

- ☐ Une boîte à livre gratuite près de la porte : une petite boîte d'emprunts gratuits à l'entrée signale que les visiteurs sont les bienvenus même s'ils n'ont pas les moyens d'acheter un livre.
- ☐ Un accès Wi-Fi.
- ☐ Nouer un partenariat avec des associations pour fournir gratuitement des produits d'hygiène (par exemple, des couches, des protections menstruelles, etc).
- ☐ Mettre à disposition des jeux de société.
- ☐ Faire de la lecture une activité sociale ou un rituel : rassembler les gens pour un temps de lecture partagé, en communauté, ou simplement le plaisir de lire entouré de livres et d'autres lecteurs.
- ☐ Des événements destinés aux parents et assimilés, pour leur permettre de nouer des liens pendant que leurs enfants explorent la librairie ou assistent à un événement prévu pour eux.

J'assistais aux événements pour enfants, et ce sont ceux qui développent le plus la communauté, car ils apprennent aux adultes comment communiquer avec leurs enfants à travers les livres. [...] Quand j'ai appris qu'on pouvait amener son enfant à une lecture interactive pour bébés, j'étais super enthousiaste. C'était le genre de communauté dont je voulais faire partie. Je voulais rencontrer des adultes qui avaient choisi ce type d'événements pour leurs petits et eux-mêmes. Cela favorise une communauté très vivante.



FOX Book Café • BULGARIE

Voir également la page 42, où nous examinons aussi comment les librairies créent une communauté en ligne. [🔗](#)

ORGANISER DES ÉVÉNEMENTS

Les librairies peuvent accueillir un large éventail d'événements destinés à différentes tranches d'âge pour faire aimer la littérature, des heures du conte pour les plus petits aux rencontres et dédicaces avec des auteurs, en passant par des clubs de lecture pour les plus grands. Organiser des événements réguliers peut contribuer au développement d'une communauté et attirer des non lecteurs, ou des personnes pour qui entrer dans une librairie peut être intimidant.

Points importants :

Régularité

Un cadre régulier permet au public de savoir à quoi s'attendre et de faire de ces activités une habitude. Un lieu et des horaires fixes sont essentiels. Une librairie nous a dit que le succès de son heure du conte tenait à son déroulement « *même heure, même jour chaque semaine* ».

Accessibilité

Pour rendre les événements plus accessibles, il faut pallier aux obstacles potentiels. Par exemple, rendre l'entrée gratuite, veiller à l'accessibilité physique du lieu, au confort et à la sécurité des groupes minorisés, et offrir des avantages comme une carte cadeau ou des livres.

Le chapitre suivant offre un aperçu de différents types d'événements et bonnes pratiques, que vous cherchiez l'inspiration pour vous lancer, élargir votre répertoire ou enrichir votre programmation actuelle de nouvelles idées et astuces.

①

Rencontrer les auteurs derrière les histoires

②

Animer un club de lecture



③

L'heure du conte : faire vivre les histoires

⑤

Attirer les habitants locaux

④

Un festival du livre pour célébrer la lecture

⑥

Ateliers d'écriture : rendre la lecture interactive



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Rencontrer les auteurs derrière les histoires

Proposer aux enfants des événements où ils peuvent rencontrer auteurs et autrices, interagir avec eux, ou même les interviewer, peut être très motivant et rendre le monde des livres plus concret. La clé pour des rencontres réussies : les rendre vivantes et pertinentes pour le public cible.

En pratique, ça donne quoi ?

Lancement et dédicaces :

La chance de rencontrer un auteur, surtout quelqu'un de connu, peut susciter beaucoup d'enthousiasme chez les enfants, et permettre aux participants de faire dédicacer leurs livres, ce qui booste souvent les ventes !

Discussions, interviews, questions-réponses :

Les auteurs parlent de leur œuvre, de ses thématiques et de leur processus créatif, avant un temps d'échange avec le public.

Ateliers participatifs et créatifs :

Pour impliquer davantage les enfants, les auteurs peuvent animer des ateliers autour de l'écriture, l'illustration ou l'art du récit.

Visites de scolaires :

Les libraires peuvent s'associer aux écoles pour inviter les auteurs à aller directement à la rencontre des élèves. Cela permet d'atteindre un public plus large et d'intégrer la promotion de la lecture au milieu éducatif.

Lectures et présentations :

Il peut s'agir de simples lectures, ou de séances plus animées où auteurs et public peuvent interagir.

Pourquoi ça marche ?

- Pouvoir interagir directement avec un auteur, poser des questions, avoir une dédicace : ce lien privilégié et personnel peut renforcer leur goût pour la lecture et les aider à se sentir maîtres de leur parcours de lecteur.
- Des modèles auxquels s'identifier : rencontrer un auteur ou une autrice proche des réalités de vie d'un enfant peut être particulièrement marquant. Quand un auteur encourage son intérêt, cette validation a souvent plus de poids que celle d'un parent ou enseignant.
- Faire vivre les livres : Les auteurs peuvent rendre l'expérience de lecture plus interactive en lisant à haute voix, en jouant les scènes, ou à travers des illustrations et des ateliers. Cela donne vie aux livres et crée une effervescence qu'une lecture silencieuse en librairie n'obtiendrait pas.
- Rencontrer un écrivain en chair et en os montre aux enfants que les auteurs ne sont pas tous morts, même si c'est le cas de la plupart des auteurs de classiques.

Inviter des auteurs

- 1 Choisissez des auteurs populaires auprès de la tranche d'âge visée, ou qui écrivent dans la langue des enfants d'un contexte local spécifique, pour préparer une rencontre adaptée selon le groupe.
- 2 Les auteurs n'ont pas tous le même degré de compétences pour s'adresser à des enfants. Maintenir leur attention requiert un certain talent, par exemple savoir faire des pauses, faire des blagues, interagir.
- 3 Les auteurs charismatiques à la personnalité forte peuvent créer une expérience inoubliable qui « motive les ados à lire », voire qui suscite l'intérêt de ceux qui avaient arrêté ou n'étaient pas intéressés.
- 4 Les auteurs célèbres et charismatiques sont rares, et leur disponibilité limitée. Un auteur moins connu, comme des auteurs locaux ayant du temps et sachant captiver, peut être un bon choix.



Des écrivains à l'école

En tant que premier « Oasis de bibliodiversité » visant à développer des communautés littéraires, la librairie Rinascita mène depuis 2012 des projets dans les écoles de la province d'Ascoli Piceno, remportant plusieurs prix nationaux. Des auteurs italiens renommés sont invités dans les écoles, où les élèves de primaire et secondaire les accueillent de manière active. Avec l'aide de leurs enseignants et de l'équipe de Rinascita, les élèves lisent en amont le livre choisi, puis préparent une introduction et une interview pour l'auteur. Ils créent aussi des productions artistiques inspirées par le livre, comme des book trailers, des chansons, performances et œuvres visuelles, rassemblées en une exposition. L'événement se déplace ensuite de l'école à la librairie Rinascita pour une seconde rencontre, ouverte au public et aux élèves d'autres écoles participantes. La librairie devient ainsi un vrai espace de communauté et de partage, autour d'un projet qui permet aux jeunes de prendre activement part à la vie culturelle.

Librairie Rinascita (Libreria Rinascita)

 ASCOLI PICENO, ITALIE





NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE

CONFIRMÉ

selon le public cible, le book club peut s'adapter à différents niveaux.

Animer un club de lecture

Les « book clubs » sont une bonne façon de créer une communauté autour de la lecture, de susciter des conversations sur des expériences communes et de réinscrire la lecture comme activité de socialisation, qui peut être collective.

Les clubs de lecture peuvent...

- ☐ La lecture comme activité souvent solitaire, en l'inscrivant dans un contexte social.
- ☐ Fournir un lieu de rencontre où échanger, partager ses pensées et expériences, et parler de livres dans un contexte non scolaire.
- ☐ Permettre de nouer des liens avec d'autres jeunes ; les livres servent de point de départ.
- ☐ Nourrir le plaisir de lire et offrir un cadre qui motive certains jeunes à lire plus régulièrement ou à s'attaquer à des livres qu'ils auraient autrement évités.
- ☐ Réussir à amener un nouveau public à la lecture.
- ☐ Favoriser une relation avec enfants et familles sur le long terme, jusqu'à devenir parfois comme une « seconde maison » de confiance, ou une aide aux devoirs.

Un club de lecture est l'un des formats les plus polyvalents qu'une librairie peut proposer. Il construit une communauté, renforce le lien à la lecture et crée une raison de revenir régulièrement. Les éléments suivants vous aideront à choisir le format le plus adapté à votre lieu, votre équipe et votre public.



Définir votre public cible

Avant toute chose, définissez à qui s'adresse le club. La tranche d'âge guidera les autres décisions à prendre, de la sélection des livres à la durée des sessions et à la structure des activités.

- Les clubs de lecture pour les plus petits fonctionnent bien quand il s'agit d'un moment de partage familial.
- Laisser les ados gérer eux-mêmes leur club marche souvent mieux que si des adultes l'organisent. Ils participent plus facilement s'ils sentent que le club leur appartient, au lieu de leur être « imposé ».
- Adapter le choix des livres et le format du club aux besoins des membres est crucial. Évaluez vos capacités de façon réaliste avant de vous engager (par exemple auprès d'un lectorat neuroatypique).



Choisir qui anime les sessions

La personne chargée d'animer le club a un rôle central. Il s'agit souvent d'une libraire. Ce modèle fonctionne bien, surtout quand les livres sélectionnés lui plaisent sincèrement.

- Charger les enfants plus âgés ou les ados de mener les discussions peut être particulièrement efficace et leur permettre de mieux s'appropriier le club.
- Pour les plus jeunes, confier l'animation à quelqu'un d'extérieur habilité en pédagogie de la petite enfance est une solution envisageable.

Sélectionner les livres

Le choix des livres découle de votre connaissance du public cible :

- Les livres illustrés et les histoires courtes fonctionnent bien pour les jeunes enfants. Un peu plus âgés, ils peuvent passer à des textes plus longs ou des séries.
- Faire voter les participants pour choisir le prochain livre favorise leur implication et crée une attente. Vous pouvez aussi choisir un thème (histoires LGBTQIA+, manga, fiction Young Adult...) ou une langue d'origine.



Conseil

Si vous lisez le premier tome d'une série, les participants liront souvent la suite de leur côté, prolongeant leur implication au-delà de la séance.

Structurer les séances

- Le point le plus important pour les clubs de lecture pour enfants, c'est que l'ambiance ne soit pas scolaire, mais détendue, pour un moment vraiment agréable.
- Une discussion structurée peut s'accompagner d'activités créatives : dessin, recommandations rédigées à la main, jeux et autres formes d'expression.
- Si la discussion a du mal à démarrer, préparer en amont des cartes de questions peut aider, sans donner à la séance des airs de leçon.
- Pour les clubs destinés aux plus jeunes, cela vaut la peine de prévoir un espace confortable où les adultes accompagnateurs peuvent patienter, car ils forment souvent leur propre communauté informelle en marge du club.

Organisation pratique

- La régularité importe plus que la fréquence. Que le rythme soit hebdomadaire ou mensuel, privilégiez un lieu et un horaire fixes pour que cela devienne une habitude.
- Communiquer avec les parents est très important : une conversation de groupe pour chaque club est un moyen simple de les tenir au courant des prochaines sessions et des choix de livres.
- Assurer l'assiduité sur la durée, surtout parmi les adolescents, peut être un défi. Varier les formats, diversifier les activités, ou associer les réunions à d'autres événements peut aider à maintenir une dynamique.

Encourager l'implication

Les clubs les plus susceptibles de marcher sur la durée sont ceux dont les membres se sentent vraiment investis, surtout chez les plus grands et les adolescents. Impliquez-les autant que possible dans les choix de livres, d'horaires et d'activités.

Témoignage libraire : « S'ils choisissent les livres et les horaires, tout le groupe pourra assister à chaque séance. »

Clubs de lecture

La librairie Peripicias organise des clubs de lecture pour enfants et pour adolescents pour encourager le plaisir de lire. Le premier est destiné aux 8-11 ans, même si des enfants plus jeunes l'ont rejoint. Pour les plus grands, le club pour ados est ouvert aux 13-16 ans. Les deux incitent les participants à s'impliquer en valorisant leurs choix et leur créativité, les encourageant à lire ce qui les intéresse vraiment plutôt que des titres qu'ils « devraient lire ». Cette stratégie vise à entretenir une relation positive à la lecture, même si cela signifie explorer des bande-dessinées ou des livres en dehors de ce qui est généralement recommandé pour leur âge. Les clubs accueillent aussi des auteurs, offrant à ses membres des opportunités uniques d'échanger avec des écrivains et illustrateurs.

Librairie Peripicias

 MADRID/ESPAGNE





Weekend de Poveste

 **CLUJ-NAPOCA, ROUMANIE**



Bookstory, librairie indépendante au centre de Cluj-Napoca, a développé une communauté dynamique de jeunes lecteurs et anime de façon régulière des « Weekend de Poveste » (le week-end des histoires). La librairie a réussi à fidéliser un grand nombre de jeunes lecteurs qui la considèrent comme leur « seconde maison ». Elle propose plusieurs groupes : les « petits lecteurs » (3-6 ans), pour les enfants qui apprennent à lire, et un autre pour les plus à l'aise (jusqu'à environ 10-11 ans). Cette approche permet aux enfants d'avancer à leur rythme et de venir régulièrement à mesure qu'ils progressent. Bookstory souligne l'importance d'un lien régulier aux livres et de normaliser les visites en librairie.

« Lesecrew » (Club de lecture)

Chinderbuechlade
 **BERNE, SUISSE**



La librairie indépendante Chinderbuechlade propose un club de lecture pour enfants de 10 à 14 ans, suivant le même format qu'un club pour adultes, avec un livre à lire avant d'en discuter ensemble. La librairie met en avant l'importance de mener l'activité de façon vraiment amusante pour les enfants, sans pression de type scolaire. Le but est d'instaurer un cadre chaleureux distinct de l'école où les enfants se sentent libres d'explorer et d'échanger sur la littérature, pour leur faire aimer la lecture sans les contraintes d'une salle de classe.



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

L'heure du conte : faire vivre les histoires

Animer des lectures à voix haute

Nombre de librairies et d'organisations proposent des sessions régulières de lecture à voix haute, souvent à destination des plus jeunes et des familles. Elles peuvent être gratuites et visent à créer l'habitude de se rendre en librairie et d'être entouré de livres.

Inviter des personnalités : Faire animer l'heure du conte par des journalistes, artistes, auteurs ou musiciens connus peut attirer plus de monde et rendre l'expérience spéciale. Il s'agit de personnes qui ont souvent l'habitude de s'adresser aux enfants, savent faire des blagues, faire vivre le moment et gérer les questions.

Conseil

Un horaire fixe et régulier favorise l'assiduité et fidélise les habitués. Gratuites et inclusives, les heures du conte construisent une communauté autour de rendez-vous ludiques, d'échange et de partage.

Inviter des éditeurs et éditrices :

Recevoir des éditeurs pour présenter des titres et raconter des histoires peut donner de la visibilité à la librairie et attirer un nouveau public parmi leur lectorat.



La Două Bufnițe
TIMISOARA, ROUMANIE

Les histoires du dimanche

La librairie indépendante La Două Bufnițe organise chaque dimanche une heure du conte gratuite. L'objectif : familiariser les enfants aux livres et aux librairies dès le plus jeune âge pour que s'y rendre devienne une habitude.

Un club de lecture pour les familles

Un club de lecture à destination des familles est aussi un bon moyen d'encourager la pratique de la lecture et la vie communautaire. La lecture devient une expérience joyeuse qui réunit parents et enfants autour des livres.



Conseils

Fournir des cartes avec des sujets types.

Club de lecture

La librairie Faz de Conto à Coimbra anime des clubs de lecture pour les familles d'enfants de six ans et plus, qui savent déjà lire ou sont en train d'apprendre. Durant les réunions, les familles parlent de l'histoire sélectionnée, confrontent leurs avis et expériences. Des cartes de questions aident à nourrir la discussion.



Faz de Conto
COIMBRA, PORTUGAL



Conseils

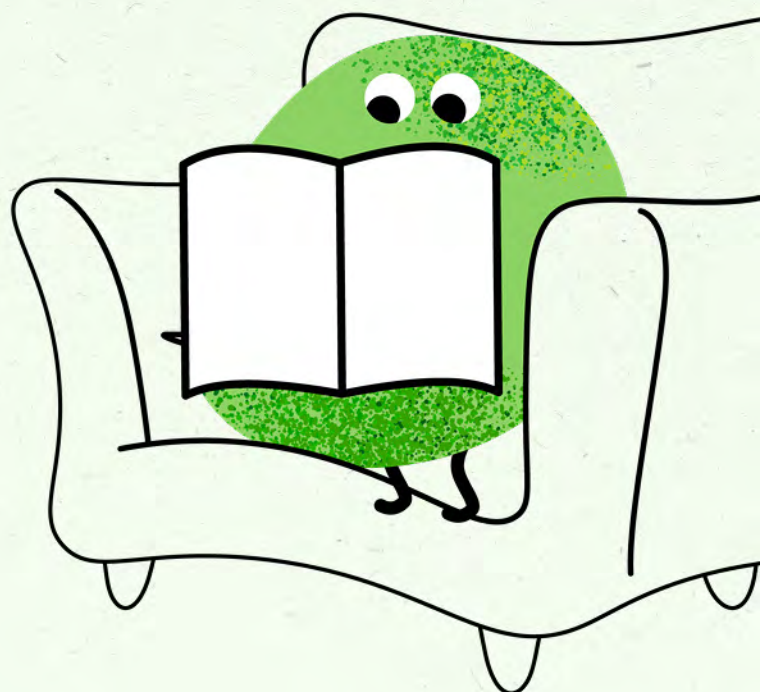
Choisir des livres adaptés à l'âge.

Cela demande des ressources, mais un programme structuré pour les familles peut contribuer à faire aimer la lecture aux enfants et faire de la librairie un lieu socio-culturel.

L'heure du conte avec les parents :

« Läs högt! » Bingo à voix haute, Suède

Cette activité met en avant la lecture à voix haute de façon collective en librairie dans toute la Suède, autant les chaînes que les indépendants. Au lieu des bingos pour enfants traditionnels, ce programme encourage les parents à faire la lecture à voix haute à leurs enfants durant l'été et les vacances. Ils cochent alors les cases d'un bingo – une manière ludique et interactive d'impliquer les adultes dans une expérience de lecture joyeuse et familiale.





NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Un festival du livre pour célébrer la lecture

Les festivals du livre et les grandes célébrations attirent les jeunes lecteurs en faisant de la lecture un événement concret, participatif, qui mobilise la communauté, plutôt qu'une activité solitaire. Un festival autour d'un lieu et d'un genre, ou décentralisé et sur plusieurs genres, peut susciter l'intérêt des enfants grâce à des stratégies propres à l'événementiel.

Comment organiser votre propre festival du livre (même à petite échelle) :

Vinhan Kirjakauppa

RUOVESI, FINLANDE



À Ruovesi, municipalité du centre de la Finlande, Vinhan Kirjakauppa accueille divers festivals et événements dans le jardin situé derrière la librairie, mais aussi dans une grange ou une étable voisine louée pour l'occasion. Les festivals, mêlant musique, littérature et danse, remportent un franc succès, et ont participé à faire de la librairie un centre culturel. Une stratégie qui vise à pérenniser son activité au-delà d'une simple librairie, et qui y a attiré 56 000 visiteurs l'an dernier, dans un village de seulement 4 000 habitants. La librairie est le cœur battant de cette vie culturelle : toutes les activités sont menées sous son égide et les festivals contribuent à soutenir l'entreprise de façon durable. Leur succès est en partie attribué au manque d'animation de la commune avant que la librairie ne se mette à organiser des événements, ce qui explique la participation massive de la population locale.

Kibworth Books
ROYAUME-UNI

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Attirer les habitants locaux

Animer des événements et activités sur d'autres thématiques peut être une bonne stratégie pour attirer une population plus large et rassembler une communauté. Sans se centrer sur la lecture, ces actions créent du lien social, une vie culturelle, et font venir le public dans des lieux qui encouragent une vision positive des livres.



Par exemple

Des rencontres conviviales, des concours, des expositions, des soirées jeux, ou un festival culturel qui place un lieu au cœur d'une vie sociale dynamique.



Leur organisation peut être indépendante, ou en collaboration avec les écoles, institutions culturelles et associations locales, pour partager les ressources et la mise en place, et toucher un public plus large.



Buchhandlung Murkelei
ALLEMAGNE

Le but premier de ces initiatives est d'attirer des visiteurs qui n'auraient pas spontanément pris part à des manifestations littéraires, et de faire de la librairie un tiers-lieu favorisant le lien social sans que l'achat de livre soit l'enjeu principal.

Autre stratégie efficace : jouer sur les centres d'intérêts populaires...

Comme les cartes Pokémon ! Même si le but du jeu reste l'échange de cartes Pokémon, accueillir l'activité en librairie expose indirectement les participants aux livres.

Monthly Game Nights

Une librairie américaine s'inscrit activement dans la vie communautaire en proposant des soirées jeux en parallèle des événements littéraires. Souvent organisées en partenariat avec d'autres organisations locales, ces soirées ont lieu une fois par mois. Elles attirent un public varié, y compris des personnes qui ne seraient pas venues en librairie pour des événements littéraires, ce qui permet au lieu de renforcer son rayonnement local.



ÉTATS-UNIS



« Pokémon Tauschtage »



BADEN-BADEN, ALLEMAGNE

GARÇONS

Cette librairie allemande organise des journées de troc de cartes Pokémon pour attirer un nouveau public, « **à 80 % des garçons** ». Ce succès suggère que des animations autour de la pop culture, les collections et les interactions sociales peuvent être très efficaces pour faire venir les garçons en librairie. Autrement dit, pour susciter leur intérêt, il est parfois nécessaire de s'écarter des activités littéraires traditionnelles et de mobiliser d'autres sujets pouvant être reliés indirectement à la lecture (ex : noms, règles ou univers de leurs hobbies).



Musique, art et sport: Collaborez avec les institutions éducatives, d'arts et de musique, par exemple en accueillant des concerts en librairie. Cela permet de renforcer votre rôle d'établissement culturel polyvalent en étoffant votre offre, d'attirer différents publics et d'affirmer votre place au sein de la communauté.

La Două Bufnițe



TIMIȘOARA, ROMANIA

La Două Bufnițe, à Timisoara (Roumanie), a réussi à intégrer arts et musique dans sa vie culturelle en s'associant aux établissements scolaires locaux. Elle organise des concerts mensuels en partenariat avec le lycée spécialité musique ; la librairie accueille ainsi le tout premier concert de certains jeunes. Des expositions présentent aussi chaque mois les œuvres des élèves du lycée d'arts.



Tournois sportifs inspirés par des livres

Greenwich Book Center



SOFIA, BULGARIE

Le Greenwich Book Center, une librairie bulgare, a développé une approche innovante associant littérature et activité physique, en réponse à la tendance des garçons à lire moins. Elle organise des tournois sportifs inspirés par des livres, exploitant l'esprit de compétition comme point d'entrée vers la culture littéraire. Ce parallèle entre récit et sport permet au Greenwich Book Center de toucher des jeunes qui ne seraient autrement pas allés vers les livres, montrant ainsi que les librairies peuvent être des espaces de communauté créatifs au-delà de leur rôle traditionnel.


GARÇONS

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE

CONFIRMÉ

Ateliers d'écriture : rendre la lecture interactive

Les ateliers d'écriture sont un bon moyen d'impliquer les jeunes et de leur faire aimer la lecture et l'écriture. La lecture passe d'activité solitaire à une expérience vivante et gratifiante, à l'influence durable, grâce à un processus interactif, collaboratif et enrichissant sur le plan personnel.

Une implication créative concrète est essentielle pour que les participants puissent aboutir à une production, qu'il s'agisse d'écrire et illustrer leur propre livre, ou de rédiger des critiques littéraires :



Un encadrement structuré et professionnel de la part d'auteurs, illustrateurs ou autres professions littéraires peut fortement améliorer la qualité du contenu produit et de l'expérience elle-même.

Un système de reconnaissance et de récompense (publication, prix, reconnaissance publique) peut être motivant, offrant un sentiment d'accomplissement et de validation qui rend le processus plus excitant pour les jeunes. Voir le chapitre suivant pour les systèmes de récompenses. [🔗](#)

L'atelier d'écriture « L'Art du livre »

FOX Book Café
SOFIA, BULGARIE



Cette initiative a réuni quinze enfants de 7 à 12 ans pour un atelier de plusieurs mois où ils ont appris à construire des histoires, écrire, les illustrer, et à comprendre toutes les étapes de fabrication d'un livre. Aidés de professionnels, ils ont créé et publié leurs propres livres, développant leur créativité, un savoir-faire et une vraie compréhension littéraire. Cette approche pratique a réussi non seulement à captiver les enfants, mais aussi à réunir une communauté autour de la librairie au fil des séances.

Junges Literaturlabor (JULL), Zurich, Suisse

À Zurich, le « JULL » (Laboratoire littéraire jeunesse) permet aux jeunes, souvent par classes scolaires, d'écrire leur propre roman, guidés par des auteurs professionnels. Dans ce cadre structuré, leur expertise aide les jeunes à développer leurs talents d'écriture et à devenir auteurs à leur tour, faisant de la littérature une démarche concrète et personnelle. [🔗](#)

LA LECTURE PAR LE JEU

approches interactives & ludiques

Faire de la lecture un jeu enrichit les approches ludiques en y ajoutant des objectifs de résultat. Les compétitions, systèmes de récompenses et défis interactifs peuvent être des moyens efficaces de motiver les jeunes lecteurs, surtout ceux qui ne lisent pas d'eux-mêmes de manière plus traditionnelle. Les exemples suivants illustrent comment les librairies peuvent mettre en place diverses stratégies ludiques, des aventures de lecture immersives aux prix littéraires, pour rendre la lecture excitante et gratifiante.

1

Faire gagner des points et récompenses 

2

Remporter des prix en lisant : les concours de lecture 

3

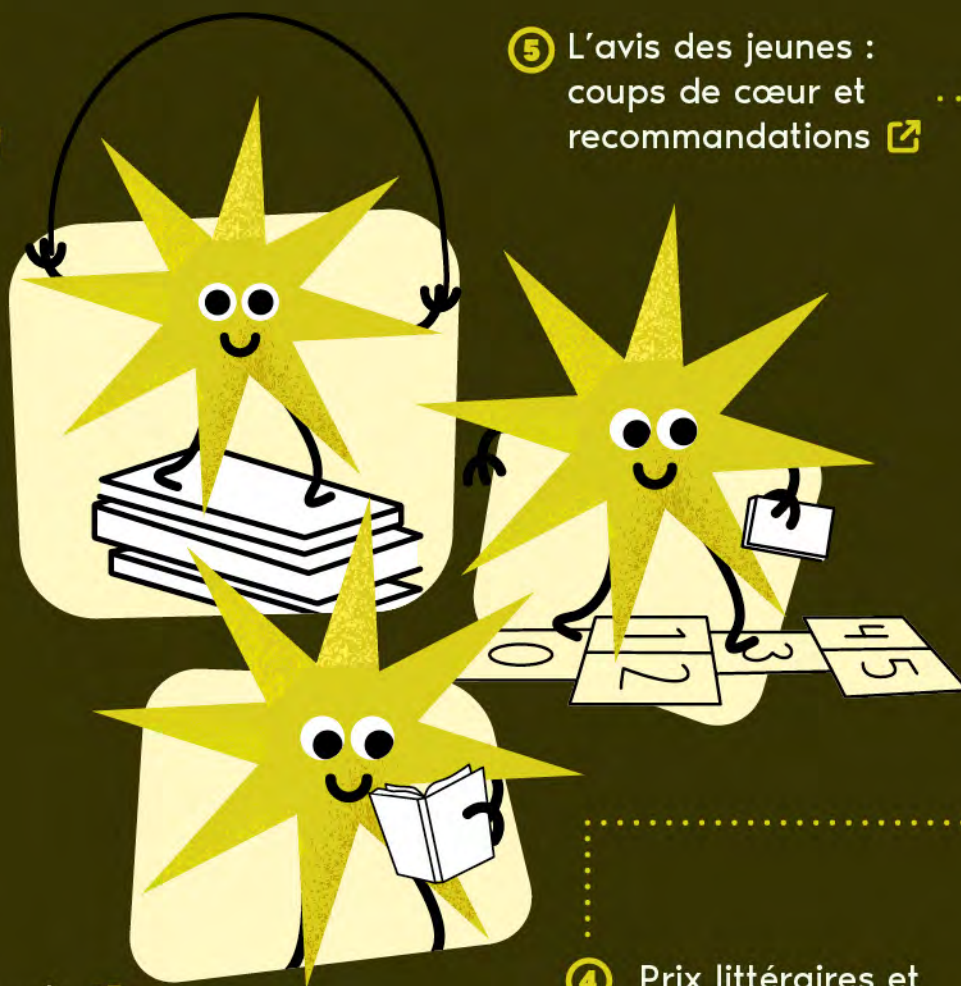
Des concours d'écriture inspirants 

5

L'avis des jeunes : coups de cœur et recommandations 

4

Prix littéraires et jury de jeunes lecteurs 



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

GARÇONS

Faire gagner des points et récompenses

Des motivations extérieures peuvent mener à la lecture quand l'intérêt initial pour les livres eux-mêmes est faible. Contrairement aux compétitions, des systèmes bonus (voir l'exemple ci-dessous ) comme une carte de fidélité, des points et des badges, permettent à chacun de participer et de voir sa lecture récompensée, à son propre rythme, en autonomie et sans se comparer aux autres.

Läsborgarmärket ("Reading Citizen Badge")

Akademibokhandeln

 SWEDEN


Akademibokhandeln, la plus grande chaîne de librairies de Suède, a lancé le « Läsborgarmärket » (« badge lecteur ») en 2011, un système gratuit et graduel d'incitation à la lecture pour les enfants, surtout ceux qui commencent à apprendre, pour en faire une habitude. Ils gagnent un badge blanc après avoir lu cinq livres, un badge rouge au bout de dix, et un badge noir au bout de quinze – chaque jalon étant vérifié par un parent ou enseignant. Les badges sont à venir chercher dans n'importe quelle librairie de la chaîne, sans obligation d'achat. Très plébiscités par les instituteurs de primaire, le programme a été étendu aux écoles, avec des kits gratuits contenant du matériel pédagogique, des activités et des ressources d'inspiration. En 2025, un total de 11 222 badges de lecteur ont été distribués, et plus de 1 600 ressources pédagogiques commandées. Au total, plus de 65 000 enfants ont bénéficié de ce système de badges.



« En Suède, tous les enfants qui font de la natation peuvent gagner des badges. S'ils nagent 25 mètres, ils gagnent un badge ; s'ils sautent depuis le bord de la piscine, ils ont un badge ; etc. Ça nous a inspirés, car c'est très motivant pour les enfants qui apprennent à nager. On s'est dit : si on peut lancer un système similaire pour la lecture, ça sera un bon outil de motivation. »

 Akademibokhandeln • SUÈDE


 voir aussi le Dorothy Amery Reader Award Programme, Bookbugs and Dragon Tale Store, Royaume-Uni (Chapitre sur les sponsors) 

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE

CONFIRMÉ

GARÇONS

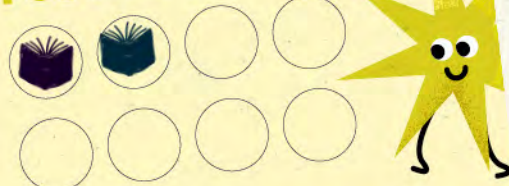
Rempporter des prix en lisant : les concours de lecture

Les concours de lecture sont un moyen efficace de motiver un jeune public à lire. Des points, des niveaux, un tableau de résultats, tout ça fait appel à leur désir naturel de se dépasser et de réussir, faisant de la lecture une expérience et non une corvée. Cela marche souvent bien avec les garçons qui n'auraient autrement pas envie de lire.

Quelques considérations pratiques...

Prix & récompenses : Des récompenses concrètes comme des bons, **des trophées ou une rencontre avec un auteur** représentent des incitations fortes et créent des moments mémorables. Une **reconnaissance publique** à travers les médias locaux ou une cérémonie à l'école permet de valoriser les efforts des participants, et ainsi de renforcer de façon positive une identité liée à la lecture.

OBTENEZ 8 TAMPONS
POUR UN PRIX.



Nombre d'enfants qui ne seraient pas venus en librairie sans ça viennent pour utiliser une carte cadeau. Une fois sur place, ils observent, le lieu pique leur curiosité. Ils reviendront peut-être pour leur anniversaire. Les cartes cadeaux font souvent venir les enfants qui ne lisent pas spontanément.

Chicken and Frog • NOUVELLE-ZÉLANDE



À noter :

Les cartes cadeaux encouragent les nouveaux visiteurs à venir les dépenser, voire à revenir plus tard.

Choisir les livres : Le choix des livres peut revenir au libraire, à l'enseignant ou à l'école, ce qui peut aider les enfants qui auraient du mal à choisir, ou bien aux participants eux-mêmes, qui peuvent être libres de choisir ce qui les intéresse. Une sélection aux formats variés, incluant des livres audio ou des BD, permet une plus grande accessibilité, surtout pour les lecteurs plus hésitants.

Accessibilité : Privilégier autant que possible une prise en charge du coût des livres par l'école ou l'organisateur pour permettre à tout le monde de participer sans contrainte financière.

Défi lecture

Librairie de Pincerais
 POISSY, FRANCE



Pour encourager les collégiens à lire, cette librairie organise un défi en collaboration avec les collèges locaux. Le programme cible les élèves de 12 à 14 ans, notamment les classes de 4ème. La librairie sélectionne quatre livres, que tous les élèves participant doivent lire pendant l'année scolaire. À la fin de l'année, ils votent pour leur livre préféré, et le titre gagnant est mis en avant comme tel dans la librairie. Point fort de ce modèle : l'achat des livres est pris en charge par l'école, pour que tous les élèves puissent participer, peu importe les ressources de leur foyer. Il permet de leur faire découvrir des livres contemporains en plus de ceux prévus dans leur programme, mais aussi de leur faire rencontrer un libraire, qui vient parler de son métier et les encourager à venir en librairie. Cette approche présente une facette différente, plus stimulante, de la lecture.

« Concours de lecture Norli Junior »

Norli
 NORWAY

Norli Junior est un concours de lecture en ligne très populaire, organisé par Norli, une des plus grandes chaînes de librairies de Norvège, qui mobilise chaque année plus de 30 000 élèves de primaire de 6 à 12 ans. Les élèves sont motivés par une progression sur plusieurs niveaux au fil des pages lues. Des « ligue » spéciales, comme une ligue pour ceux qui lisent en plusieurs langues, et la « super ligue » pour les lectures les plus denses, s'adaptent à différents intérêts et capacités. Le côté compétitif de Norli Junior (les classes sont en concurrence) plaît particulièrement aux garçons. Les enseignants inscrivent les classes et assurent le suivi des lectures. L'inclusion de divers formats, comme les BD et les livres audio, permet une plus grande participation, y compris de lecteurs réticents. Le concours s'achève par une reconnaissance publique : les classes gagnantes reçoivent des trophées et sont invitées dans leur librairie Norli locale pour une cérémonie de remise des prix.



Concours national de lecture à voix haute

 LETTONIE



En Lettonie, pour ce concours de lecture à voix haute, les participants, âgés de 11-12 ans, choisissent un livre qu'ils aiment et en lisent un extrait à leurs camarades pendant trois minutes. La lecture devient une performance publique, ce qui a du succès auprès des garçons. La compétition a lieu en plusieurs étapes, par classe, par école, puis à l'échelle régionale, jusqu'à une finale qui a lieu à la Bibliothèque nationale, devant un jury qui inclut parfois des libraires. Les gagnants reçoivent un diplôme et des cadeaux, pour eux-mêmes et leur école, et l'élève arrivé en première position devient « directeur ou directrice pour enfants de la Bibliothèque nationale », conférant à la lecture un certain prestige. Ce mélange de choix personnel, prise de parole en public et d'une vraie reconnaissance fait de la lecture une activité célébrée et motivante. 



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE

CONFIRMÉ

Des concours d'écriture inspirants

Les concours d'écriture peuvent être une stratégie efficace pour faire pratiquer la lecture et l'écriture aux enfants et aux jeunes, en rendant le processus créatif stimulant et accessible. Des défis structurés, comme écrire des nouvelles, des chapitres ou même un roman, aident à faire passer l'écriture d'une tâche potentiellement intimidante à une activité excitante. Comme pour les concours de lecture, l'aspect compétitif peut être très motivant.

Conseils :

-  Encourager les enfants à écrire sur ce qui les intéresse vraiment, ou à créer une histoire collective, leur donne un sentiment d'autonomie et de liberté créative.
-  Ce genre de projets bénéficie souvent d'une collaboration avec des auteurs/ rédacteurs et de plateformes permettant de mettre en valeur les textes produits.
-  Une rencontre exclusive avec **des auteurs jeunesse renommés** peut être un prix intéressant pour toute une classe.
-  Les concours d'écriture peuvent être organisés par les maisons d'éditions, les librairies, les écoles ou des ONG, ou conçus comme partenariat entre ces acteurs.
-  Les prix peuvent suivre différents formats : la publication d'un livre, des éditions spéciales, de beaux stylos...

Concours d'écriture

Dans le cadre de son programme « Vässta pennan » (Affûter le crayon), Akademibokhandeln anime un concours d'écriture pour les jeunes de 12 à 15 ans. Mené en collaboration avec Novellix, petite maison d'édition indépendante, le concours porte sur l'écriture de roman. Sa deuxième édition (2025) a enregistré 3 000 romans candidats ! Point remarquable : les quatre lauréats voient leur roman publié, et vendu dans les librairies Akademibokhandeln. Une récompense concrète et très motivante pour des jeunes auteurs. 

Akademibokhandeln



SUÈDE



Gör fem skrivövningar
och få en penna!

VÄSSA
PENNAN

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Prix littéraires et jury de jeunes lecteurs

Les prix littéraires jeunesse attribués par un jury de jeunes font passer le pouvoir d'évaluation des mains des adultes à celles du public cible, avec des modèles de participation structurés.

Impliquer les jeunes dans le processus de sélection a de nombreux intérêts, au-delà du choix lauréat.

« Mettez autant que possible les jeunes aux commandes. Donnez-leur les moyens de mener le jeu de façon autonome, en les encadrant sans prendre leur place, en les laissant décider. Les adultes ne doivent pas s'imposer. »

ONG • AUSTRALIE



Particulièrement efficace car :

En endossant un rôle où ils peuvent décider par eux-mêmes, les jeunes sont responsabilisés et développent confiance en soi, autonomie et agentivité.

Ils développent aussi leur esprit critique, expriment leurs préférences, et ont le sentiment que leur avis compte.

Ces initiatives donnent une image positive des rôles liés à la lecture.

En plus des prix et sélections déployés à grande échelle, certaines librairies indépendantes ou chaînes relativement petites impliquent les jeunes dans des rôles consultatifs.

Le prix ARK des jeunes lecteurs (ARKs Barnebokpris)

 NORVÈGE

Créé en Norvège en 2002 par la chaîne de librairies ARK, ce prix enregistre 10 000 participants dans tout le pays. Un jury de dix enfants entre 9 et 12 ans choisit cinq livres parmi une sélection, puis 10 000 élèves de centaines d'écoles les lisent et votent pour élire un titre lauréat. Un modèle unique, où les enfants choisissent le livre gagnant de A à Z. 



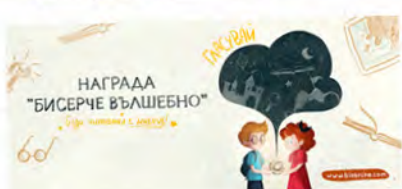
« Biserche Vălshebno » (Perle magique)

 BULGARIE

Il s'agit du premier prix littéraire jeunesse de Bulgarie dont le jury est composé d'enfants. Il s'adresse aux enfants et adolescents de 3 à 16 ans. Fort de 13 éditions, le prix repose sur une conviction simple mais puissante : il n'y a pas d'enfants non lecteurs, seulement des enfants qui n'ont pas encore trouvé de livre à leur plaisir.



Les éditeurs nomment leurs meilleurs titres de fiction les plus récents, pour cinq catégories d'âges, plus une catégorie de non fiction. Après une première sélection, les enfants votent individuellement ou collectivement dans les écoles et bibliothèques. Chaque enfant reçoit un certificat reconnaissant son rôle de jury honoraire. 



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

L'avis des jeunes : coups de cœur et recommandations

Pour les enfants et ados, les conseils de leurs pairs ont plus de poids que ceux d'adultes ou d'institutions. Un livre ignoré en présentoir ou prescrit par l'école peut les intéresser si un camarade ou un enfant plus âgé qu'ils admirent le recommande.



Particulièrement efficace pour les lecteurs réticents ou moins à l'aise. La lecture devient une activité sociale et un choix personnel, au lieu d'être imposée.

Laisser les jeunes choisir ce qu'ils recommandent les rend vraiment acteurs du processus, ce qui est plus motivant. Rendre leur avis visible auprès des autres les aide à gagner en confiance et encourage à lire plus.

Rédaction d'avis

projets éditoriaux

promotion de livres

Des formats gérés par les jeunes eux-mêmes rendent la lecture sociale : les livres offrent sujets de conversation et références communes, chose précieuse pour ceux qui n'y ont pas accès chez eux.

GARÇONS

Intéresser les garçons peut être plus compliqué, car lire n'est pas toujours vu d'un bon œil par leurs pairs. Mais une fois intégrés, ceux qui y sont réceptifs influencent souvent leurs camarades.



« Youth Advisory Panel »

Chez Readings, groupe indépendant de sept librairies en Australie, les ados ne sont pas juste encouragés à lire, ils prennent part à la culture littéraire. Au sein d'un comité consultatif de jeunes, ils peuvent participer à la programmation, ainsi qu'à un prix littéraire en tant que jurés. Le principe clé en jeu, développé avec le concours du Australia's Centre for Youth Literature, est celui de l'autonomie encadrée : accompagner les jeunes en les laissant aux commandes, sans que les adultes n'interviennent outre mesure. Il s'agit de créer des espaces qui leur appartiennent réellement, centrés sur leurs voix et leurs choix. Cette approche a un impact concret sur le long terme : les participants ont fini par organiser des festivals littéraires à travers l'Australie. Readings soutient aussi des projets à plus petite échelle animés par la même logique, y compris des bons cadeaux permettant aux ados de choisir des livres librement, et des programmes où des jeunes de 12 ans font la lecture à des enfants de 5-6 ans. Ils gagnent ainsi en confiance en eux et donnent un exemple positif lié à la lecture à des enfants plus jeunes.

Readings
AUSTRALIE


Recommandations littéraires

Norli Junior, Norli
NORVÈGE

Le concours Norli Junior permet aux élèves d'inscrire sur leur plateforme les livres qu'ils ont lus (voir Concours de lecture). Grâce à une fonction d'avis critique, les enfants peuvent chercher les titres recommandés par leurs pairs, par âge, genre et intérêts, par exemple « livres d'action humoristiques notés par des garçons de 12 ans ». Ces filtres personnalisés leur permettent souvent de découvrir des livres mieux adaptés à leurs goûts que certaines recommandations d'adultes.



Revue littéraire des jeunes

Fox Book Café
BULGARIE

En Bulgarie, le Fox Book Café édite une revue littéraire entièrement conçue et rédigée par des jeunes de 14 à 18 ans. Ils publient des avis et critiques littéraires, sont guidés par des professionnels pour le travail éditorial, et ont construit leur propre rédaction indépendante, poursuivant le projet sous un autre nom. Six numéros de la revue sont parus la première année, avec un objectif de douze numéros pour la seconde, nourrie d'ateliers animés par des auteurs bulgares reconnus, sur l'écriture de poèmes, nouvelles et textes critiques. Des établissements scolaires, désireux de participer, ont soumis des textes d'élèves à la revue, ce qui témoigne de son rayonnement. Le projet vise à remettre en question l'idée reçue selon laquelle les jeunes ne lisent pas, en faisant entendre leurs voix et leurs talents d'écriture créative et critique.



Dans une librairie de Slovaquie, les enfants laissent des recommandations écrites à la main ou des illustrations après leur passage ou un événement. Ces contributions sont ensuite affichées. Lors de leur visite suivante, les enfants voient leur travail mis en valeur, disent à leurs parents : « Regarde ce que j'ai fait. C'est le livre que j'ai choisi. C'est mon dessin. » Cette pratique crée un sentiment d'investissement personnel unique.

En Roumanie, certaines librairies sont allées jusqu'à coacher des enfants de 10 ans et plus pour leur apprendre à présenter et promouvoir des livres lors d'événements publics. Ils lisent trois à cinq titres, s'entraînent à en parler devant un public, avant de le faire lors de vrais événements, avec affiches, invitations et mise en avant sur les réseaux sociaux. Les enfants participent ainsi activement à la culture du livre au lieu de n'en bénéficier que passivement.

Rapprocher les librairies et les **ESPACES** **NUMÉRIQUES**

Les outils numériques sont devenus incontournables pour les libraires et autres ambassadeurs du livre pour interagir avec le public, surtout les jeunes. Bien utilisés, ils renforcent le rayonnement des librairies et des actions liées à la lecture, leur donnant une visibilité quotidienne. Associer les espaces numériques et physiques ouvre de nouvelles possibilités de susciter l'intérêt pour la lecture.

-
- ① Réseaux sociaux et plateformes numériques : aller chercher les lecteurs sur leur terrain
 - ② BookTok : suivre les tendances pour attirer des lecteurs
 - ③ Podcasts et contenus audio : nouvelles pratiques de lecture
 - ④ Communiquer avec les parents
 - ⑤ Les communautés de lecteurs en ligne
 - ⑥ Les jeux vidéo comme porte d'entrée interactive vers les livres

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Réseaux sociaux et plateformes numériques : aller chercher les lecteurs sur leur terrain

Les libraires et organisations se servent de plateformes diverses et variées pour toucher différents publics. Les réseaux sociaux sont particulièrement importants pour être visible auprès des enfants et des adolescents, qui y passent beaucoup de temps.

Réseaux sociaux & Plateformes numériques : D'Instagram et TikTok à YouTube, Twitch, Snapchat et applications de messagerie privée, le paysage numérique dans lequel les jeunes évoluent est vaste et en mutation constante. Renseignez-vous sur les plateformes que votre public cible utilise pour choisir quels canaux de communication sont les plus appropriés pour vos interactions en ligne.

Création de contenu – quelques idées :

- ☐ promouvoir des campagnes (initiatives et projets liés à la lecture)
- ☐ mettre en avant les sorties récentes ou un livre lié à l'actualité
- ☐ sondages & questions-réponses
- ☐ promouvoir des événements, partager l'actualité et les concours
- ☐ poster des memes
- ☐ critiques de livres, recommandations de l'équipe, « si vous avez aimé..., vous aimerez... », sélections adaptées aux saisons, etc.
- ☐ interviews avec les auteurs
- ☐ montrer les coulisses de la vie de la librairie

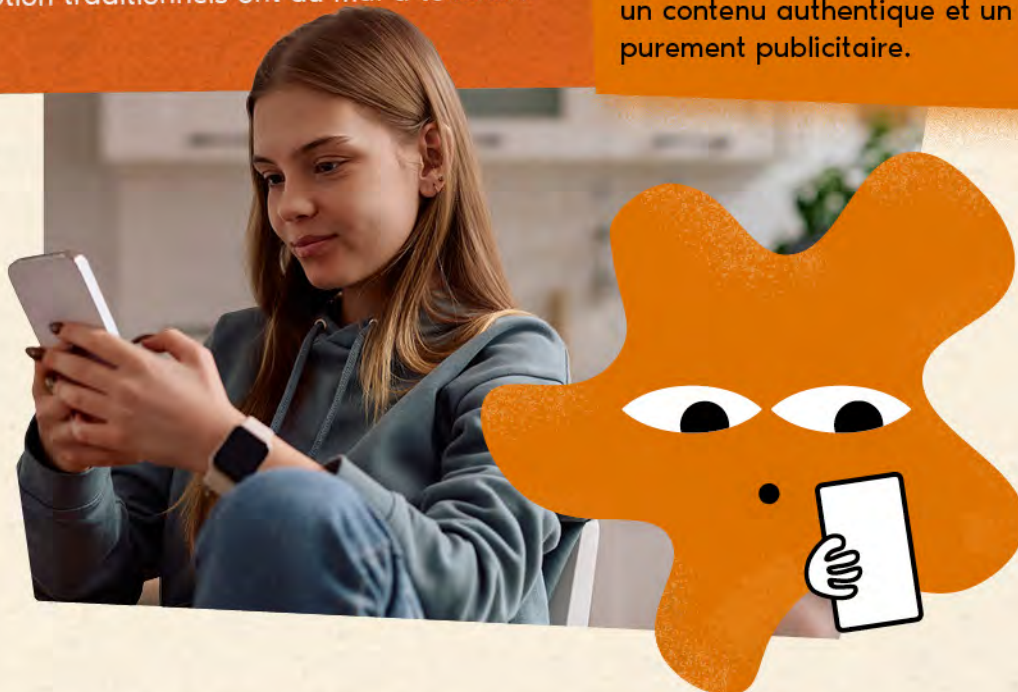
Certains vont plus loin et créent des magazines en ligne dédiés au jeune public, rédigés par les jeunes eux-mêmes. L'espace numérique n'est plus un simple canal de diffusion : il devient un endroit où les jeunes peuvent vraiment participer (voir L'avis des jeunes).

Enjeu : Des applis comme TikTok et Instagram ont donné lieu à des communautés autour des livres (BookTok et Bookstagram), où les jeunes partagent avec enthousiasme leurs avis de lecture, souvent très personnels, de façon autonome. Ces communautés peuvent booster la fréquentation des librairies et créer un vrai engouement pour la lecture auprès de groupes que les moyens de promotion traditionnels ont du mal à toucher.



Conseil :

Pour les libraires en particulier, **l'authenticité** est la clé d'une présence en ligne efficace. Les abonnés ressentent la différence entre un contenu authentique et un contenu purement publicitaire.



Des posts simples, auxquels le public peut s'identifier, aident à garder la librairie présente dans l'esprit des gens et à créer un sentiment de communauté. Une base d'abonnés fidèles et investis, même modeste, se traduit souvent par une forte fidélité en boutique.

Il suffit d'avoir une ou deux minutes devant soi pour parler d'un très bon livre, de se filmer dans la librairie et de poster la vidéo sur vos réseaux. Elle touchera sa cible.

LIBRAIRE

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

BookTok : suivre les tendances pour attirer des lecteurs

Le terme BookTok désigne plus généralement les espaces de discussion dédiés à la lecture et aux livres sur les réseaux sociaux.


BookTok

Sert à partager des recommandations, avis, inspirations, fan-arts, vidéos réaction, etc.

Offre de nouveaux canaux pour interagir avec les jeunes lecteurs (potentiels) qui s'y trouvent déjà et attirer de nouveaux profils.

A joué un rôle prescripteur majeur dans les genres et titres qui façonnent les trends.

Compte une majorité de filles et de femmes (mais pas exclusivement).

A un impact important sur le monde du livre actuel, avec des opportunités et des défis qui lui sont propres, à la fois en ligne et en dehors.



Comment utiliser BookTok en tant que professionnel du livre ?

Que ce soit en ligne ou hors ligne, suivre les trends Booktok permet de mieux comprendre ce que vos jeunes publics lisent, ce qui peut aider à anticiper les stocks et à faire mouche auprès des jeunes.

Hors ligne :

Aménager un « coin BookTok »

Une des façons les plus simples d'utiliser BookTok hors ligne est de suivre les tendances actuelles et d'instaurer un « coin Booktok » qui met en avant les bestsellers du moment. C'est le moyen idéal pour donner au réalisme matérielle au format populaire « Si vous avez aimé..., vous aimerez... », en accompagnant les livres moins connus de recommandations personnalisées.

- **Inviter des influenceurs littéraires régionaux** pour un événement ou une rencontre spéciale dans votre espace.
- **Faire des références visuelles à BookTok** : par exemple, afficher des posters de livres populaires, utiliser le vocabulaire des réseaux, s'inspirer de leur logique basée sur l'esthétique ou l'atmosphère avec des décors thématiques.



- **Produits dérivés** : de nombreuses trends BookTok ne concernent pas directement des livres, mais des esthétiques liées à la lecture. Par exemple : des stickers pour liseuses, téléphones, etc ; des patchs thermocollants pour montrer son appartenance à une communauté ; d'autres objets liés au réconfort de la lecture ou à l'espace qui lui est dédié.
- **Des clubs de lecture autour de genres spécifiques ou des événements à thèmes** peuvent également matérialiser BookTok dans votre espace. En ligne, les jeunes lecteurs cherchent aussi une communauté, ce qu'une librairie peut offrir en personne.

En ligne :

Créer votre propre contenu : les principaux défis sont le temps et les ressources. Mais beaucoup de trends sont compatibles avec des formats courts et simples, qui ne nécessitent pas de compétences approfondies en montage ou vidéo. Y partager vos recommandations peut améliorer votre visibilité et attirer du monde en boutique (voir *Création de contenu*). [🔗](#)



Défis et points à prendre en compte

Construire une présence en ligne s'accompagne de défis qu'il vaut mieux étudier sérieusement.

- Créer du contenu de qualité prend du temps et demande des compétences que tous les libraires ou petites organisations n'ont pas forcément.
- Les concours et plateformes de lecture en ligne demandent souvent un certain effort promotionnel en amont pour gagner en popularité.
- Dans certains pays, l'interdiction des réseaux sociaux aux moins de 14 ans empêche de s'en servir pour toucher cette population.
- Il y a une forme de contradiction interne au fait d'utiliser les plateformes avec lesquelles vous êtes en concurrence pour capter l'attention des jeunes.
- Autre paradoxe : les réseaux sociaux ont beau susciter un engouement pour les livres et attirer du monde en librairie, il n'est pas toujours sûr que cet enthousiasme se traduise par une pratique de la lecture sur le long terme. Certaines hausses de fréquentation des jeunes en librairies ont été attribuées à BookTok, mais cela ne veut pas toujours dire que les livres achetés sont effectivement lus.

Vous concernant, c'est vous l'expert. Voilà juste des raisons d'aborder votre présence en ligne de façon réfléchie, avec des objectifs clairs et des attentes réalistes.

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

GARÇONS

Podcasts et contenus audio : nouvelles pratiques de lecture

D'autres formats permettant d'aborder les livres et la lecture gagnent en popularité. De façon similaire ou complémentaire à BookTok, les podcasts et autres contenus audio peuvent être un bon outil pour toucher un public qui ne vient pas forcément en librairie. Les podcasts, très populaires auprès des garçons, peuvent être une porte d'entrée vers la lecture.



MPN



Mahogany Books
WASHINGTON, ÉTATS-UNIS

Le Mahogany Books Podcast Network, réseau de podcast de Mahogany Books, produit plusieurs formats dont la diversité souligne leur capacité à toucher des publics cibles différents. Sont par exemple listés sur leur site internet : Black Books Matter - The Podcast, Real Ballers Read (mêlant sport et lecture), Front Row, ou encore Black & Published. « MPN est un réseau de podcasts géré par des personnes noires qui explore les récits noirs dans toute leur complexité : littérature et érudition, slam et entreprise culturelle, idées qui façonnent le passé, le présent et l'avenir de la diaspora africaine. »



FOX Book Café



SOFIA, BULGARIE

En Bulgarie, le FOX Book Café propose aux jeunes de nombreuses activités autour de la lecture, notamment des podcasts. Un de leur projet a abouti à la création d'un podcast animé par des jeunes, qui présentent des critiques de livres, des débats, de la poésie, etc. L'équipe a aussi son propre podcast destiné aux enfants, avec différents formats d'histoires audio. « Notre podcast est très téléchargé, et écouté dans 133 pays. Pour nous, c'est un immense succès. » (FOX Book Café, Bulgarie) Ils soulignent aussi qu'avoir un contenu audio en langues nationales a pour avantage de susciter l'intérêt des auditeurs de la diaspora.



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Communiquer avec les parents

Les newsletters et autres moyens de communication numériques sont des outils importants pour entrer en contact avec les parents, surtout au sujet des activités et des lectures pour enfants.

La communication en ligne, en particulier les newsletters et réseaux sociaux, est un moyen stratégique de maintenir le lien avec les parents et, par extension, avec les enfants.

Les libraires qui envoient des newsletters

- soulignent l'importance d'avoir des newsletters différentes **par tranches d'âge**.
- y intègrent des recommandations ciblées de sorties récentes.
- parlent de l'actualité liée à la lecture pour différentes tranches d'âges.
- donnent aux parents des informations utiles sur ce que les enfants devraient lire.
- Ce type de communication destinée aux parents permet aussi une promotion efficace d'activités comme les programmes d'été, événements et ateliers.

« Dès l'envoi de notre newsletter début mars, nos séances de lecture sont très vite toutes réservées. »

LIBRAIRE

Voir « Lire dans la vitrine » au chapitre 7



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT **INTERMÉDIAIRE** CONFIRMÉ

Les communautés de lecteurs en ligne

Les plateformes et applications de lecture remplissent de nombreuses fonctions, que ce soit marketing, communautaires ou pédagogiques, et facilitent même les échanges de livres.

Les plateformes de lecture et de catalogage sociales (StoryGraph, Goodreads, Babelio, SensCritique, Relit, Bookly, Literal...), permettent de suivre ses lectures, gérer ses étagères virtuelles et partager ses recommandations.

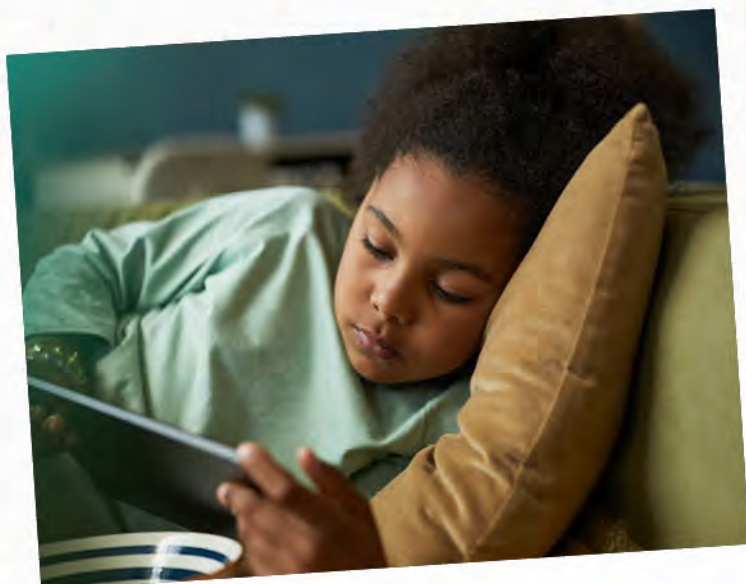
Faciliter l'accès aux livres : orienter les lecteurs vers des plateformes de livres audio et e-books comme Libro.fm, bookshop.org, Audiolib, Kobo ou Nextory, dont certaines proposent des programmes affiliés pour libraires.

« Je trouve séduisantes les applis qui proposent une fonction d'étagères virtuelles où l'on peut arranger ses livres. En général, elles ont aussi une fonction sociale. On peut ajouter ses amis, partager ses lectures et jeter un œil aux étagères des autres. »



À prendre en compte :

Gestion des données. Les plateformes qui stockent les avis et notes des enfants sont utiles, mais posent des questions de confidentialité des données.



Plutôt que d'utiliser des plateformes commerciales connues mais controversées, certains libraires et acteurs du livre ont développé leurs propres plateformes pour répondre au besoin d'espaces numériques indépendants que les enfants peuvent explorer en toute sécurité, incluant aussi des fonctions de partage et de lien social.



Hebban in de Klas

Des groupes de lecture virtuels par classe



Hebban.nl forme la plus grande communauté de lecteurs en néerlandais et fait partie de la CPNB (organisation de libraires et éditeurs pour la promotion du livre néerlandais) depuis 2021. La plateforme permet aux utilisateurs de suivre les livres qu'ils lisent ou veulent lire, et d'organiser leurs propres défis lecture, avec des centaines de milliers d'avis. La CPNB a développé un programme dédié aux scolaires, « Hebban in de Klas », qui intègre la plateforme aux classes de secondaire. Les enseignants créent des classes virtuelles où les élèves de 12 à 15 ans peuvent mettre à jour leur étagère numérique. Les profs peuvent ainsi suivre leurs habitudes de lecture, nombre de livres lus, et offrir des recommandations personnalisées. La plateforme, complète et intuitive, au visuel agréable, recense chaque livre publié aux Pays-Bas, des qualités qui l'ont rendue populaire auprès des enseignants. Aujourd'hui dans sa troisième année, le programme reçoit un financement modeste du gouvernement, qui reconnaît son engagement dans l'amélioration des compétences de lecture des jeunes, et l'enthousiasme des enseignants ne faiblit pas. 



« Les profs aiment beaucoup l'utiliser, car l'outil est simple d'utilisation et très engageant visuellement »

CPNB, PAYS-BAS

Biblioteca App



Libreria Rinascita



À Ascoli Piceno, la librairie italienne Rinascita a développé l'appli « Biblioteca » grâce à leur programme interne de développement de logiciel. L'application donne aux clients la possibilité d'organiser leur propre bibliothèque, pour prêter et emprunter des livres à d'autres clients, ou vendre des livres de seconde main. 

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

GARÇONS

Les jeux vidéo comme porte d'entrée interactive vers les livres

Les enfants associent souvent la lecture à une activité scolaire plutôt qu'un loisir. En dehors de l'école, les enfants préfèrent s'évader par d'autres moyens, plus immédiatement immersifs et relaxants, comme les jeux vidéo. Avec la croissance rapide de l'industrie, cette tendance a augmenté, plaçant les jeux vidéo et la lecture en concurrence.

Certains libraires et organismes se sont aventurés encore plus loin dans le monde numérique des jeunes. Plutôt que de traiter les jeux vidéo et la lecture comme antagonistes, ils ont cherché comment les rendre complémentaires, s'inspirant des mécaniques immersives des jeux pour faire de la lecture un loisir tout aussi divertissant et satisfaisant. En associant des livres à des contextes numériques familiers et amusants, ils rendent la lecture plus accessible.



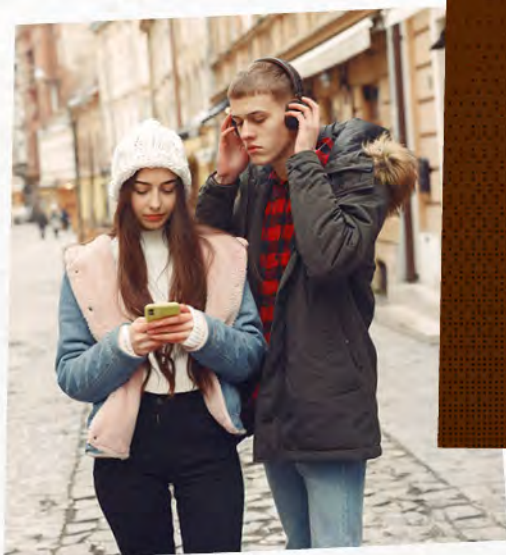
Minecraft & Assassin's Creed

CPNB, organisme de promotion du livre néerlandais, a directement intégré certains livres dans des jeux populaires, comme Minecraft et Assassin's Creed, captant l'attention des jeunes lecteurs dans un environnement qu'ils fréquentent déjà. **En partenariat avec Minecraft**, CPNB a introduit une quête dont le but était de trouver un livre caché. 

CPNB
PAYS-BAS


CPNB a aussi collaboré avec Ubisoft, le **développeur d'Assassin's Creed**, sur Readification. Objectif : rendre la lecture plaisante pour les gamers de 15 ans et plus. Des auteurs reconnus ont été missionnés pour écrire des « histoires cachées » en parallèle du scénario du jeu. Pour les rendre encore plus accessibles, Ubisoft a accompagné les histoires de contenu audio et visuel. 





Balades sonores

 LETTONIE



Liels un Mazs, maison d'édition lettone fondée par Alise Nigale, intègre la lecture au paysage urbain en créant un jeu de piste où les enfants doivent trouver des stickers illustrés à travers la ville et scanner des QR codes pour écouter des chapitres de livre lus par des comédiens, associant lecture et activité en plein air. Pensée comme une activité familiale, elle inclut des titres pour différentes tranches d'âge. Le jeu peut aussi être adapté au cadre scolaire, avec des stickers placés dans l'enceinte de l'établissement ou autour. L'exploration spatiale encourage aussi les enfants à poursuivre la découverte du livre.



Science Fiction

SF-Bokhandeln

 SUÈDE



Spécialisée en science fiction, fantasy, horreur, jeux et bande-dessinées, SF-Bokhandeln possède quatre magasins, à Stockholm, Göteborg, Malmö et Linköping, et une boutique en ligne. Le groupe construit ses activités de promotion de la lecture autour des jeux et de la fan culture plutôt que de les séparer. Des événements comme des sessions jeux de société ou RPG et des dédicaces sont organisés régulièrement. Une approche qui voyage au-delà de leurs boutiques, lorsque l'équipe participe à des conventions et festivals comme Comic Con, GothCon, LinCon et NärCon, ce dernier destiné aux plus jeunes. Des événements sur le thème de Minecraft ont été organisés en boutique en partenariat avec Mojang Studios, attirant des jeunes grâce à leur passion pour le jeu. En associant jeux vidéo et activités interactives à des titres de fiction et non fiction, SF-Bokhandeln mobilise un engouement existant pour en faire une raison de lire. Leurs réseaux sociaux, avec des sondages, memes et concours, prolongent cette sensation de communauté en ligne, offrant aux jeunes un sentiment d'appartenance qui leur donne envie de revenir.

APPRENDRE ENSEMBLE

formation & mentorat

Promouvoir la lecture est un art qui se construit par la pratique, les échanges entre professionnels et la volonté d'apprendre. Ce chapitre présente les astuces de libraires de différents pays d'Europe pour développer ses compétences autour du jeune public, du mentorat et des formations d'équipe à des leçons inattendues venues des jeunes eux-mêmes.

La sphère de la littérature jeunesse est en constante évolution : nouvelles plateformes, nouveaux formats, nouveaux publics et nouvelles attentes. Vous trouverez ici différentes façons d'apprendre et de se former ensemble, que ce soit à travers le mentorat et la transmission de compétences en interne, ou bien au contact direct des enfants et adolescents. Que vous cherchiez à approfondir vos connaissances sur un point précis ou juste à découvrir les pratiques d'autres librairies et organisations, vous êtes au bon endroit pour trouver l'inspiration.

①

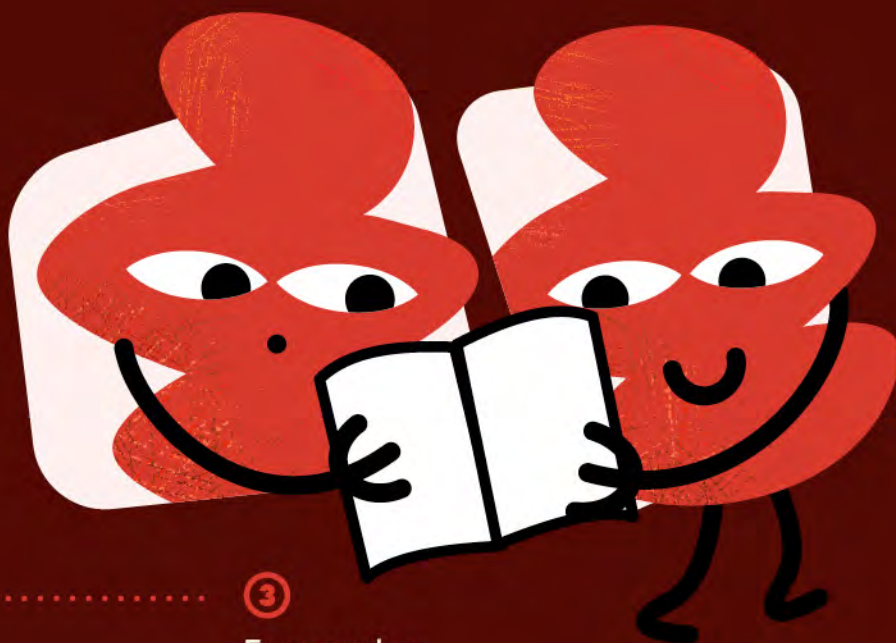
Découvrir les coulisses : stages et bénévolat [↗](#)

②

Financer l'accès au livre et donner la parole aux jeunes [↗](#)

③

Former les éducateurs et auxiliaires [↗](#)



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Découvrir les coulisses : stages et bénévolat

Les programmes de bénévolat et stages invitent les enfants et les ados à découvrir la librairie de l'intérieur. Ils ont ainsi un vrai aperçu du métier : présenter ses titres préférés, organiser les étagères et aider les jeunes clients à trouver leur prochain coup de cœur. Avec un temps de lecture dédié à chaque session, les participants peuvent explorer, se perdre dans une histoire et en sortir inspirés. Plus qu'une expérience professionnelle, il s'agit une porte d'entrée dans le monde littéraire.

Heidelberger Literaturscouts



HEIDELBERGER, ALLEMAGNE

Nommée ville créative de littérature par l'UNESCO, Heidelberg a créé le programme Heidelberg Literaturscouts, qui invite des jeunes de 13 à 21 ans à découvrir les coulisses du monde littéraire en y participant activement. Gratuit et ouvert à l'année, il offre un exemple concluant de contribution enrichissante des jeunes à la sphère littéraire. Ils découvrent les rouages de la chaîne du livre, rencontrent auteurs, traducteurs et éditeurs, et assument de vraies responsabilités : modérer des événements littéraires, mener des entretiens, écrire des critiques de livres, gérer un compte Instagram public. Des rendez-vous mensuels créent un rythme régulier et un élan collectif ; rencontrer des professionnels donne corps à la richesse du secteur. 



« On leur ouvre les coulisses du secteur littéraire, avec l'opportunité de modérer des événements et de rencontrer éditeurs ou auteurs. Mais nous mettons aussi en avant la lecture et l'écriture. Nous organisons un concours d'écriture à Heidelberg pour les jeunes de moins de 18 ans, ainsi que des ateliers d'écriture. C'est un programme assez complet »

Stage d'été

La doua bufnite
TIMISOARA, ROMANIA

Proposer des stages en librairie aux jeunes pendant les vacances scolaires est une stratégie qui a particulièrement fait ses preuves. Dès l'âge de neuf ans, enfants et adolescents, sur accord parental et signature d'un contrat, peuvent se voir confier des tâches concrètes : ranger et organiser les livres, s'occuper de papiers administratifs, tenir la caisse, avec un volume horaire réduit pour les plus jeunes. Leur emploi du temps prévoit aussi une heure de lecture quotidienne. À l'issue du programme, ils écrivent une recommandation de 150 à 200 mots pour un livre de leur choix, affichée en boutique avec le nom du stagiaire. Les meilleurs textes sont proposés à des revues culturelles locales.



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT

INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Financer l'accès au livre et donner la parole aux jeunes

Avec les programmes de bourses aux livres, les librairies jouent un rôle actif dans l'équité éducative. Elles distribuent des ressources pour favoriser une pratique de lecture régulière et donner aux enfants et adolescents un vrai espace d'expression publique dès le plus jeune âge.

Bourses aux livres

Knihkupectvo Na korze



HUMENNE, SLOVAQUIE



Cette petite librairie a développé des bourses aux livres qui distribuent gratuitement des livres à des jeunes de 7 à 15 ans sur une période définie (par exemple, dix livres sur dix mois). En échange, les participants soumettent un avis structuré de chaque titre lu, lesquels sont ensuite publiés sur les canaux de communication de la librairie. Le programme a une double vocation : faire que le coût n'empêche pas l'accès aux livres, tout en développant l'esprit critique et les compétences d'expression des enfants et adolescents. En s'engageant à partager leurs avis par écrit, ces derniers n'apprennent pas seulement à lire, mais aussi à réfléchir, évaluer et à formuler leur point de vue avec un public en tête. L'accès au livre sans obstacle financier s'accompagne donc pour les jeunes d'un vrai apprentissage : construire sa réflexion critique et la partager.

Bourse Scholastic pour la diversité et l'inclusion à destination des librairies, États-Unis

Spécialisé en éducation et jeunesse, l'éditeur américain Scholastic propose une bourse pour soutenir les libraires et librairies marginalisées, leur donnant accès au Children's Institute de l'American Booksellers Association (ABA), événement majeur pour le développement professionnel du secteur. La bourse est destinée aux libraires de communautés sous-représentées, en particulier des personnes noires ou racisées et/ou appartenant à la communauté LGBTQIA+. Elle couvre les frais d'inscription aux conférences, d'hôtel et de déplacement. Deux bénéficiaires sont sélectionnés chaque année. 



Former les éducateurs et auxiliaires

Autre stratégie efficace pour promouvoir la lecture, former celles et ceux qui travaillent auprès des enfants chaque jour : éducateurs, enseignants, bibliothécaires et personnel des crèches et garderies.

Former les professionnels de l'enfance est un pari efficace et durable. Un webinaire ou module pédagogique bien conçu peut orienter la pratique de dizaines d'éducateurs, qui influenceront sur les expériences de lecture de centaines d'enfants au fil de leur carrière. Combiner ce type de ressources avec des systèmes de certifications, des normes de qualités et formations professionnelles intégrées crée des changements systémiques plutôt qu'isolés. Cela peut passer par des webinaires, des séminaires, ou même être intégré de façon plus structurée aux formations des professionnels de l'enseignement et de la pédagogie.

Gütesiegel Buchkita (Label qualité Buchkita), Allemagne

Cette initiative est co-dirigée par l'Association allemande des éditeurs et des libraires et la Deutsche Bibliotheksverband (Association des bibliothèques allemandes), en partenariat avec des librairies et médiathèques à travers le pays, avec le soutien d'une fondation et de plusieurs éditeurs. Le label qualité est attribué aux crèches (kitas, en allemand) particulièrement investies dans la promotion de la lecture et le développement du langage dès la petite enfance. Il ne vient pas simplement certifier ce qui existe déjà, il soutient aussi activement les établissements dans leur démarche. Une Buchkita accorde une place centrale au livre, au récit, aux rimes et à l'écriture dans son approche pédagogique. L'accès aux livres et aux histoires va de soi : « bibliothèques sacs à dos », caisses de livres remplies de titres récents, des mentors et des temps de lecture à voix haute font partie du quotidien pour tous les enfants. Le label fournit des ressources et des opportunités de formation pour aider les éducateurs à mettre ces normes en pratique. Une Buchkita joue un rôle majeur pour l'équité dans l'éducation en veillant à ce que tous les enfants se familiarisent avec les livres et le langage dès le plus jeune âge, quel que soit leur environnement familial. 



Reading Animation Programme, SIKJM, Suisse

L'Institut suisse Jeunesse et Médias (SIKJM) propose le programme « Leseanimator », une formation qualifiante de deux ans pour la promotion de l'éveil à la lecture, pour des spécialistes destinés à travailler directement avec les institutions dans lesquelles les enfants en bas âge passent du temps.

À l'issue du programme, les participants acquièrent des compétences variées pour promouvoir la lecture et l'écriture chez les tout-petits et assister les équipes d'établissements de la petite enfance pour offrir aux enfants des expériences de lecture en famille et en dehors. Ils organisent ainsi des formations d'équipe et des séances avec des enfants de 0 à 6 ans et leurs parents pour les initier à des activités. Leur cadre de travail s'étend à l'ensemble du milieu de la petite enfance : crèches, bibliothèques, garderies, centres familiaux.

La portée du programme est donc décuplée, avec des professionnels qualifiés qui vont à la fois travailler auprès d'enfants et de familles, et former à leur tour d'autres professionnels.



« Les jeunes enfants ont besoin d'être entourés d'adultes compétents en matière d'apprentissage de la lecture et du langage, car ils sont trop petits pour le rechercher d'eux-mêmes. (...) Nous voulons donner accès au langage au plus d'enfants possible, dans ce qu'il y a de plus essentiel : l'oral, l'écrit et les histoires. De sorte qu'au moment d'apprendre à lire à l'école, ce qui peut être ardu, ils savent déjà que ça en vaut la peine »

SIKJM

L'union fait la force

ÉTABLIR DES COLLABORATIONS

Les librairies s'intègrent à leur communauté grâce à diverses actions et partenariats. Elles peuvent collaborer avec les bibliothèques municipales, les écoles et les crèches, en organisant par exemple des temps de lecture, des ateliers d'écriture et des présentations de livres. Certaines accueillent des associations locales, des soirées jeux, ou permettent au public de venir travailler ou étudier sur place. Cela passe aussi par des visites dans les écoles, en particulier de quartiers défavorisés, pour promouvoir la lecture et inviter les jeunes à venir en librairie, en offrant parfois des livres à ceux qui n'en ont pas les moyens. Au-delà des ventes, il s'agit de construire du lien social autour de la lecture.

❶ Collaborer avec les écoles 

❷ Fournir des livres aux bibliothèques d'école et CDI 

❸ Cadre différent, objectifs communs : médiathèques et librairies 

❹ Bibliothèques itinérantes 

❻ S'associer aux acteurs locaux : amener les livres dans des lieux inattendus 

❽ Nouer de nouveaux partenariats au-delà des livres 



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Collaborer avec les écoles

Les collaborations entre librairies, éditeurs et écoles peuvent prendre différentes formes, des visites de classes aux événements faisant venir libraires et auteurs dans les salles de classe, en passant par les festivals, les défis de lecture et le choix des livres en bibliothèque.

Ces partenariats rendent la lecture et les livres vivants aux yeux des jeunes en leur faisant rencontrer des auteurs et libraires aux parcours uniques et variés. Ils offrent aussi aux enseignants une aide concrète, avec des recommandations, ressources et guides pédagogiques visant à intégrer le plaisir de lire dans leurs emplois du temps déjà chargés.

« La clé, c'est que chaque enfant ait toujours un livre dans son sac. S'il finit son devoir de maths en avance, il a le droit de lire pour le plaisir. Les enfants sont autorisés d'office à aller à la bibliothèque sur la pause de midi. Chaque classe y passe une fois par semaine, qu'ils le veulent ou non. Cela fait partie intégrante du quotidien de l'école, pour tout le monde. Pas de commentaire du style « C'est pour les intellos ». Tout le monde y va. Il faut l'intégrer à la vie de l'école de façon non négociable, que la directrice lise au micro un poème chaque semaine par exemple, pour normaliser la lecture. »

ONG, IRLANDE

Séances de lecture en librairie et aux abords

Faz de Conto

COIMBRA, PORTUGAL



Au Portugal, la librairie Faz de Conto à Coimbra propose un programme flexible et créatif d'histoires qui réunit la librairie et les écoles : Sofia, la libraire, se rend dans les écoles, et les classes viennent la voir. En tant que conteuse, Sofia anime les sessions elle-même, mais elle s'entoure aussi d'un réseau de professionnels de confiance qu'elle peut solliciter si besoin, avec 30 % de frais de coordination pour la réservation et l'administratif.

Sa librairie ne fait que 35m², donc les plus grands groupes peuvent être accueillis devant la boutique ou dans un petit sous-bois situé juste derrière, une solution qui transforme une contrainte logistique en un cadre enchanteur. Le prix reste accessible, environ 2-3 euros par enfant, et ajustable selon la relation avec l'enseignant, qui finance la séance, et dans le cas où des livres sont achetés à la place. Les enseignants partenaires de longue date peuvent parfois venir gratuitement, et les séances financées par la municipalité permettent un tarif un peu plus haut. Ce système de tarif adaptable permet que le prix ne soit pas un frein à la venue des écoles, tout en veillant à ce que l'activité reste viable pour la librairie. Résultat : la librairie noue un lien durable et continu avec les écoles locales, une relation de confiance construite au fil du temps à travers des visites régulières.

Krajina čitateľov (« Pays de lecteurs »)



 **MARTINUS, SLOVAQUIE**



Krajina čitateľov (« Pays de lecteurs ») est un projet créé et financé par le libraire Martinus en Slovaquie pour transmettre le plaisir de lire aux enfants, car de nombreux foyers slovaques possèdent un nombre limité de livres. Le projet repose sur deux principes clés : avoir des modèles d'adultes qui lisent et guident les enfants dans leurs choix de livres, et veiller à l'accessibilité des livres. Cela se fait en étroite collaboration avec les écoles et les enseignants, fournissant aux classes des sélections de livres que les enfants peuvent lire pendant leurs pauses. Il renouvelle aussi l'approche pédagogique de la lecture en dispensant aux enseignants une méthode à rebours d'une conception traditionnelle souvent rigide : privilégier le plaisir de lire à la vitesse ou l'éducation morale. Un des éléments clés consiste à commencer les cours par 15 minutes de lecture en silence, où les enfants choisissent le livre qu'ils veulent. L'objectif est d'associer la lecture à des émotions agréables, pour que les enfants y voient une activité plaisante et autonome, et non une corvée ou une performance.

Visites d'école en librairie

 **Kibworth Books
BEAUCHAMP, ROYAUME-UNI**



Pour promouvoir la lecture, Kibworth Books facilite les visites de scolaires dans leur librairie. Ces visites sont souvent financées pour permettre aux écoles l'achat de livres pour leur bibliothèque, ou sont organisées comme sorties récompenses pour les élèves. Le but premier est d'offrir aux enfants « la joie d'explorer les étagères, de choisir un livre et de l'emporter à la maison. »

Pour un projet spécifique, Kibworth Books s'est associée avec National Book Tokens et l'association Read for Good pour sensibiliser les jeunes d'établissements secondaires, surtout ceux dont les familles ne lisent pas forcément, ou ceux qui ne s'intéressent pas à la lecture. Durant ces visites, les élèves ont reçu un chèque-cadeau de 10 £ pour choisir un livre. Objectif : dissocier la lecture de toute forme de pression. Pour les libraires, l'enjeu était de créer une atmosphère accueillante et joyeuse qui encourage les enfants à explorer les livres selon leurs centres d'intérêts, y compris si ces livres contiennent moins de texte (par exemple un format poche sur les voitures pour un enfant passionné par les courses automobile). Laisser les enfants « discuter, rire, s'amuser, prendre les livres et les feuilleter, se faire leur propre avis ». Que la lecture soit pour eux agréable et accessible, au lieu d'une tâche sérieuse et obligatoire.



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Fournir des livres aux bibliothèques d'école et CDI

Booksellers and organisations contribute to school libraries in a variety of creative and flexible ways, going well beyond simple sales.

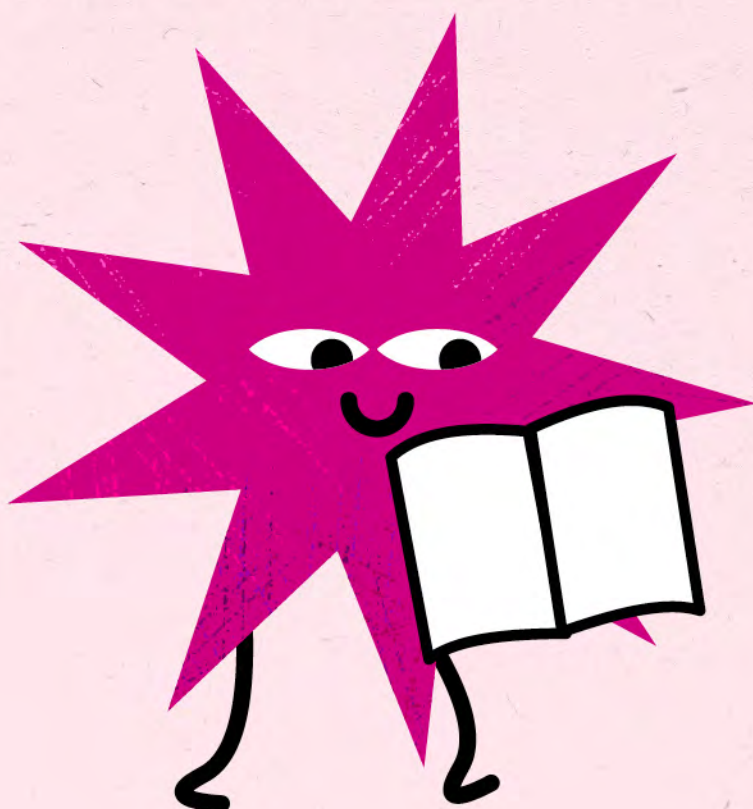
Common approaches include offering standard discounts on direct purchases, running credit schemes where schools earn library funds through parent book sales or school book fairs, and donating books or entire library collections to schools in rural or underserved areas. In some initiatives, students themselves are involved in selecting titles, a practice that fosters ownership and genuine engagement with the library space. Last but not least, school librarians are significant clients.

« Les bibliothèques d'écoles font partie de nos plus gros clients, elles représentent 15 à 20 % de l'ensemble de nos ventes. Et par « écoles », je veux surtout dire documentalistes, de primaire et de secondaire. »

LIBRAIRE, NOUVELLE-ZÉLANDE

Les collaborations les plus fructueuses se distinguent par le rôle de sélection et de conseil des libraires. Certains ne se contentent pas de répondre aux commandes, proposant des recommandations de sorties récentes, de titres variés et de sélections par âges, une plus-value qui répond à un vrai besoin des enseignants, qui manquent souvent de temps pour suivre les nouvelles sorties de près. Les élèves eux-mêmes sont parfois mis à contribution comme apprentis documentalistes pour cataloguer les livres et gérer l'espace de la bibliothèque.

Les financements gouvernementaux et municipaux sont déterminants pour la viabilité de ces projets, surtout quand les budgets des écoles sont serrés. Avec le prix unique du livre, trouver des modèles fonctionnels qui aident les écoles financièrement sans entorse à la loi demande de la créativité et du dialogue de part et d'autre.



Certains défis demeurent

Contraintes logistiques et budgétaires, et, dans certaines parties des États-Unis, censure et interdiction de livres limitent les stocks des écoles. Mais l'enjeu est clair : avoir des livres variés, récents et attrayants dans les écoles et en faciliter l'accès est l'une des façons les plus directes d'encourager les enfants à lire, et les libraires ont un rôle stratégique pour œuvrer en ce sens.

Une foire du livre communautaire aux titres soigneusement choisis

Book@Stones, Stones Corner

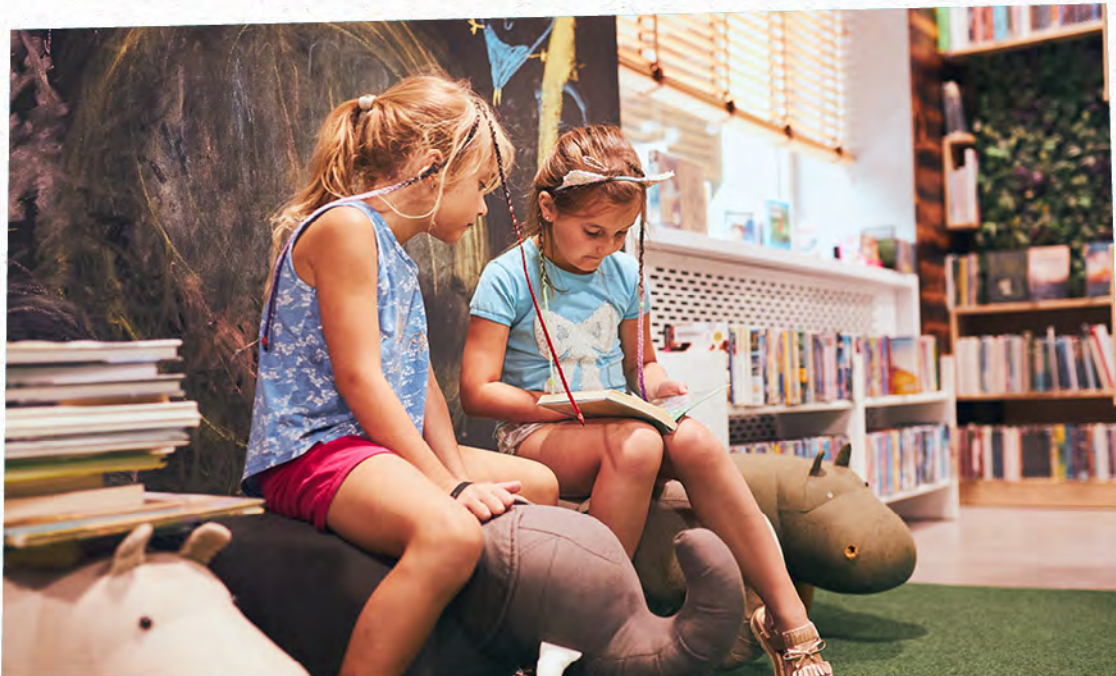
 QUEENSLAND, AUSTRALIE



La librairie Books@Stones organise une foire du livre de quatre jours dans une école primaire catholique locale, sur la fête annuelle des grands-parents, une combinaison judicieuse car elle booste la fréquentation en attirant une communauté élargie. Le format est soigneusement étudié : les enseignants pré-sélectionnent des livres qu'ils aimeraient avoir en classe ou à la bibliothèque de l'école, qui sont ensuite exposés pour que les parents, grands-parents et autres puissent les acheter et en faire don à l'école. Ainsi, l'école reçoit exactement les livres dont elle a besoin, au lieu de dons aléatoires, et permet à la communauté de participer de façon tangible et pertinente.

Pour ajouter une touche personnelle, certains livres sont choisis pour que les élèves puissent les offrir aux enseignants, ce qui permet d'inclure d'autres titres que des livres jeunesse, avec des ouvrages pour adultes sélectionnés avec soin et adaptés au cadre scolaire.

Résultat, la foire remplit plusieurs missions à la fois : remplir la bibliothèque de titres utiles, encourager la lecture en classe, renforcer les liens communautaires et assurer à la librairie une visibilité durable sur plusieurs jours. 



Cadre différent, objectifs communs : médiathèques et librairies

Les médiathèques deviennent des partenaires de plus en plus importants pour les libraires et organisations de promotion de la lecture, du fait de leur rayonnement mais aussi de leur rôle d'institution de confiance et d'intérêt général, à but non lucratif.

Les bibliothèques touchent souvent un public que les librairies peuvent avoir du mal à atteindre, car leurs livres et ressources sont disponibles en accès libre aux enfants d'origines diverses, aux non lecteurs et aux familles qui n'ont pas de livres chez elles. Leur capacité à toucher des publics défavorisés, avec des problématiques sociales ou un parcours migratoire, en fait des alliés indispensables pour une stratégie de promotion de la lecture globale.

Les événements communs sont la forme de collaboration la plus courante : semaines de la lecture, festivals, rencontres d'auteurs et concours rassemblent bibliothécaires et libraires autour de mêmes objectifs. En France, certaines médiathèques organisent les sélections départementales de concours de lecture avec des libraires comme jurés. En Allemagne, une librairie et une bibliothèque municipale ont co-organisé une « Gruffalo Party » et une campagne pour sauver un bibliobus local. En Australie, un club de lecture est né d'un partenariat entre une librairie et une bibliothèque.

Des recommandations choisies avec soin pour des programmes comme des clubs de lecture d'été peuvent être une autre occasion d'échanges fructueux. Certaines organisations nationales, comme le Finnish Reading Center et la Bibliothèque nationale de Nouvelle-Zélande, impliquent libraires et bibliothécaires dans des actions communes.

Coopération locale – Gruffalo Party et « Sauvons le bibliobus », Allemagne

Tanja Eger, de la librairie Eulennest, décrit un partenariat étroit avec la médiathèque municipale, avec un ou deux événements par an. En voici des exemples marquants.

Après un déménagement de la librairie, une Gruffalo Party a été co-organisée autour d'un concept plébiscité par l'éditeur allemand Beltz Verlag, qui a fourni costumes et équipements. Au-delà d'amuser les enfants, l'animation remplissait un but important pour la communauté : montrer aux familles que la librairie était toujours active malgré le changement d'adresse.

S'est ensuite présenté le cas du bibliobus de la médiathèque menacé de fermeture après que plusieurs municipalités ont cessé de le financer. La librairie a rejoint la campagne « Sauvons le bibliobus », centrée autour de l'album *Le bibliobus* dont l'histoire reflétait parfaitement la situation, démontrant ainsi qu'un livre bien choisi peut rassembler une communauté, et comment librairies et bibliothèques peuvent s'allier pour défendre des ressources locales.

Cet exemple montre que ces collaborations peuvent dépasser les programmes habituels pour répondre de façon créative à l'actualité publique, qu'il s'agisse de fêter un nouveau départ ou de se mobiliser pour sauver un service cher à la collectivité.



² Moore, Inga : *Le bibliobus*, L'école des loisirs (2021). Traduit par Aude Gwendoline.

NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

Bibliothèques itinérantes

Les bibliothèques itinérantes font venir les livres (et parfois les gens) aux enfants, au lieu d'attendre que les enfants viennent aux livres. L'idée selon laquelle les livres doivent aller à la rencontre du public peut inspirer les libraires qui cherchent de nouvelles façons de sensibiliser les enfants en dehors de leur boutique.

Les services de bibliothèques itinérantes amènent livres et activités littéraires directement auprès du public, en général dans des zones moins bien desservies en librairies ou bibliothèques traditionnelles. Il s'agit d'extensions mobiles de réseaux de bibliothèques, ou bien de projets indépendants portés par des associations, élargissant la portée des livres au-delà de leurs espaces habituels.

Ces actions visent à susciter l'envie de lire en rendant les livres plus accessibles et en créant des moments ludiques et interactifs autour de la littérature. Généralement destinées aux enfants, elles peuvent être particulièrement efficaces auprès de communautés aux ressources limitées et démocratiser l'accès à la littérature.

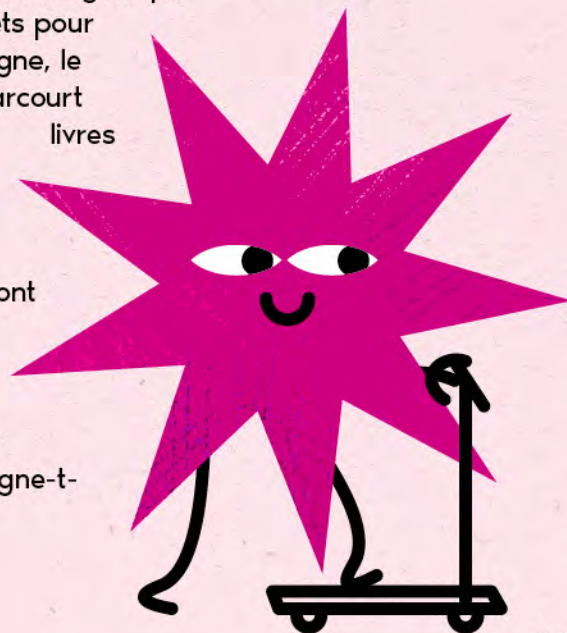
Les enfants choisissent les livres qu'ils veulent emprunter, et reviendront pour les échanger au prochain passage. Les bibliobus suivent un programme de passages régulier dans différents endroits (par exemple une fois par mois), pour les emprunts et retours de livres, et pour échanger avec les enfants. Cette régularité favorise l'anticipation et l'implication des usagers. Quand les enfants viennent choisir leurs livres, cela valorise leurs décisions personnelles, loin des sélections supervisées par les enseignants.

Les bibliothèques itinérantes ne se cantonnent pas forcément au prêt de livres. Elles peuvent aussi proposer des activités et ateliers. L'opération « BookTruck », par exemple, fait venir auprès des enfants des personnes qui animent des ateliers.

Fonctionnement

Les bibliothèques itinérantes fonctionnent souvent à bord d'un bus, van ou wagon aménagé, avec des fonds tournants. Le principe est simple : le véhicule suit un itinéraire défini, visite les communes selon un calendrier fixe, généralement mensuel, et les habitants locaux gardent les livres empruntés jusqu'au prochain passage. En Roumanie, le BookTruck utilise un mini-wagon qui passe dans un village différent chaque jour, sur un système de prêts pour ceux qui n'ont pas accès à une librairie ou bibliothèque. En Allemagne, le Bücherbus est une unité mobile de la bibliothèque municipale et parcourt la ville pour que l'ensemble des habitants puissent emprunter des livres près de chez eux.

Les visites d'écoles rurales en sont une application très efficace. En Irlande, un bibliobus rend visite aux écoles rurales chaque mois, avec une approche encourageant l'autonomie : les enfants sont conduits jusqu'au véhicule et choisissent ce qu'ils veulent, sans intervention de l'enseignant. Décrivant l'initiative, une libraire en notait l'influence sur son fils, lecteur réticent, qui a choisi Percy Jackson de lui-même et a lu la série entière avant d'explorer d'autres livres. La liberté de choisir sans l'influence d'adultes, souligne-t-elle, était tout l'enjeu.



Quelle place pour les libraires ?

Bibliothèques itinérantes et librairies partagent un même objectif, dont découlent naturellement plusieurs axes de collaboration. Les librairies peuvent être des points de collecte pour des dons de livres jeunesse visant à renouveler les stocks des bibliobus. Les libraires peuvent aussi apporter leur expertise pour la sélection des livres, soutenir les collectes de fonds, ou mettre en relation les organisateurs avec des auteurs et illustrateurs pour des événements. Programmer des animations communes peut aussi donner davantage de visibilité aux deux partis, et renforcer l'ensemble de l'écosystème de promotion de la lecture d'une région.

Bookstory x BookTruck

Bookstory

 CLUJ-NAPOCA, ROUMANIE



Bookstory a noué un partenariat durable avec BookTruck, association dont les bénévoles font venir les livres aux enfants de villages qui ne possèdent ni librairie ni bibliothèque. BookTruck opère à bord d'un mini-wagon aménagé qui se rend chaque jour dans un village différent sur un calendrier mensuel. Les enfants choisissent des livres qu'ils échangeront contre de nouveaux le mois suivant. L'association possède trois véhicules et a élargi son offre à des ateliers et activités.

Bookstory contribue de deux façons. La librairie collecte des livres pour enfants donnés par les familles et les fait parvenir à BookTruck. Chaque mois, les deux organisations organisent ensemble un événement « Libraire d'un soir », où une personnalité (auteur, journaliste, psychologue) rejoint l'équipe pour une soirée et partage ses recommandations préférées avec les clients de façon conviviale et informelle. 15 % des recettes sont reversées à l'association. L'aspect informel du format fonctionne bien : les invités deviennent librairies pour un soir et le public peut échanger avec eux aussi naturellement qu'avec un collègue lambda. 



Nouer de nouveaux partenariats au-delà des livres

Les librairies et organismes de promotion de la lecture envisagent de plus en plus de s'associer à d'autres partenaires que les écoles et bibliothèques, surtout parmi les institutions culturelles : théâtres, musées, festivals, associations, églises, hôpitaux et réseaux sportifs.

Ces collaborations font venir la lecture jusqu'à des publics qui ne se rendraient peut-être pas d'eux-mêmes en librairie. Certains exemples créatifs montrent ce qui peut être accompli lorsque les partenaires unissent leurs forces. Au Canada, une librairie travaille avec un théâtre sur un programme pour ados, « Du livre à la scène » : lire une pièce avant d'assister à sa représentation. En Allemagne, Heidelberg, ville créative de littérature de l'UNESCO, collabore avec l'Institut germano-américain pour des événements et a financé un réseau d'école primaire intégrant la littérature au programme scolaire. En Nouvelle-Zélande, une librairie s'est associée à l'orchestre de la ville et vend des livres aux concerts. En Roumanie, des artistes, journalistes et musiciens locaux sont invités à des lectures du dimanche, attirant un nouveau public en librairie.

Sensibiliser la communauté est un but récurrent. En Australie, des partenariats avec des réseaux sportifs, des organismes de santé et des groupes malvoyants amènent la lecture jusqu'à des publics souvent à l'écart du monde littéraire. Aux États-Unis, certains hôpitaux et églises, des institutions à l'assise communautaire forte, sont des intermédiaires de confiance auprès des familles.

Ces collaborations sont souvent réciproques : chaque côté gagne en visibilité, audience et ressources. Certains défis subsistent : obtenir des financements, ajuster les attentes et gérer les démarches administratives auprès des institutions peuvent être des freins. Mais dans l'ensemble, il s'agit d'une véritable opportunité : les partenariats culturels permettent d'inscrire la lecture dans la vie publique avec des résultats qu'aucune librairie ou bibliothèque n'atteindrait seule.

Dorothy Butler's Books à la Philharmonie

 AUCKLAND, NOUVELLE-ZÉLANDE



Dorothy Butler's Bookshop a noué un partenariat avec l'Orchestre philharmonique d'Auckland, qui offre une programmation annuelle de concerts pour enfants. Ces dernières années, l'orchestre a commandé des œuvres musicales basées sur des livres jeunesse d'auteurs néo-zélandais, une belle alliance entre littérature et musique. La librairie a apporté son soutien à l'auteur du livre ayant inspiré la dernière série de concerts, vendant des exemplaires sur place pour quatre spectacles répartis sur deux jours.

Le format est simple mais efficace : les livres sont acheminés là où se rend le public, au lieu d'attendre que le public vienne en librairie. Pour des enfants assistant à un concert basé sur une histoire, le livre devient le moyen idéal d'en garder un souvenir. L'auteur local gagne en visibilité, et la librairie resserre ses liens avec la communauté au-delà de ses quatre murs. 

Australia Reads, Construire un réseau littéraire global, Australie

Australia Reads est une initiative à but non lucratif du secteur littéraire australien, qui vise à pousser davantage de monde à lire davantage de livres plus régulièrement. Elle se distingue par l'envergure de ses partenariats : au lieu de ne s'associer qu'aux maillons traditionnels de la chaîne du livre, elle ratisse plus large en mobilisant librairies, bibliothèques municipales et nationales, maisons d'édition, imprimeurs, distributeurs, les ministères chargés de l'éducation et des programme, mais aussi des réseaux extérieurs au monde du livre.

On ne peut pas viser le public des sphères littéraires, ce sont déjà des lecteurs convaincus.

AUSTRALIA READS

Le projet s'est associé à des réseaux sportifs, à Vision Australia, des organismes de santé, des centres commerciaux et des réseaux de transports publics pour intégrer la lecture à la vie quotidienne. Les bibliothèques partenaires offrent aussi un point d'entrée stratégique vers les services publics comme les centres de loisirs, piscines, gymnases, et centres de soin maternels et pédiatriques, où les livres ne sont pas déjà présents, mais où la lecture serait tout aussi bénéfique.

Australia Reads dirige aussi des programmes comme LitUp, qui propose aux écoles et organisations d'animer des événements avec auteurs et illustrateurs, et tient à jour un catalogue d'auteurs-illustrateurs pour pouvoir les mettre en lien avec la communauté. Cette approche suit une logique réfléchie et stratégique : d'abord consolider le réseau littéraire, puis nouer des partenariats en dehors des liens traditionnels avec un message clair. Un modèle dont d'autres organisations nationales de promotion de la lecture pourraient s'inspirer.

« Old Paper for a new Book » : projet d'ECOPACK Bulgaria et du Greenwich Book Center



SOFIA, BULGARIE

La campagne « Old Paper for a New Book » est une initiative menée sur 10 ans (2013-2022) qui a connu un grand succès. Elle a réussi à combiner sensibilisation environnementale et promotion de la lecture en faisant recycler du papier aux enfants en échange d'un livre neuf de leur choix. Au total, le projet a mobilisé 60 338 enfants, qui ont choisi 71 200 livres neufs et recyclé 321 tonnes de papier, soit 4 173 arbres sauvés. Ce succès s'explique par l'autonomisation des enfants, entre liberté de choix et stratégie de récompense, et l'investissement des parents, écoles, municipalités et organisations partenaires.



NIVEAU DE LECTURE

DÉBUTANT INTERMÉDIAIRE CONFIRMÉ

S'associer aux acteurs locaux : amener les livres dans des lieux inattendus

Au lieu d'attendre que les familles viennent en librairie, certaines des actions les plus efficaces pour mettre la lecture en avant font le chemin inverse : amener les livres là où le public se rend déjà. Ce principe, proche de celui des bibliobus, va plus loin en s'appliquant aux lieux très fréquentés par les familles au quotidien.

Les distributions de livres peuvent se faire dans les fast-foods, boulangeries, supermarchés et cabinets de pédiatres, là où les familles ne s'y attendent pas. En Allemagne, Stiftung Lesen s'est associé avec de grands magasins discounts comme Aldi, Kaufland et Lidl pour toucher des familles de milieux défavorisés, moins susceptibles de fréquenter les librairies traditionnelles ou les bibliothèques, et pour qui des livres à prix réduit sont plus intéressants. La logique est simple : ceux qui vont rarement en librairie vont en revanche faire leurs courses. Les y retrouver avec des livres gratuits ou à prix réduit résout les problèmes de distance, de coût et de méconnaissance qui peuvent entraver l'accès traditionnel aux livres.

Les initiatives les plus efficaces en ce sens ne sont pas des actions isolées, mais des interventions récurrentes et successives qui atteindront les enfants plusieurs fois à mesure qu'ils grandissent, les familiarisant avec les livres sur le long terme, avec la même logique cumulative que les programmes de santé. Le modèle de la visite de chez le pédiatre décrit dans ce chapitre suit exactement cette logique : un point de contact régulier, avec une relation de confiance déjà établie, utilisé comme vecteur de lecture auprès des familles.

Si vous envisagez d'appliquer ce principe, la question clé est de savoir quels lieux votre communauté fréquente déjà, et s'il est possible d'y placer des livres, recommandations ou ressources de lecture, en partenariat avec les commerces ou des services auxquels ils font déjà confiance.

Coopérer avec les pédiatres (Lesestart Programm), Allemagne

Stiftung Lesen, fondation nationale de promotion de la lecture en Allemagne, a intégré les livres directement dans le système de soin pédiatrique. Grâce à un partenariat avec les pédiatres du pays, les familles reçoivent un livre adapté à l'âge de l'enfant et des ressources annexes lors des visites de contrôle des 1, 2 et 3 ans. Les livres et informations sont disponibles en 14 langues, soit les plus communes en Allemagne. Le succès du programme repose sur son ambassadeur : quand c'est un médecin qui dit aux parents que leur enfant est en bonne santé mais que leur faire la lecture à voix haute régulièrement contribuera à leur développement cognitif, le message possède un poids et une autorité que peu d'autres messagers obtiendraient. Fort de sa quinzième année d'existence, l'initiative a fait des pédiatres des partenaires privilégiés, sensibilisant les familles grâce à leur relation de confiance au moment précis où elles peuvent construire des habitudes de lecture précoces..

La toise pour enfants revisitée



Cărturești, un groupe de librairies roumaines, a développé un outil créatif pour promouvoir la lecture qui se place (littéralement) à hauteur d'enfant. En partenariat avec plus de cent centres d'analyses médicales, la librairie a installé une toise qui fait aussi office de charte de lecture selon l'âge de l'enfant : à chaque mesure, les enfants et leurs parents découvrent une recommandation de livre adaptée à leur stade de développement, parmi des auteurs roumains et des classiques internationaux. Un QR code figure sur la toise et renvoie directement au site internet de la librairie, où les parents peuvent se renseigner sur les titres conseillés et les commander. En installant cet outil dans un espace de soin où les familles se rendent régulièrement, le projet transforme une activité du quotidien en moyen de susciter le goût de lire dès la petite enfance.



PARTENARIATS & SPONSORS

trouver des financements

La viabilité des activités de promotion de la lecture dépend des ressources qui les soutiennent. Pourtant, le financement est très souvent cité comme l'un des principaux obstacles. Les initiatives de promotion de la lecture tirent leurs financements d'un système complexe et varié, reposant souvent sur plusieurs sources : subventions publiques et financements privés ou philanthropiques, contributions d'entreprises, revenus d'activité, et soutien non monétaire. Ce chapitre examine différentes pratiques de partenariats et sponsors.

① Coopérer avec les
maisons d'édition 

② Solliciter les
entreprises pour
des événements
ou sponsors 

③ Développer des
partenariats non
monétaires ou de
co-branding 



④ Financement participatif
: mobiliser le soutien de
la communauté 

Coopérer avec les maisons d'édition

Les maisons d'édition sont souvent le premier point de contact le plus naturel. Elles ont directement intérêt à promouvoir leurs titres et auteurs, et peuvent fournir les livres et autres objets littéraires, organiser les rencontres avec les auteurs, ou soutenir financièrement certains événements et campagnes.

« Les éditeurs jouent souvent un rôle de collaborateur avec leurs auteurs, en finançant leur déplacement et les frais de lecture »

ONG • CANADA



Pour solliciter un éditeur, il vaut mieux formuler une demande spécifique, avec une proposition concrète (par exemple pour une série d'heures du conte), en soulignant la visibilité ou les avantages que l'éditeur pourrait y gagner.

« Lesen im Fenster » (Lire dans la vitrine)

Chinderbuechlade
+ BERN, SUISSE



Une fois par an, la librairie jeunesse Chinderbuechlade invite les enfants à s'installer confortablement dans des fauteuils placés dans la vitrine pour une demi-heure de lecture, puis à rentrer chez eux en emportant le livre, gratuitement. Connu sous le nom de Lesen im Fenster (« Lire dans la vitrine »), cet événement annuel affiche très vite complet une fois que la newsletter l'annonçant est envoyée. Les éditeurs soutiennent cette initiative en fournissant les livres. Un exemple de format qui fonctionne bien, avec l'aide des éditeurs qui y contribuent directement tout en donnant davantage de visibilité à leurs publications.

Solliciter les entreprises pour des événements ou sponsors

Les entreprises peuvent aussi être sollicitées pour soutenir des événements, des campagnes ou des projets spécifiques, en particulier lorsque votre clientèle et la leur se recoupent clairement. En échange d'un soutien financier ou en nature, ces sponsors espèrent généralement que la marque gagne en visibilité, ou soit associée à une action collective positive. Les initiatives les plus ambitieuses peuvent recevoir le soutien de plusieurs entreprises partenaires qui s'unissent pour un même objectif.

Den stora läsutmaningen (« Le grand défi lecture »), Suède

« Le grand défi lecture » est une initiative menée dans toute la Suède pour renforcer les habitudes de lecture des enfants en la rendant à la fois accessible et ludique, partant du principe qu'il s'agit d'une compétence qui se développe avec la pratique, comme l'endurance physique.

Principalement destiné aux élèves de CM1, le défi se tient en automne chaque année et encourage les participants à lire selon leurs intérêts et capacités, avec l'objectif de développer leur endurance de lecture, enrichir leur vocabulaire et les motiver de façon durable. Ce qui rend ce modèle particulièrement accessible, c'est qu'il valorise le temps passé davantage que la quantité : chaque minute de lecture compte, peu importe le degré d'avancée. Les enfants lisent en moyenne 20 minutes par jour, totalisant plus d'un million d'heures sur l'ensemble de la période.

Le défi est une initiative commune menée par Adlibris (libraire), Bonnier Carlsen (maison d'édition jeunesse), Natur & Kultur (maison d'édition détenue par une fondation), Rabén & Sjögren (une des plus grandes maisons spécialisées en jeunesse et young adult), et la Bonnier Family Foundation, et développée en collaboration avec un comité consultatif de spécialistes et auteurs. Parmi leurs partenaires : Le Monde d'Astrid Lindgren, SF Studios, et la LasseMaja's Detective House. Cette alliance globale d'éditeurs, librairies, fondations, institutions culturelles et d'écoles forme en elle-même un modèle qui mérite d'être souligné, faisant de la promotion de la lecture une responsabilité collective de l'écosystème du livre dans son ensemble.

On essaie d'adopter et d'encourager la coopération, d'inciter les autres à le faire. Ça ouvre aussi de nouvelles perspectives et idées de collaboration à mettre en pratique.

« Ich schenke dir eine Geschichte » (« Je t'offre une histoire »), Allemagne

Cette campagne distribue aux enfants plus d'un million de livres chaque année grâce à une collaboration d'envergure entre divers sponsors, dont la Bertelsmann Foundation, Penguin Random House, Stiftung Lesen, ZDF (chaîne de télévision publique fédérale allemande) et DHL. Elle montre comment des organisations de secteurs très différents peuvent s'unir autour de la promotion de la lecture.



Développer des partenariats non monétaires ou de co-branding

Les librairies et ONG peuvent aussi nouer des partenariats non monétaires ou de co-branding. Le premier cas, où les partenaires fournissent des produits, services, expertise, canaux de distribution ou expériences exclusives, est souvent plus accessible, surtout pour les petites organisations.

Le co-branding va plus loin : en mettant en commun leurs publics cibles, tous les partenaires gagnent en visibilité. Ce format fonctionne particulièrement bien quand le lien entre les deux paraît sincère et pertinent aux yeux de l'audience cible. C'est un moyen efficace d'associer des objectifs culturels, pédagogiques et commerciaux tout en limitant le coût financier de part et d'autre.

Campagne en partenariat avec l'équipe nationale de football roumaine

Cărturești
ROMANIA



Cărturești a trouvé une façon inventive de lier la lecture et l'écriture au monde du sport en sortant une collection de papeterie en collaboration avec l'équipe nationale de football roumaine. Les librairies Cărturești ont mis en vente des carnets et bloc-notes aux couleurs de l'équipe et de la librairie. Chaque achat équivalait à une participation pour un tirage au sort offrant une chance de visiter les vestiaires des joueurs, de gagner des tickets de match et des accessoires officiels de l'équipe. En associant des fournitures scolaires à une expérience qui parle aux jeunes, la campagne crée une raison concrète de se rendre en librairie, tout en gardant la créativité et l'apprentissage au cœur de l'opération.



Financement participatif : mobiliser le soutien de la communauté

Le financement participatif peut être une alternative efficace, ou compléter des financements plus traditionnels, en particulier pour des projets bien définis comme les prix littéraires, festivals ou événements qui font vivre la communauté. Grâce aux plateformes de crowdfunding, vous pouvez inviter le public à vous soutenir en finançant directement un objectif précis. Ainsi, les contributeurs savent exactement pourquoi ils se mobilisent et à quoi servira leur don. Des campagnes régulières peuvent constituer une communauté de donateurs fidèles, tandis que des dons plus importants de mécènes apportent une stabilité et permettent d'atteindre les objectifs fixés. Le financement participatif porte souvent ses fruits, combiné à d'autres sources de soutien, comme les dons privés, les partenariats ou sponsors, pour un modèle de financement diversifié ne dépend pas d'une unique source de revenu.



The Dorothy Amery Reader Awards

Bookbugs and Dragon Tales

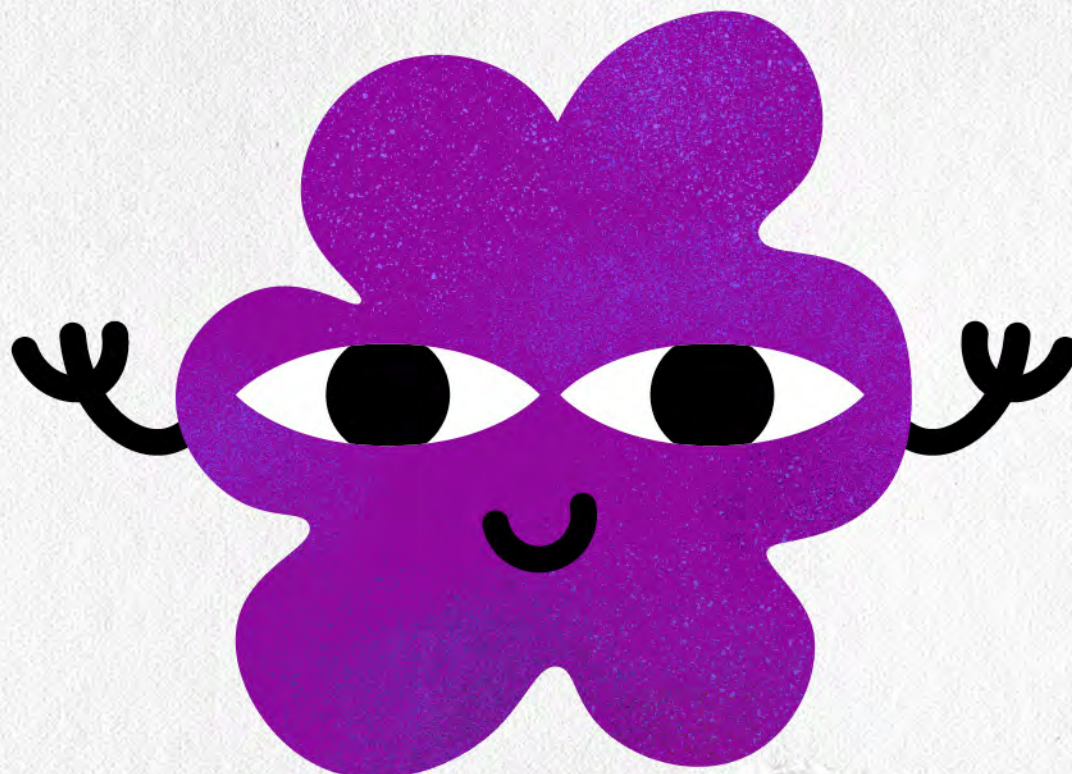
 NORWICH, ROYAUME-UNI

À Norwich, la librairie indépendante Bookbugs and Dragon Tales organise un prix annuel qui récompense des enfants nominés par leur école, en particulier ceux qui n'ont pas d'accès régulier aux livres chez eux. Chaque année, entre 30 et 50 enfants reçoivent pour 50 £ de livres et sont invités à la librairie pour célébrer l'occasion avec leur famille. Une campagne GoFundMe sert à financer les prix et permet aux clients, sympathisants locaux et ambassadeurs de la lecture de contribuer directement à une cause clairement définie. Ce financement participatif est complété par des dons plus importants de soutiens fidèles, formant ainsi un modèle de financement diversifié qui allie mobilisation communautaire et dons philanthropiques. En plus du soutien financier, cette approche renforce l'assise locale du projet en permettant aux lecteurs, familles et mécènes de s'impliquer pour favoriser l'accès et la culture du livre. Les enfants sont ensuite invités à soumettre leurs avis à la librairie pendant un an, un rôle qui donne du sens et de la valeur à leur lecture. En faisant ainsi partie de l'équipe, les enfants deviennent, plus que de simples lecteurs, acteurs de leur relation à la lecture.



Quelques conseils pratiques

-  **Partez de ce dont vous disposez déjà.** Les éditeurs, commerces locaux, écoles ou clients fidèles avec qui vous entretenez déjà relations sont souvent les meilleurs alliés à solliciter en premier.
-  **Formulez des demandes spécifiques.** Une proposition concrète avec un objectif clair, un public défini et une réelle plus-value pour le partenaire a plus de chances d'aboutir qu'une demande de sponsor générale.
-  **L'argent n'est pas la seule aide possible.** Des livres, des impressions, un lieu, un service traiteur, des prix et de la publicité sont autant de formes de soutien à envisager.
-  **Inspirez-vous de ce que d'autres font.** Les associations de libraires, les organismes de promotion de la lecture et les réseaux comme RISE Bookselling peuvent être de précieuses sources d'informations, inspirations et conseils pratiques.
-  **Diversifiez vos ressources.** Les initiatives les plus durables s'appuient sur différentes sources de financement au lieu de ne dépendre que d'une seule. Subventions, soutien non monétaire, financement participatif et revenus d'activité peuvent être complémentaires.
-  **Documentez et partagez vos résultats.** Les organismes de financement et sponsors seront plus enclins à renouveler leur soutien (ou à rejoindre l'aventure) si vous montrez clairement ce que votre initiative a accompli et quel public elle a touché.





REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier toutes les personnes qui ont pris le temps de partager avec nous leur expertise et leurs expériences. Des professionnels de 20 pays ont contribué à ce guide à travers leur savoir-faire et leur engagement en faveur de l'alphabétisation des enfants et de leur bien-être. Nous remercions également tous ceux qui ont préféré garder l'anonymat.

Akademibokhandeln, Maria Backlund, Suède

Another Story Bookshop, Macklin Loosley-Millman, Canada

ARK Bokhandel, Emilie Jarto, Norvège

Attraverso - Libreria indipendente per l'infanzia e l'adolescenza, Italie

Australia Reads, Anna Burkey, Australie

BIDO AG, Suisse

Blue Willow Bookshop, États-Unis

Bonnier Carlsen Bokförlag, Ulrika Caperius, Suède

Bonniers Familjestiftelse, Lovisa Fhager Logothetis, Suède

Bookbugs and Dragon Tales, Leanne & Dan Fridd, Royaume-Uni

Books@Stones, Michael Weibler, Australie

Booksellers Aotearoa New Zealand, Renee Rowland, Nouvelle-Zélande

Booksellers Association of the UK & Ireland, Kibworth Books, Debbie James

Bookstory, Emma Moldovan, Roumanie

Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Kaspar Pflaum, Allemagne

Brunswick Bound, Megan O'Brien, Australie

Buchhandlung Eulennest, Tanja Eger, Allemagne

Buchhandlung Hoffmann, Iris Hunscheid, Allemagne

Bulgarian Book Association, Dessi Alexieva, Bulgarie

Canadian Independent Booksellers Association, Laura Carter, Canada

Cărturești, Corina Giurgiu, Roumanie

CBC and Every Child a Reader, Carl Lennertz, États-Unis

Celé Slovensko číta deťom, Patrícia Pivolusková, Slovaquie

Centre National du livre (CNL), Edith Girard, Ondine Cotto, France

Chapterhouse Books, Lauren Pronger, États-Unis

Chicken and Frog, Joanna Ludbrook, Nouvelle-Zélande



Children's Books Ireland / Leabhair Pháistí Éireann, Elaina Ryan, Irlande
Children's Literature Centre, National Library of Latvia, Silvija Tretjakova, Lettonie
Chinderbuechlade, Jule Dermon, Suisse
Cultura, Eric Lafraise, France
Detski Knigi Foundation (Children's Books Foundation), Valentina Stoeva, Bulgarie
Faz de Conto, Sofia Correia, Portugal
First Book, Kyle Zimmer, États-Unis
FOX Book Café, Dessi Alexieva, Dessi Grozdanova, Bulgarie
Greenwich Book Center, Viktoria Biserova, Bulgarie
Halfway up the stairs, Trish Hennessy, Irlande
Heidelberg UNESCO City of Literature, Phillip Koban, Allemagne
Heidelberger Literaturscouts, Sarah Zeiss, Allemagne
Jānis Roze, Kristīne Pīkenena, Lettonie
Kibworth Books, Kirsty Woods, Royaume-Uni
Knihkupectvo Na Korze, Alexandra Harvanová, Slovaquie
Krajina čitateľov, Viktória Marcinová, Slovaquie
Läsfrämjarinstitutet - Läslandet, Marlen Eskander, Suède
Läsrörelsen, Elisabet Reslegård, Suède
Liberia del Toboso, Italie
Librairie du Pincerais, Camille Papazian-Pointet, France
Libreria G. Traverso, Valentina Traverso, Italie
Libreria la Torre, Italie
Libreria Le Nuvole SNC, Italie
Librería Peripicias, Raquel María Sánchez Ortiz, Espagne
Libreria Rinascita, Eleonora Tassoni, Italie
Libreria San Paolo, Italie
Libreria Serendipias, Espagne
Libreria Venpred, Italie
Lieblingsbuch, Allemagne
Liels un Mazs, Alīse Nīgale, Lettonie



LiteraDur Bücher & Noten GmbH, Allemagne
Lukukeskus – Läscentrum / The Finnish Reading Centre, Emmi Jäkkö, Finlande
Mahogany Books, Ramunda Young, États-Unis
Martinus, Andrea Mešková, Slovaquie
Mondadori Imperia, Italie
Nimmerland Kinderbuchhandlung, Allemagne
Nooroongji Books, Jennifer Kim, Canada
Norli, Caroline Heitmann, Norvège
O Bichinho de Conto, Mafalda Milhães, Portugal
Once Upon a Bookstore, Canada
Once Upon A Time Bookstore, États-Unis
Papeterie Bücher Schocher, Suisse
QBD, Peta Granger, Australie
Raluca Selejan, libraire, Roumanie
Read NZ Te Pou Muramura, Juliet Blyth, Nouvelle-Zélande
SIKJM Swiss Institute for Children's and Youth Media, Barbara Jakob, Suisse
Science Fiction-Bokhandeln, Sofia Flodin, Suède
Stichting CPNB, Marion Boxum, Pays-Bas
Stichting Lezen, Daan Beeke, Jette van den Eijnden, Pays-Bas
Stiftelsen LESE, Vibeke Røgler, Silje Regine Bråthen, Troels Posselt, Norvège
Stiftung Bibliomedia, Sophie Bertschinger, Suisse
Stiftung Lesen, Jörg Maas, Allemagne
Suomalainen Kirjakauppa, Finlande
The Children's Book Bank, Agnes Palaganas, Canada
The Dorothy Butler Children's Bookshop, Mary Wadsworth, Nouvelle-Zélande
The Finnish Institute for Children's Literature, Kaisa Laaksonen, Finlande
Van Piere, Saskia Witteman, Pays-Bas
Vinha Kirjakauppa, Pasi Vainio, Finlande
Woodbine Books, Dawn Behan, Irlande



Crédits photo :

Page 5 : Christof Jakob

Page 7 : Stadtbücherei Heidelberg

Page 11 : Buck – Buchhandlung Murkelei, Heidelberg, Allemagne

Page 13 : Ivory Court – Nooronji Bookshop, Canada

Page 19 : Julien Behal – Book Clinics, Irlande

Page 52 : Ivory Court – Nooronji Bookshop, Canada

RISE
BOOKSELLING