



atouts et
handicaps
de la **librairie**
indépendante

NOVEMBRE 2004

01

Les Cahiers du Syndicat de la Librairie Française
numéro 1
novembre 2004

Directeur de la publication: Christian Thorel
Rédacteur en chef: Jacques Bonnet
Secrétaire de rédaction: Noémi Rivet

Une publication du SLF
27, rue Bourgon
75013 Paris

ISBN en cours

© SLF, 2004.

Sommaire

novembre 2004

n° 1

- | | |
|---|---------------------------|
| 4 <i>Éditorial</i> | jacques bonnet |
| 6 <i>Le commerce du livre :
quelques éléments d'histoire</i> | jean-guy boin |
| 21 <i>Le circuit du livre.
L'évolution de la diffusion</i> | bruno caillet |
| 28 <i>La demande et l'offre de livres
dans les points de vente</i> | françoise benhamou |
| 35 <i>Librairie indépendante
et mutations sociales</i> | christian thorel |
| 45 <i>La librairie ou un réseau
d'individualismes</i> | denis bénévent |
| 52 <i>Le bel avenir
de la librairie indépendante</i> | françois gèze |

D

urant plusieurs décennies le paysage éditorial français s'est modifié par touches légères, et quasiment imperceptibles, jusqu'à aboutir, de rachat en rachat, à ce que les économistes appellent joliment un « duopole à franges concurrentielles ». Ou pour le dire autrement, deux groupes dominants : Vivendi Universal Publishing (ex-Presses de la Cité, ex-CEP Communications, ex-groupe de la Cité, ex-Havas) et Hachette, quatre éditeurs indépendants importants (Gallimard, Flammarion, Albin Michel et Le Seuil), quelques dizaines d'éditeurs de taille moyenne et plusieurs milliers d'autres à la production plus modeste.

L'échec des projets planétaires de Jean-Marie Messier qui entraîna la vente de 40 % d'Editis (ex-VUP) à Hachette et des 60 % restants au groupe Wendel, a modifié si ce n'est le volume général du duopole, tout au moins le poids respectif de ses deux membres. Par ailleurs, deux éditeurs indépendants ont été récemment rachetés : Flammarion par Rizzoli en 2000, et Le Seuil par La Martinière début 2004.

Cette concentration de l'édition s'est accompagnée de celle de la distribution. L'accroissement de la production, et par là même des flux de livraisons et de retours, sans oublier celui des titres disponibles (environ 600 000), a eu pour conséquence une sophistication technologique de la distribution nécessitant une hausse de la taille critique des outils industriels. D'où la disparition des distributions « maison », encore nombreuses dans les années quatre-vingt. Aujourd'hui les deux premiers distributeurs traitent 60 % de la production éditoriale, et les 10 principaux distributeurs concentrent 90 % des ouvrages commercialisés en France.

La librairie elle-même n'a pas échappé au phénomène, Le Furet du Nord (et ses 13 magasins), les Virgins Mégastore, le réseau Extrapole, sont venu s'agréger au deuxième libraire de France : Hachette.

La librairie indépendante est donc le seul secteur à avoir conservé son salutaire émiettement. Car le paradoxe est là, cet éparpillement, économiquement handicapant, s'est transformé en une garantie d'autonomie. On peut, d'un seul chèque, acheter n'importe quel groupe d'édition ou une chaîne de librairie, on ne peut pas acquérir les 1 000 plus importantes librairies de France.

Dans le même temps que son autonomie était structurellement préservée, la librairie indépendante s'est peu à peu retrouvée investie d'une mission de conseil éditorial de proximité. Car, un autre phénomène de concentration, le rapprochement exagéré et douteux des médias et de l'édition – les mêmes sont critiques, auteurs, éditeurs, jurés –, pose le problème récurrent de l'information littéraire en France, et de son peu de fiabilité. La télévision, de son côté, a vu après le départ de Bernard Pivot, les émissions littéraires se transformer en émissions de variétés ou de confidences intimes, si ce n'est impudiques. Le livre est donc en train, à l'instar des films, de glisser lentement mais sûre-

ment de la critique à la promotion, et le libraire est devenu, par la force des choses, le recours du lecteur en quête de conseils plus sincères.

Deux leçons sont à tirer de cette évolution. D'abord le secteur de la librairie a subi de plein fouet les conséquences de transformations (production éditoriale, outils de distribution, information des lecteurs, etc.) dont l'origine lui échappait totalement. Ce qui l'a amené par exemple à se porter devant la Commission Européenne de la concurrence pour l'affaire Hachette/Editis. D'autre part, on a pu constater à l'occasion de ces récents événements, l'absence de réflexion, autre qu'individuelle, sur l'avenir de la lecture, de l'édition, du commerce du livre, etc. Cette absence est d'autant plus curieuse que l'édition est censée être, par nature, le creuset de la réflexion en général et les rayons des librairies sa destination de prédilection.

Cette impuissance devant les événements et cette prise de conscience d'un déficit de prospective des professions du livre ont sans nul doute participé à l'idée de ces Cahiers, avec pour ambition, modeste, de fournir des outils permettant une meilleure appréhension de la situation actuelle et, par là, de son devenir. Puisque tout bouleversement de l'édition, de la distribution, de l'information éditoriale se répercute sur la librairie, il est naturel que celle-ci se soucie des autres chaînons du livre.

Cette première livraison consacrée aux «Atouts et handicaps de la librairie indépendante» rassemble des contributions d'éditeurs (Bruno Caillet, François Gèze), de libraires (Christian Thorel, Denis Bénévent) et d'économistes (Jean Guy Boin, Françoise Benhamou), c'est dire qu'il ne s'agit en rien d'une publication professionnelle. Les Cahiers du SLF souhaitent s'adresser, puisque tout se tient, aux différents secteurs de l'activité du livre en France, avec l'espoir de susciter discussions et initiatives comparables.

Le prochain numéro sera consacré à une enquête sur la situation de la librairie dans plusieurs pays étrangers, le suivant aux liens entre librairie et édition indépendante.

jacques bonnet

Le commerce du livre : quelques éléments d'histoire

JEAN-GUY BOIN

À sa naissance, voilà plus de cinq siècles, la librairie – on entend par là toute forme de commercialisation du livre – est étroitement liée à l'imprimerie, à tel point qu'il est bien difficile

Inquiet de l'influence possible de cette puissance – maintenant mécaniquement démultipliée – de l'écrit sur les esprits, le pouvoir politique et religieux, a, très vite, institué des pouvoirs de contrôle. Ainsi, au début du XVI^e siècle, se met en place à Paris le « système des privilèges », lequel donne au libraire un monopole sur les textes qu'il diffuse, mais permet une surveillance, ceux-ci étant soumis à une lecture préalable par les autorités de l'Église.

Ensuite, au XVII^e siècle, on limite le nombre des professionnels du livre. Imprimeurs et libraires sont en quelque sorte contingentés – le plus souvent dans les villes importantes –, et l'échange entre producteurs et vendeurs de livres s'effectue dans les foires (la Foire de Francfort naît au XVI^e siècle, mais l'activité qui s'y tenait avait peu à voir avec ce qui s'y passe de nos jours).

Librairies en ville, Foires du livre : la présence du livre dans le reste du pays – les zones rurales, les villages et les bourgs où le livre devait également être présent – était assurée par les colporteurs. Ces derniers, qui étaient en fait des détaillants avec un assortiment peu important, ont facilité l'accès d'un grand nombre d'individus au livre et participé ainsi à ce que l'on nomme aujourd'hui « l'aménagement culturel du territoire ». On peut à tout le moins considérer que leur travail en profondeur a permis une véritable circulation du livre, y compris des Almanachs, des ouvrages de la Bibliothèque Bleue ou, comme l'a montré Robert Darnton, des textes interdits pour raisons politiques ou morales, et souvent importés illégalement de Suisse ou de Hollande.

C'est probablement au XVIII^e siècle qu'il faut se référer pour comprendre l'évolution de ce produit que constitue le livre, de ses métiers et de son économie. Certains des grands écrivains de l'époque se sont penchés sur le statut d'auteur et ses conséquences dans le commerce du livre. Ainsi, Voltaire peut être considéré comme l'un des pères du droit d'auteur à « la française », dans lequel l'œuvre et l'auteur sont au centre du dispositif.

C'est aussi le cas de Diderot et de sa *Lettre sur le commerce de la librairie*, écrite dans les années 1760. Le philosophe a, selon les historiens, rédigé ce texte à la demande des libraires et de ce qui faisait office de syndicat professionnel. Il y évoque l'organisation de la chaîne du livre, son histoire, mais aussi des questions telles que la liberté de création, le rôle du pouvoir, la censure, l'économie du secteur. C'est sans doute la première fois que la définition et le rôle de la librairie sont abordés de façon si développée. On peut ainsi lire : « Un fonds de librairie est donc la possession d'un nombre plus ou moins considérable de livres propres à différents états de la société, et assorti de manière que la vente sûre mais lente des uns, compensée avec avantage par la vente aussi sûre mais plus rapide des autres, favorise l'accroissement de la première possession. Lorsqu'un fonds ne remplit pas toutes ces conditions, il est ruineux. [...] Le fonds est la base de son commerce et de sa fortune, oui, monsieur, la base, c'est un mot qu'il ne faut pas oublier. »

En 2004, le vocabulaire est différent, mais les principes énoncés, sans doute pas. Rédigée aujourd'hui, cette phrase utiliserait des expressions telles que « le catalogue de l'éditeur », « l'assortiment diversifié et dense », ou encore « la péréquation », que celle-ci concerne l'éditeur ou le libraire. Plus loin, Diderot ajoute cette question d'une étonnante modernité : « Un commerçant n'est-il pas grevé par l'oisiveté de ses fonds qui restent en piles dans un magasin ? »

Il est convaincu que l'État doit permettre d'assurer la liberté de création et de diffusion, et s'interroge sur les problèmes liés à l'anarchie du secteur et des conséquences qui en découlent sur le marché, en particulier sur le prix du livre. Il affirme que « l'esprit du commerce » doit prévaloir pour mettre de l'ordre dans la distribu-

tion mais, dans l'hypothèse d'un dispositif éventuel de fixation du prix de vente, il insiste sur la nécessité de bien veiller à son application.

La Révolution française apporte évidemment son lot de transformations. Les corporations sont dissoutes, et le secteur de l'imprimerie et de la librairie peut s'ouvrir à un nombre plus important d'acteurs. C'est aussi la période où le métier d'éditeur tel qu'on l'entend aujourd'hui, c'est-à-dire séparée de la production (l'imprimerie) ou de la vente au détail (la librairie), va se développer. En 1826, Louis Hachette crée sa maison d'édition et, au début du Second Empire, en ouvrant des kiosques de gare – lointains ancêtres de nos Relay (et Payot) – va inaugurer la double activité d'édition et de distribution du livre, via un réseau de détaillants « maison ».

Mais, hormis quelques cas exceptionnels (Flammarion par exemple), la séparation des métiers va se poursuivre, ainsi que le développement des innovations techniques dans la fabrication des livres. Des librairies vont se créer un peu partout. Ainsi, en 1896 à Bordeaux, naît Mollat – aujourd'hui la plus importante librairie indépendante de France.

Naissance du syndicalisme

En 1892, profitant de la loi Waldeck Rousseau qui autorisait les membres d'une même profession à se regrouper en syndicat, se crée la Chambre syndicale des librairies de France sous le nom d'« Union des syndicats des libraires de France ».

De 1914 à 1918, nombre de libraires disparaissent sur les champs de bataille. Puis, entre les deux guerres, la librairie française reprend son activité, au demeurant peu soutenue. La profession vit commercialement au rythme des 33,33% de remise de base pour la littérature générale et des 30% (et 13/12^e) pour le scolaire (ces notions sont-elles si lointaines?).

En 1919, la création de la Maison du livre français (MLF) – qui assurait en tant que grossiste la distribution d'un maximum de livres – reste, selon Maurice Malingue (*Promenades à travers 100 ans de vie syndicale en librairie*, Paris, 1995), un symbole d'une création interprofessionnelle réussie. Pendant un certain temps, cette Maison jouera, aux côtés des Cours du Cercle de la librairie créés au début du xx^e siècle, le rôle d'École de la librairie.

En 1935, tous les libraires de France ou presque se mobilisent pour les « Journées du livre », grande manifestation nationale née à l'initiative de la Chambre syndicale des libraires, et ancêtre de « Lire en fête ».

Puis vint la Seconde Guerre Mondiale, pendant laquelle la vie des libraires fut, bien entendu, difficile. Toute une série de mesures gouvernementales – contrôle de la profession (la « Charte du travail » imposée par Vichy contraignait chaque profession à se doter d'un Comité d'organisation), censure (la liste « Otto » interdisait de présenter et de vendre certains titres) – ainsi que la situation économique du pays – raréfaction de la production (due en particulier aux problèmes d'approvisionnement en papier), difficultés de distribution et de transport –, entravaient notablement l'activité de la librairie.

Après la guerre et jusqu'au début des années soixante-dix, la librairie et l'édition vivent leurs « 25 glorieuses ». Croissance économique (et la hausse du pouvoir d'achat qui en résulte), développement de l'éducation scolaire (et surtout universitaire), création du livre de poche (et l'attrait pour celui-ci d'une clientèle qui ne fréquentait pas les librairies), débats d'idées, querelles d'écoles (littéraires ou autres) : toute cette période est propice au renforcement de la librairie. En outre, avec la création après la guerre de très nombreuses librairies un peu partout en France, la profession s'est rajeunie.

À l'époque, les libraires étaient déjà préoccupés par la question de la fixation du prix du livre et par les divisions au sein de leurs instances représentatives. Un décret du 9 août 1953 sur les ententes menaçait l'existence du prix marqué sur le livre, car il l'assimilait à un tarif imposé, interdit au nom du combat contre les accords professionnels. Ce décret suscita de vifs débats chez les libraires. Mais, rapidement, le conflit avec les pouvoirs publics concernant l'application de ce décret se résorba – un arrêté ministériel du 11 juin 1954 « autorise [les éditeurs] à déterminer librement » les prix de vente au public –, et les années cinquante devinrent « l'ère du prix conseillé », selon l'expression de Maurice Malingue.

Les conflits syndicaux ou les différences d'appréciation sur les politiques professionnelles à mener entre les libraires « classiques » (ceux qui vendaient du livre scolaire) et les autres étaient nombreux, et les scissions syndicales récurrentes. Finalement, en 1959, la Chambre syndicale fut dissoute et la nouvelle organisation – la Fédération française de syndicats de libraires (FFSL) – regroupa toutes les organisations syndicales, que celles-ci soient représentatives de librairies d'une région ou d'une spécialité (scolaire, religieux...).

En 1963, le Syndicat national de l'édition (SNE) publie au Cercle de la librairie une *Monographie de l'édition*. Ce document fait apparaître que l'augmentation de l'effectif de la librairie est très important depuis la fin de la guerre : en 1945, on recense ainsi « 7 790 librairies dont 203 d'assortiment général », contre « 12 000 librairies dont 300 d'assortiment général » en 1961. D'autres sources font état de 27 000 points de vente ; de tout

temps, la question du nombre de librairies a prêté à des interprétations quantitatives de tous ordres.

Avènement de la distribution « moderne »

À côté de ces librairies plutôt prospères – du moins pour celles qui occupent une place de leader dans leur ville ou leur région et dont les propriétaires sont parfois devenus des notables locaux –, apparaissent progressivement des rayons librairies dans ce que l'on nomme des « grandes surfaces » ou à l'intérieur d'un concept d'urbanisme commercial nouveau, les centres commerciaux. Ici règnent le principe du livre-service et celui d'un assortiment limité aux seuls produits à rotation rapide.

Ces modèles de gestion et d'approche de la clientèle sont totalement étrangers à la culture de la librairie que certains se mettent, désormais, à nommer « traditionnelle ». Au début, ce développement des grandes surfaces n'affecte pas sensiblement l'activité des librairies – les clients des premières ne fréquentant guère les secondes. Mais la concurrence devient plus intense lorsqu'apparaissent les hypermarchés (*cf. infra*), dans lesquels les linéaires de livres sont plus importants que dans les supermarchés, et qui élargissent leur offre à d'autres titres que les fameux best-sellers de littérature générale. Il est à noter que ces hypermarchés s'installent dans un paysage commercial français où les pratiques de consommation changent très rapidement et qu'ils bénéficient d'une aura de modernité et d'efficacité qui séduit de nombreux acheteurs.

À l'époque, tous les points de vente s'approvisionnaient chez les éditeurs, les grossistes ou les commissionnaires. La plupart des éditeurs avaient alors un service intégré de « diffusion et distribution », pour reprendre la terminologie actuelle.

Dès le début des années soixante-dix, l'effet de taille devient un enjeu important pour la distribution des éditeurs et donc l'une des priorités de plusieurs d'entre eux. En 1971, Hachette crée le Centre de distribution du livre (CDL) avec ses relais régionaux. De leur côté, les Presses de la Cité, avec leurs Messageries du livre (MDL) et leurs antennes régionales développent également leur service de distribution.

En 1971, Gallimard se sépare de Hachette, lance sa propre collection de poche, Folio, et crée sa propre structure de distribution, la Sodis. Ce prestataire filialisé assure la fonction logistique, rationalisée au mieux, et ses services sont ouverts à Gallimard et à ses filiales (tel Denoël ou Mercure de France) mais aussi à des éditeurs extérieurs. Avec la création du CDL, de la MDL et de la Sodis, puis d'autres à venir, on assiste au développement d'un nouveau métier : le distributeur. Ce nouvel opérateur est devenu un élément décisif de l'organisation et de l'économie de la chaîne du livre.

Dans la même logique, va apparaître le métier de diffuseur. En 1974, est créé le CDE, filiale de Gallimard à destination des éditeurs externes distribués par la Sodis. La distribution étant externalisée, la fonction du diffuseur est d'ani-

mer des forces de vente composées de représentants pour visiter les libraires, travailler les offices (appelés plus tard le «service des nouveautés»), et, normalement, suivre l'évolution des ventes du fonds. Ce travail nécessite une véritable relation avec le libraire et un certain niveau de confiance. De son côté, l'éditeur diffusé se doit de communiquer au diffuseur l'information la plus précise sur sa production. La mutualisation des moyens que l'on attend du diffuseur doit se réaliser dans un équilibre complexe, entre les considérations industrielles de la distribution et le respect d'un produit qui reste artisanal et à considérer au titre par titre.

On peut désormais parler de secteur économique du livre, de par la place qu'il occupe dans l'économie globale du pays et des nouveaux intervenants (distributeurs, diffuseurs) qui participent à la redéfinition des rôles des acteurs de la chaîne du livre et de leurs relations. Pour mémoire, rappelons que durant les travaux du VI^e Plan, les experts ne cessaient de s'interroger sur un éventuel risque: voir la distribution (entendue ici au sens le plus large) conditionner le produit... Concernant le livre, cette question reste aujourd'hui encore probablement valable.

Cette nouvelle forme d'organisation – avec l'arrivée des nouveaux opérateurs destinés à faciliter la circulation du livre – multiplie dans le même temps les interlocuteurs, et rend plus complexe la mise en œuvre de politiques professionnelles au service du plus grand nombre, que ce soit l'action professionnelle collective ou l'action interprofessionnelle.

Ces mutations internes surviennent de concert avec le chamboulement que va produire l'entrée en scène de ce que d'aucuns nomment la «grande distribution», spécialisée ou non, ou encore la «distribution moderne»; le terme «distribution» renvoyant ici aux commerces et non aux outils logistiques évoqués plus haut.

La bataille du prix unique

Revenons en détail sur la situation qui entraîna cet événement capital pour comprendre la situation actuelle de la librairie française: la loi Lang. En 1973, la Fnac fait part de son projet d'implantation, au printemps suivant, d'un magasin dans le quartier Montparnasse (rue de

Rennes, à Paris). Le livre y sera vendu aux côtés des produits habituellement commercialisés par l'enseigne. Créée en 1954 par André Essel et Max Théret, la FNA – devenue Fnac (Fédération nationale d'achat des cadres), glissement sémantique chargé de sens – connaît très rapidement un immense succès. Jusqu'en 1974, ses magasins commercialisent principalement l'électroménager, les disques, ainsi que tout ce qui se rapporte à la photo et au Super-8. Durant ces vingt premières années, de nombreux points de vente ouvrent en France. Ils attirent les couches moyennes de la population, friandes de ces nouveaux instruments du confort de la vie quotidienne qui apparaissent en même temps que leur pouvoir d'achat se développe rapidement. Pour lancer sa formule librairie, la Fnac centre sa communication sur deux points : 100 000 titres en magasin et 20% de rabais systématique sur le prix conseillé.

L'annonce de cette arrivée de la Fnac sur le marché ébranle les professionnels du livre ; chacun pointe le risque qui va peser sur l'avenir des librairies parisiennes d'abord, puis provinciales, au fur et à mesure de l'implantation déjà programmée de la chaîne en province ; certains évoquent le risque d'un opérateur dont la part de marché serait telle qu'elle lui conférerait un pouvoir exorbitant auprès des éditeurs. On craint même que cela puisse, à terme, conduire ces derniers à décider d'éditer tel ou tel ouvrage en fonction de la commande que la Fnac pourrait en faire. C'est le spectre du modèle américain qui ressort ici.

Les hommes politiques sont interpellés, les syndicats professionnels préparent leurs argumentaires. Rapidement, pour parer aux risques encourus par l'arrivée de la Fnac dans le commerce du livre, un consensus se dégage : il faut modifier le système de fixation du prix public.

Le vieux système du prix conseillé n'est en effet plus de mise. Puisque aux yeux de presque tous les libraires il constitue, par sa valeur de prix de référence leur permettant d'annoncer les rabais consentis, un formidable vecteur de communication pour la Fnac, et dans la foulée pour les autres grandes surfaces.

Du côté des éditeurs, les choix sont à peu près arrêtés. Alors que Jérôme Lindon, p.-d. g des éditions de Minuit, crée l'Association pour le prix unique dans les années soixante-dix, le SNE de son côté, après de longs travaux d'élaboration, publie en mai 1977 un rapport, *Le Livre, un produit pas comme les autres*, dans lequel il demande l'instauration d'un système de prix unique. On peut observer que, pour étayer sa position, le SNE s'appuie notamment sur les exemples d'autres pays européens, tels que l'Allemagne ou la Grande-Bretagne (laquelle a connu le dispositif du Net Book Agreement jusqu'en 1995) : le prix unique pratiqué dans ces pays l'était sur la base d'accords professionnels et non d'un texte législatif. Déjà l'Europe... Depuis, constamment et avec force, le SNE a réaffirmé son attachement à ce système de fixation du prix du livre.

Concernant les libraires, la situation est confuse. La Fédération française syndicale de la librairie (FFSL) prend position pour ce qu'elle appelle le « prix

net», c'est-à-dire un prix net de cession aux détaillants, sur lequel chaque libraire pourra appliquer un coefficient multiplicateur conduisant au prix public de vente. Dans ce système, c'est donc le libraire qui fixe le prix de vente de chaque livre dans sa librairie.

À l'opposé de la position des éditeurs, la FFSL défend un système de prix qui, selon elle, «permettra de rémunérer équitablement chaque point de vente, et où chaque libraire pourra mener une authentique politique commerciale au niveau du prix car il est anormal que... l'éditeur décide du meilleur prix de marché». Son *Rapport pour l'amélioration et le développement de la distribution du livre*, adopté à son comité directeur du 24 janvier 1977, développe cette position, complétée par diverses propositions telles l'instauration de la «provision pour mévente» et la définition d'un statut de «libraire professionnel».

Cependant, les libraires n'approuvent pas tous le choix de la FFSL. Ainsi, certains adhèrent à l'association pour le prix unique de Jérôme Lindon, et d'autres expriment leur désaccord sous différentes formes; notamment ceux qui créent, fin 1977, le Groupement pour une librairie différente.

En janvier 1979, le gouvernement (dirigé par Raymond Barre) décide de supprimer le prix conseillé. C'est l'arrêté Monory (le ministre de l'Économie et des Finances d'alors), qui précise que le nouveau système, «le prix net», voulu par la FFSL, sera appliqué à compter du 1^{er} juillet 1979.

Dès l'été 1979, la guerre des prix bat son plein. Les grandes surfaces annoncent des «prix cassés» pour les livres de grande vente. Nombreuses sont les librairies dont les clients viennent s'informer des dernières parutions et partent ensuite acheter les ouvrages à la Fnac ou dans une grande surface.

Aucun organisme professionnel ou public n'a pu mesurer réellement l'impact de cette mesure sur l'économie de la librairie en raison de la brièveté de son application (de 1979 à 1981). Une chose est pourtant certaine: la librairie «traditionnelle» a perdu durablement des parts de marché. Les distributeurs ont pu constater la diminution des achats (tant à l'office que pour les réassorts) de la part des librairies. Parallèlement, l'image de la librairie s'est détériorée, le libraire étant perçu

comme un commerçant dont les prix sont plus élevés que dans « la distribution moderne ».

Les débats professionnels sont tendus, la presse publie de multiples dossiers consacrés à l'économie du livre. Les partisans d'un système de prix unique décident d'en appeler une nouvelle fois aux hommes politiques. Les principaux candidats à l'élection présidentielle de 1981 sont interrogés sur le sujet. À l'exception de Valéry Giscard d'Estaing, ils prennent position en faveur du prix unique pour le livre, en particulier François Mitterrand et Jacques Chirac.

La loi Lang

En 1981, avec l'élection du candidat socialiste, le sort du prix du livre est scellé. Très rapidement, un texte de loi est élaboré; il est voté en juillet et promulgué le 10 août. À compter du 1^{er} janvier 1982, le prix du livre sera fixé par l'éditeur ou l'importateur.

Le contenu du dispositif est simple. Sur le prix public du livre, le détaillant peut appliquer un rabais maximum de 5% aux clients. Des exceptions à ce principe sont prévues pour les ventes aux collectivités (ici, les bibliothèques sont principalement visées) et pour les ventes d'ouvrages scolaires.

De même, la vente par un club peut, neuf mois après la première parution, être réalisée à un prix inférieur au prix public de l'éditeur. Quelques autres exceptions existent également (soldes, régime particulier pour les départements d'outre-mer...), mais n'affectent pas l'économie générale du système. Revenons tout de même sur l'article 3 de la loi dite Lang (du nom de son initiateur), au moins sur son alinéa 2. Les possibilités de rabais qui existent en faveur des collectivités ont été officiellement prévues dans le souci de ne pas entraver le développement de la lecture publique (dans les bibliothèques municipales, départementales ou encore celle des comités d'entreprise) et de ne pas réduire celui, annoncé, des acquisitions d'ouvrages par les bibliothèques universitaires.

L'intention était louable et, d'un strict point de vue micro-économique, pouvait se justifier. Pourtant, très vite, cette disposition a montré qu'elle générerait de nombreux effets pervers. Au fil des années, les marchés des collectivités ont été servis de plus en plus par les grossistes ou les très importantes librairies. Pour les autres librairies, les pertes de marché étaient énormes. Plus grave, la relation entre libraires et bibliothécaires locaux était cassée, alors même que chacun connaît l'importance d'un travail commun entre ces deux opérateurs pour atteindre tous les publics du livre. La logique du « moins-disant » l'emportait sur toute autre considération.

Cette observation de la dégradation entre libraires et bibliothécaires peut être étendue à la relation entre la librairie et l'école. Cette dernière, dans la même logique de « moins-disant », s'est tournée plus naturellement vers des opérateurs qui lui offraient des prix plus bas que ceux consentis par les libraires. Le travail en faveur de la diffusion du livre mené localement, dans les

quartiers des grandes agglomérations ou dans les villes de taille plus modeste par chacun de ces « médiateurs du livre » s'est alors effectué de façon de plus en plus isolée.

Bien sûr, certains libraires ont aligné leurs conditions de prix aux collectivités sur celles des grossistes ou de leurs grands concurrents. L'équilibre même de leur entreprise en a été affecté, dans la mesure où la marge nette qui leur revenait ne couvrait qu'à peine, voire pas du tout, les charges directes et indirectes générées par ces opérations commerciales.

Rapidement, les syndicats de libraires – rappelons que les débats sur le prix du livre des années soixante-dix ont durablement divisé la profession, et que celle-ci s'est trouvée éclatée entre différentes structures syndicales jusqu'à l'apparition, en 1999, du Syndicat de la librairie française (SLF), aujourd'hui la plus importante organisation de libraires – ont demandé un aménagement de cette disposition. Le SNE les a rapidement rejoints dans cette démarche.

C'est au moment du large débat sur la question du « droit de prêt » qu'une solution a pu être envisagée. À l'initiative de la Direction du livre et de la lecture, au ministère de la Culture, la question des rabais aux collectivités a été jointe à celle du « droit de prêt ». C'est finalement une loi de juin 2003 qui, outre l'instauration d'un système de rémunération des ayants droit pour le prêt, a prévu un plafonnement des rabais pour les collectivités à hauteur de 9% du prix public.

L'alinéa 1 de l'article 3 de la loi Lang qui concerne le livre scolaire n'a pas été, lui, modifié. Cependant, un décret publié en août 2004 précise la définition du livre scolaire; ce qui devrait conduire à circonscrire les conditions d'octroi de rabais à des achats correspondant véritablement à des programmes d'enseignement.

Vingt-deux ans après

Plus de deux décennies après sa mise en application, quel bilan peut-on faire de la loi Lang?

D'un strict point de vue statistique, on observe qu'elle n'a pas eu les effets inflationnistes annoncés par ses détracteurs de l'époque: le prix du livre n'a sensiblement pas davantage augmenté que celui des autres

produits de consommation courante. Alors que le tirage moyen a baissé de façon continue depuis de nombreuses années, les progrès des technologies de fabrication – qui ont permis de contenir la hausse du prix de revient unitaire – alliés aux efforts de gestion des éditeurs ont permis de contenir la hausse du prix public. Cette évolution apporte un cinglant démenti à ceux qui voyaient dans ce dispositif de prix unique une rente pour les professionnels, au détriment des intérêts des consommateurs.

Patrice Cahart, dans *Le livre français a-t-il un avenir?* (La Documentation Française, 1988), ouvrage rédigé au terme de la mission d'évaluation du système de prix unique que lui avait confiée François Léotard, ministre de la Culture de l'époque, analyse très justement les variations du prix public du livre en tenant compte de l'évolution des conditions de marché, du système de fixation du prix et de celle des coûts de production. Sa conclusion est que la loi Lang n'a eu qu'un effet limité sur les augmentations de prix.

L'économiste François Rouet, quant à lui, dans son ouvrage *Le Livre, Mutations d'une industrie culturelle* (La Documentation française, 2000), explique avec moult détails qu'une concurrence sur les prix des ouvrages de forte vente conduit nécessairement à un renchérissement des autres ouvrages, à une concentration du commerce du livre, à une diminution de la production et donc, très vite, à une augmentation générale des coûts de revient et donc du prix de vente du livre. On retrouve Diderot...

À titre d'illustration, on peut noter que selon l'Insee le prix du livre (toutes catégories confondues) a augmenté de 1,3% en 2003, alors que l'indice général des prix à la consommation a été de 2,1%.

Durant cette même période, la production de livres a notablement augmenté: en 1981, l'enquête annuelle menée par le SNE concluait à une production de 13 221 « nouveautés et nouvelles éditions » dans l'année. En 2003, la même enquête retient le chiffre de 30 802 ouvrages, soit une progression de 133%, ou, en d'autres termes une multiplication par 2,3. Une autre source (la Bibliographie de la France) indique 20 755 « notices annoncées » pour 1981, alors qu'Electre déclare 44 145 nouveautés et nouvelles éditions pour 2003.

Ces chiffres, certes différents du fait de l'hétérogénéité des sources statistiques, témoignent d'une tendance incontestable: l'offre de livres a fortement cru. Les spécialistes des industries culturelles s'accordent à dire que celle-ci relève de ce qu'ils appellent une économie de l'offre et que le livre – première des industries culturelles par le niveau de son chiffre d'affaires – s'inscrit pleinement dans cette économie. La hausse de la production de titres doit se mesurer à l'aune de cette considération et on peut en conclure que la loi Lang n'a pas – bien au contraire – restreint le choix du consommateur. L'augmentation mesurée du prix du livre et la hausse de la production de nouveautés sont deux indicateurs déterminants pour attester le bien fondé de la loi Lang du point de vue du consommateur. Aujourd'hui, la concurrence ne s'exerce donc pas sur le prix, mais sur les services – au premier rang desquels la variété de l'assortiment et donc la compétence du libraire.

Souvent, lors des débats qui ont précédé son adaptation, les détracteurs, voire les soutiens, d'un système de prix unique ont présenté ce dispositif comme destiné à préserver «le petit commerce». Les plus avertis indiquaient de leur côté que ce dispositif devait permettre de maintenir la densité du nombre de points de vente du livre. Cette densité permet la présence et l'accès large à tous les produits pour tous les publics, elle favorise donc la possibilité d'une plus grande diversité de la création éditoriale.

Justement, concernant la production éditoriale, qu'observe-t-on vingt ans plus tard?

On a évoqué la hausse de la production et le nombre des maisons d'édition, notamment de taille modeste, qui reste très important (plusieurs milliers) même si leur accès au marché par le biais des structures de diffusion et de distribution n'est pas toujours aisé. La très forte concentration dans l'édition se traduit en particulier par le fait que deux groupes (Hachette et Editis) représentent – selon les données de l'étude réalisée en 2003 par la direction de la Concurrence à la Commission européenne – plus des deux tiers du marché via leurs structures de distribution. Il s'agit là d'un pourcentage global. Selon une enquête du SLF, menée en 2002 auprès de ses adhérents, essentiellement des libraires du premier niveau, ce chiffre se situerait entre 20% et 60%. Ce que confirme l'OEL (*cf. infra*), qui indique une part de 45% pour les deux premiers distributeurs, chez les libraires de premier niveau. Cependant, pour l'heure, tout se passe comme si ce vaste mouvement de concentration – qui ne semble pas devoir se ralentir dans les années à venir – n'avait pas d'incidence sur la concurrence entre les maisons d'édition, y compris entre les marques éditoriales d'un même groupe. Les historiens citent ainsi volontiers Hachette comme le symbole d'une «culture d'indépendance» des entités éditoriales qu'il regroupe, à condition que l'équilibre de gestion soit respecté.

Chacun ne peut que souhaiter voir cette concurrence éditoriale, y compris intragroupe, perdurer. C'est effectivement l'une des conditions essentielles pour que le «système livre» tel qu'il fonctionne actuellement en France n'implose pas.

Les librairies «traditionnelles», vingt ans après la loi Lang, sont au seuil d'un avenir incertain. En 2002, selon

l'enquête TNS-Sofres réalisée pour l'Observatoire de l'économie du livre (OEL) au Centre national du livre, elles réalisaient 28,2% des achats d'ouvrages exprimés en valeur, quand 20,3% et 18,9% de ces achats sont réalisés respectivement dans les grandes surfaces spécialisées et non-spécialisées (dont les hypermarchés). Les ventes par les librairies virtuelles étaient pour la même année de l'ordre de 2,2% et celle des grands magasins de 1,1%. Ramenée à ces canaux de vente en magasin (et donc hors clubs, courtage...), la part de la librairie ressort à près de 40% du total.

Ces chiffres reflètent une réalité globale qui ne peut être discutée, mais la structure de la production et des marchés du livre est, on le sait, très complexe. Les domaines éditoriaux comme le scolaire, le STM (sciences, techniques, médecine) ou le droit, par exemple, ont une répartition des ventes par canal très différente de celle de la littérature générale. Dans ce dernier domaine, les diffuseurs confirment que la part de la librairie dépasse sensiblement les 50% du total. Ce pourcentage est encore plus élevé pour les ouvrages de sciences humaines et ceux de littérature à cadence de vente lente.

L'OEL a réalisé, sur l'exercice 2003, une enquête relative à la situation économique des librairies de premier niveau. Il y apparaît que la rentabilité de ces structures s'est améliorée depuis l'enquête précédente, qui date de 1992, même si le résultat net comptable moyen reste significativement inférieur à celui du commerce en général.

Cette amélioration est la résultante de différents facteurs contradictoires. D'un côté, la hausse des taux de remise moyens obtenus auprès des éditeurs ou de leurs diffuseurs et la forte baisse des frais financiers liée à la baisse générale des taux bancaires depuis un certain nombre d'années; de l'autre, la hausse des charges externes tels que les loyers et les coûts de transport – deux variables indépendantes de la gestion du libraire. De nombreux observateurs du secteur insistent sur l'amélioration de la gestion qui est un point déterminant pour l'avenir de la librairie. Ces efforts de gestion et le développement des services qui sont offerts aux clientèles sont autant d'éléments d'accompagnement de la mise en œuvre de la loi Lang.

Il faut toutefois se garder de tout excès d'optimisme car la situation des autres «niveaux» de librairies est, elle, difficile.

On peut tout de même observer que si le prix unique est une condition nécessaire à la dynamique du secteur du livre, elle ne saurait être suffisante. La loi Lang constitue un cadre global dans lequel les différents acteurs de la chaîne, et en tout premier lieu les libraires, doivent en être particulièrement actifs s'ils veulent que ses effets soient réellement bénéfiques.

En amont de la librairie

La librairie dépend de manière globale de la production éditoriale et, au quotidien, de sa fourniture – c'est-à-dire de la diffusion/distribution. Or, dans ce domaine, beaucoup de choses ont changé en vingt ans.

À l'évidence, la place des outils de diffusion et de distribution est aujourd'hui décisive pour que tous les livres aient leur chance de rencontrer un public. En termes de volume, le nombre de nouveaux titres parus a été multiplié par plus de 2 depuis 20 ans (supérieur à 44 000 en 2003 selon la base Electre). Les statistiques du SNE indiquent que le nombre d'exemplaires produits s'est élevé, toujours en 2003, à 533 millions d'exemplaires (dont 308 millions pour les nouveautés), contre 362 millions (dont 161 millions de nouveautés) en 1982. Aux 371 éditeurs qui ont constitué l'échantillon de la dernière enquête du SNE, il faut ajouter plusieurs milliers d'autres « petits » éditeurs; le nombre de points de vente de livres reste, lui, difficile à déterminer, mais le chiffre de 25 000 est régulièrement indiqué par les professionnels.

Ces chiffres, auxquels il faut rajouter les 600 000 ouvrages actuellement disponibles, font du commerce du livre un cas économique unique par sa complexité. Les librairies doivent donc passer pour la plus grande partie de leurs achats par des diffuseurs et des distributeurs toujours plus gros. Éric Delafon, président de la commission Circuit du livre et du groupe Distributeurs du SNE, écrit en 2003 dans le rapport *L'Édition en perspective* que: « 2 400 éditeurs [travaillent avec] 190 diffuseurs/distributeurs mais [que] 10 distributeurs seulement assurent les flux financiers de 90 % de la production éditoriale ».

Les diffuseurs/distributeurs sont les véritables interfaces entre les éditeurs et les libraires; ce qui peut conduire à éloigner les premiers des seconds et donc à appauvrir la connaissance fine des politiques et de la production éditoriale.

La plupart des éditeurs publiant de façon régulière cherchent à recourir aux services de ces structures; la rentabilité aléatoire des plus petits distributeurs les conduit à se retourner vers les plus gros qui sont presque tous des filiales, ou départements, d'éditeurs de taille importante. La concentration de ces interfaces ne pourra que se poursuivre.

Les libraires ont là un rôle très important à jouer pour que leur relation avec les diffuseurs/distributeurs soit de telle nature qu'ils puissent rester maîtres de leurs assortiments et maintenir une relation qualitative avec les éditeurs, afin de disposer d'informations venant

directement de la source. La rationalisation permanente des outils logistiques, les investissements très élevés que les diffuseurs/distributeurs doivent régulièrement engager et l'étendue des catalogues à défendre par les équipes de vente des diffuseurs ne doivent pas conduire à ce risque de dilution de la relation intime entre tous les acteurs de la chaîne du livre.

Le danger serait grand de voir la logique industrielle et financière l'emporter totalement, au détriment du particularisme culturel de l'activité.

Si les diffuseurs et les distributeurs sont conscients de la nécessité de cette solidarité de la chaîne, il n'en reste pas moins que la recherche de ces équilibres doit être l'affaire de tous. Les initiatives interprofessionnelles allant vers le développement d'outils permettant une réelle communication entre les personnes et une véritable fluidité des mouvements participent de cette recherche. À ce titre, Electre et Dilicom, mais également d'autres opérateurs techniques, sont des acteurs dont le rôle se développera nécessairement dans les années à venir.

Mais tout cela se révélera insuffisant si la qualification et le dynamisme des libraires venaient à se réduire. La période qui s'annonce demande plus que jamais aux libraires d'être capables de maîtriser leur activité et de se montrer les acteurs déterminés d'une coopération interprofessionnelle devenue vitale pour l'avenir du livre.

Le circuit du livre.

**La diffusion
du livre
désigne**

**l'ensemble des opérations
commerciales et marketing mises
en œuvre par les éditeurs,
dans les différents réseaux de vente.**

**Elle répond à l'obligation
contractuelle d'assurer aux œuvres
des auteurs
«une exploitation permanente
et suivie, conformément aux usages
de la profession» (CPI, article L 132-
12). Elle s'intègre donc en aval de la
création éditoriale et en amont des
flux logistiques et financiers**

L'évolution de la diffusion

BRUNO CAILLET

Directeur commercial
Éditions Gallimard

Pour agir dans les points de vente, la diffusion s'appuie sur des équipes de représentants, spécialisées par grands circuits (librairies, hypermarchés, supermarchés) et par zones (France, export). Le circuit des librairies est segmenté par niveau, deux ou trois selon les diffuseurs, les grandes surfaces multimédia (GSM) étant traditionnellement rattachées au premier niveau.

Une organisation et des structures complexes...

- Les éditeurs qui en ont le potentiel organisent la couverture des librairies de premier niveau selon deux schémas principaux:
 - la diffusion exclusive de leurs ouvrages à travers un département commercial regroupant une ou plusieurs équipes (1 pour Albin Michel, Actes Sud, 3 pour Gallimard, etc.);
 - la diffusion partagée de leurs ouvrages avec des éditeurs tiers par une structure de diffusion (Flammarion) ou une filiale de diffusion-distribution (Volumen pour La Martinière/Le Seuil). Les équipes de représentants sont alors regroupées par grands domaines, par exemple: Littérature, Pratique, Loisirs, Jeunesse...

Certains groupes font coexister ces deux schémas pour maintenir le dynamisme propre à chaque système. Il existe également dans le scolaire des équipes de représentants visitant à la fois les librairies et les hypermarchés.

Pour ce qui est du deuxième niveau, ces éditeurs font appel à des équipes communes soit organisées en filiale (FED pour Gallimard) soit intégrées à une structure de diffusion-distribution (Interforum pour Editis).

- Les éditeurs qui n'ont pas le potentiel suffisant pour créer leur propre équipe 1^{er} niveau se tournent vers des sociétés spécialisées qui traitent tous les réseaux de ventes en s'appuyant sur un distributeur unique. Ces sociétés peuvent être indépendantes (Harmonia Mundi), filiales de groupe d'édition (CDE pour Gallimard, SOFEDIS pour Bayard).

Certains éditeurs choisissent de s'associer, comme Delcourt et Soleil qui, à travers Delsol, couvrent le premier niveau, sous-traitant le reste à Hachette.

- Enfin, l'accès à certains points de vente que l'on désigne parfois comme le 3^e niveau (petites maisons de la presse, supermarchés, magasins populaires...) est assuré par les équipes de diffusion des deux plus grands groupes qui jouent alors, pour le reste de la profession, le rôle de grossiste (LDS pour Hachette, DIL pour Interforum) ainsi que par DNL mais uniquement pour les supermarchés.

Sur la région parisienne, la SFL et la Générale du Livre ont également développé des opérations de ventes aux collectivités parallèlement à leur activité de grossistes. Elles assurent par ailleurs un appui logistique pour certains sites de vente en ligne: FNAC.COM pour SFL et ALAPAGE pour la Générale du Livre. Au niveau régional, certains libraires ou dépositaires sont également grossistes comme Les Trois Épis à Brive, Charpentier à Bordeaux, Mariani Pinelli sur le Sud-Est, Poulain à Toulouse.

Il ne faut pas sous estimer l'importance de ces circuits qui permettent d'élargir la distribution numérique d'un ouvrage ou d'une collection, et peuvent représenter une part considérable de leur chiffre d'affaire.

À l'image des réseaux de vente

Il est difficile de se faire une idée très précise du poids des différents circuits en France et de leur évolution compte tenu de l'extrême hétérogénéité des quelque 6 000 points de vente «réguliers» du livre. Les panels qui analysent les «sorties de caisses» donnent une information assez fiable mais sur un périmètre limité. Seule la SOFRES couvre l'ensemble du marché y compris VPC, clubs, solderies, etc., mais en se fondant sur des déclarations d'achats.

Sur les 4 dernières années, la part de la vente au détail a augmenté et représente les deux tiers du total. On peut la regrouper en trois ensembles:

- librairies et maisons de la presse, qui constituent le premier réseau avec 41% du marché dont 28% pour la librairie et 13% pour les maisons de la presse (y compris Relay où le livre est présent dans près de 500 points de vente);

- grandes surfaces multimedia (GSM) type Fnac qui représentent 30% du marché.

—et les hypermarchés, supermarchés et magasins populaires (Monoprix): 29%.

LE DÉVELOPPEMENT DES HYPERMARCHÉS ET DES GSME

Pour ces deux types de points de vente généralistes, le livre présente l'avantage d'apporter une image forte et un taux de marge supérieur à ceux du disque ou de la vidéo. De plus, par rapport aux baisses enregistrées par ces deux dernières catégories, l'activité du livre est relativement stable.

Les investissements dédiés aux livres y sont donc en progression, en termes d'informatisation et d'opérations publi-promotionnelles.

- Les hypermarchés, dont le nombre est stabilisé autour de 1 000 en France, se caractérisent par un assortiment court (20 000 références pour les plus gros hypermarchés, 5 000 références en moyenne) et une centralisation des assortiments et des opérations promotionnelles. Le prix de vente moyen est faible (- de 10 euros) et la part du poche, du livre de jeunesse, des encyclopédies et dictionnaires, et du parascolaire est prépondérante. Le poids du livre dans le CA total des hypermarchés représente environ 1%.

- Les GSM comptent environ 190 points de vente en 2003. L'assortiment y est plus large et couvre pratiquement tous les domaines de l'édition; le livre représente de 20 à 25% du chiffre d'affaire total. Une partie des opérations promotionnelles se négocie nationalement avec des acheteurs professionnels. Leur croissance est dopée par une politique d'ouvertures soutenue: les deux tiers des ouvertures de librairies pour les deux dernières années.

Avec 60 magasins, la Fnac réalise plus de la moitié du chiffre d'affaires des GSM, suivie par les Espaces Culturels Leclerc (62 points de vente). Virgin se situe en 3^e position: 33 magasins après la reprise d'Extrapole auxquels il faut associer le Furet du Nord (11 magasins). La chaîne Cultura, lancée en 1998, compte déjà 18 magasins situés principalement en périphérie des villes.

En 2003, la progression des hypermarchés serait de 3% environ, celle des GSM, de 2% (source *Livres Hebdo/ I+C*).

- Les supermarchés et les magasins populaires, dont l'assortiment est très restreint bénéficient de

l'essor du commerce de proximité et concurrencent plus directement les librairies de petites tailles.

RETRAIT SENSIBLE DE LA LIBRAIRIE

Face aux canaux précédents, la capacité de résistance et de développement des libraires est fonction de leur localisation, de leur degré de spécialisation et de leur taille. Leur savoir-faire en terme d'animation culturelle joue également un rôle important pour fidéliser ou créer une clientèle. Leur assortiment est très variable: 100 000 références pour les plus importantes librairies, 50 000 pour les moyennes, 10 000 pour les petites.

Il est difficile de mesurer l'évolution par «niveaux», leur périmètre n'étant pas le même par panels et également différent selon les diffuseurs. De fait, l'appartenance au 1^{er} ou au 2^e niveau n'est pas uniquement liée à un potentiel de chiffre d'affaires. Elle dépend également de la capacité des libraires à recevoir les représentants des éditeurs/diffuseurs et à présenter une partie plus ou moins large de leur programme. Si on se limite aux équipes des principaux groupes d'édition, ces visites concernent de 35 à 40 représentants pour les librairies de 1^{er} niveau, contre 5 à 10 pour le 2^e niveau.

Sur les 4 dernières années, les librairies auraient reculé de 6 points face aux hypermarchés et aux GMS. Cette baisse semble toucher plus particulièrement le 2^e niveau, le 1^{er} niveau restant à peu près en phase avec le marché, que la conjoncture soit très favorable comme en 2000 (marché à +5%) ou stable comme en 2003 (marché à +1%).

Quelles sont les options dans ce contexte concurrentiel?

- s'agrandir pour consolider ses points forts comme Ombres Blanches à Toulouse, Kléber à Strasbourg, Mollat à Bordeaux;
- se renforcer dans un secteur comme la Bande Dessinée pour la chaîne Album (18 points de vente après la reprise de Artes auxquels il faut ajouter 12 librairies générales);
- se développer sur des segments porteurs comme la Jeunesse (Les Enfants de Dialogues à Brest; Polymômes à Montpellier);
- se regrouper autour d'une enseigne comme Privat (32 magasins) qui propose également des possibilités de franchise;
- s'associer pour mettre en commun des expériences et des moyens («Libraires Ensemble», «Autour du Livre») ou des compétences («Librairies Initiales»);
- se rassembler par conviction (ALEF: Association des Librairies Ésotériques Francophones, SLLR: Syndicat des Libraires de Littérature Religieuse).

Avec en moyenne une douzaine d'ouvertures par an sur les 3 dernières années, ce circuit montre qu'il reste très dynamique. Il faut signaler que l'ADELC (Association pour le Développement de la Librairie de Création) traite 35 à 40 dossiers par an et aide une vingtaine de librairies chaque

année. De plus, pour les petits points de vente, le Cercle de la Librairie propose de financer une partie de leur informatisation ainsi qu'un accès économique au fichier interprofessionnel Electre.

L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX TYPES DE POINTS DE VENTE

Depuis quelques années, on constate le développement de l'espace consacré aux livres pratiques dans les linéaires de certaines enseignes spécialistes du non alimentaire (jardinage, bricolage, bien-être...). Leur offre se concentre sur les rotations les plus fortes. De la même manière, l'univers de l'enfance est au cœur de l'offre proposée par les chaînes comme Fnac Junior/Éveil et Jeux, Apache et Toys R'Us, qui connaissent une croissance soutenue à la fois interne et externe.

Le commerce en ligne représenterait pour l'année 2003 entre 2 et 3 % du volume total. Les achats hors de France, ainsi que les ventes des fonds, de livres anciens ou d'occasion, constituent une part importante de leur activité. Leur principale difficulté reste de convertir en acheteurs les internautes qui fréquentent assidûment leur site. Amazon.fr a pris la première place suivie de Fnac.com et Alapage.fr

Des équipes de ventes en mutation

Le principal travail du représentant est d'assurer la mise en place du programme éditorial en trouvant le meilleur équilibre entre ses objectifs et le potentiel de vente de ses clients. Cette fonction n'est pas toujours facile, compte tenu de l'augmentation du nombre de nouveautés et nouvelles éditions, qui a presque doublé en 10 ans (plus de 44000 en 2003 contre 24000 en 1994).

Cela se traduit par :

– une rotation plus élevée sur les tables avec une espérance de vie de 3 mois au maximum, en cas de vente faible ou moyenne (« une nouveauté chasse l'autre »),

– des taux de retour élevés (25 % en 1999 ; 21 % en 2003 du fait d'une meilleure conjoncture), ce qui pénalise l'ensemble de la chaîne du livre,

– et en amont, des tirages moyens en baisse (de 10000 exemplaires en 1990 à un peu plus de 7000 en 2002), d'où une plus grande vigilance en ce qui concerne les mises en place.

Dans cet environnement fortement concurrentiel, la maîtrise de l'information est un facteur clé de succès. En effet, compte tenu de la centralisation des décisions ou des modalités de référencement dans les hypermarchés ou les GSM (qui représentent plus d'une vente sur deux), il est indispensable pour les diffuseurs de disposer de l'information :

- le plus en amont possible: 3 à 6 mois sont nécessaires, selon les circuits, afin de pouvoir intégrer les délais liés au référencement dans les chaînes ou d'être retenus dans les opérations publi-promotionnelles;

- de façon exhaustive: titre, auteur, prix, code, résumé, date de mise en vente, PLV, etc. ;

- de façon fiable: tout retard ou information incomplète compliquera la bonne mise en place des livres.

Celle-ci doit par ailleurs s'intégrer dans le flux logistique des «offices» qui sont d'environ 40 par an pour les principaux distributeurs (actuellement et en moyenne, 4 offices par mois au lieu de 3 auparavant). La mise en place des 35 heures chez les distributeurs, les diffuseurs et les libraires rend cet exercice encore plus délicat et génère des tensions réelles.

Mais le représentant est également «un fournisseur d'information» dans d'autres domaines :

- information sur les performances des collections ou des ouvrages dont il a la responsabilité, chez ses clients;

- information sur l'évolution des marchés, afin que les libraires puissent, par exemple, se positionner sur les segments en croissance;

- information sur la façon d'optimiser la présentation des ouvrages, ce qui fait appel aux techniques du merchandising.

Face à cette charge de travail, l'informatisation des librairies a certes facilité les commandes de réassorts ou la gestion du fonds. Encore faut-il que ce fonds soit pertinent et en ligne avec le potentiel du libraire. Le représentant doit donc être également capable d'apprécier cette offre avec son client et de l'adapter à la réalité de la zone de chalandise. Tâche difficile, car certaines collections déterminent aussi l'image de marque d'une librairie et ont une incidence sur la typologie de sa clientèle, sur sa fréquentation, et sur son panier moyen.

Des conditions de vente privilégiant le « qualitatif »

Au-delà de la fixation du prix unique, la loi Lang a encadré les conditions de vente de la diffusion à travers le protocole Cahart signé en 2001 (premier protocole signé, je crois, en 1991 ou 1993 : à vérifier avec Christian). Dans son principe, il établit que les remises «qualitatives» obtenues par un libraire doivent être supérieures aux remises «quantitatives». Un second protocole a été signé en 2001 entre le SNE et le Syndicat de la Librairie Française validant et redéfinissant 8 critères qualitatifs tout en confirmant la nécessité d'intégrer aux conditions générales de vente au minimum 4 de ces critères.

Dans la réalité, comment ce dispositif est-il appliqué? Une analyse des conditions générales de vente de la profession a été réalisée en 2003 à l'initiative de la Commission de Concertation Interprofessionnelle. Dans la majorité des cas, les règles sont respectées par les diffuseurs qui utilisent prioritairement les critères qualitatifs suivants dans leurs conditions générales de ventes:

- inscription du libraire au service de nouveautés;
- participation du libraire aux campagnes de promotions;
- représentativité du fonds éditorial;
- accueil du représentant;
- formation du personnel de la librairie.

Au global, pour les éditeurs ayant répondu au questionnaire, la remise de base est de 27%. Par rapport à ce montant, la moyenne des remises qualitatives se situe autour de 7% et la moyenne des remises quantitatives autour de 4%.

Conclusion

Confrontée à un marché mature, la diffusion s'efforce de s'adapter aux besoins de chaque réseau de ventes. Cela signifie pouvoir répondre à la fois aux demandes de groupes très centralisés et aux besoins de libraires qui, souvent, tirent leur force de leur spécificité. Faut-il pour autant aller vers des éditions «avancées» ou «réservées», ou vers d'autres systèmes de collecteurs qui semblent davantage relever du trade-marketing que d'une politique éditoriale? Au-delà des contraintes légales, c'est finalement à chaque diffuseur de savoir qui il veut avantager.

Dans ce contexte, il est rassurant de voir que les ventes des fonds, pour peu qu'on souhaite les valoriser, font bon ménage avec les ventes plus éphémères mais plus massives des nouveautés. Les GSM ou les sites Internet devraient y voir une opportunité pour compenser la baisse de leurs ventes de CD ou de DVD, si les libraires leur laissent le champ libre.

La demande et l'offre de livres dans les points de vente

FRANÇOISE BENHAMOU

Professeur d'économie à l'université de Rouen et chercheur au M.A.T.I.S.S.E., Université de Paris I

Parmi les pratiques culturelles, la lecture est de celles qui sont les plus indépendantes de la proximité physique de l'offre. Malgré des inégalités

de répartition, le livre est partout accessible, il se meut avec son possesseur; on peut lire en voyageant, en se déplaçant pour travailler, on lit debout, assis, couché: telle est l'extraordinaire plasticité d'une pratique culturelle qui se joue

Le livre sait aussi s'émanciper des considérations d'argent. Sa consommation peut être gratuite (emprunt à une bibliothèque, à un ami) ou payante, et la variété des prix, parfois pour un même titre, permet un accès relativement démocratique, nombre de textes passant en format poche. Comme le note Olivier Donnat¹, 9% des Français n'ont pas de livre à leur domicile en 1997 contre plus d'un quart en 1973. De même 63% en ont acheté un au moins au cours des douze derniers mois en 1997 contre 51% en 1973. On a là les signes positifs d'une certaine démocratisation de l'acte d'achat.

Mieux encore, le consommateur n'est pas forcé de prospecter pour le meilleur prix: chaque titre a un prix fixé par l'éditeur et, compte tenu du dispositif législatif français sur le prix du livre, il n'est point besoin de courir les discounters, sauf pour des livres de plus de deux ans, afin de trouver la bonne affaire. Notons enfin l'extraordinaire variété de l'offre, presque trop grande, parfois intimidante, mais qui agit en promesse de satisfaction.

Voilà qui devrait inciter à l'optimisme. On peut ajouter que le livre a su déjouer les pièges de la compétition des autres supports. Comme le notait Roger Char-

tier², «le plus probable pour les décennies à venir est la coexistence, qui ne sera pas forcément pacifique, entre les deux formes du livre et les trois modes d'inscription et de communication des textes: l'écriture manuscrite, la publication imprimée, la textualité électronique». Les nouvelles technologies sont sans doute une menace pour le format papier de certains livres «lourds» comme les encyclopédies et les dictionnaires³. Pour la grande majorité des titres, la coexistence anticipée par Roger Chartier est des plus probables et peut même s'avérer vertueuse, en créant notamment de nouveaux modes de diffusion de l'information sur l'offre disponible et sur sa qualité.

Tels sont donc là quelques-uns des signaux de la vitalité du livre, dont a pu attester à sa manière le vif intérêt des banquiers, lors de la cession de la branche éditoriale du groupe Vivendi Universal, pour les placements assez sûrs que ce secteur d'activité autorise.

La lecture. Déterminismes sociologiques et pratiques effectives

Les statistiques de lecture conduisent néanmoins à un constat nuancé. L'étude citée plus haut montre que le pourcentage des «gros lecteurs» s'effrite. Le pourcentage des Français de plus de quinze ans qui lisent plus de deux livres par mois passe de 22% en 1973 à 14% en 1997; le cercle des gros lecteurs se restreint donc, ce qui ne saurait manquer d'inquiéter les éditeurs et qui pose la question ô combien difficile des origines de ce «désamour»: concurrence des autres médias, manque de temps libre, manque de repères sur la qualité des titres, tels sont certains des arguments généralement avancés.

Une autre étude sur la lecture montre que, tandis que 27% des individus de quinze ans et plus déclarent spontanément lire un livre au moins par mois, 42% d'entre eux disent qu'ils ne lisent jamais de livre. Le chiffre est impressionnant et rassemble sans doute les vrais non-lecteurs et quelques autres qui sont si peu sensibles à l'importance de la lecture... qu'ils en «oublient» le livre lu dans les mois qui précèdent. C'est ce que révèle une étude menée par l'INSEE en 2001⁴, qui montre la permanence des caractéristiques socio-économiques et socioculturelles relativement élitistes des lecteurs. L'auteur rappelle le constat récurrent de la concentration des gros lecteurs (plus d'un

*La demande
et l'offre de livres
dans les points
de vente*

françoise benhamou

1. Olivier DONNAT, «Pratiques culturelles. Grandes tendances», in CORDELLIER S. et NETTER S., *L'état de la France*, Paris, La Découverte, 2002, p. 155-159.

2. Roger CHARTIER, *Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique*, Paris, Bibliothèque publique d'information, Centre Georges Pompidou, 2001.

3. Sur ce point voir le remarquable ouvrage de SHAPIRO C. et VARIAN H.R., *Économie de l'information*, Bruxelles, De Boeck, 1999.

4. MICHAUDON H., «La lecture, une affaire de famille», *INSEE Première*, 777, mai 2001.

livre par mois) parmi les cadres, les diplômés du supérieur et les ménages les plus aisés, l'aisance matérielle jouant un rôle moindre que la dotation en capital culturel: «Plus que l'aisance financière, c'est le diplôme parental qui joue fortement sur la pratique de la lecture par les enfants. La part d'enfants lecteurs parmi ceux dont les deux parents n'avaient aucun diplôme est ainsi de 47%, alors qu'elle atteint 79% pour les enfants dont un parent avait au moins le baccalauréat».

De là à renoncer à toute action de sensibilisation au prétexte des déterminismes sociologiques, il n'y a qu'un pas... qu'il convient de ne pas franchir. En effet, si le fait d'avoir été un lecteur régulier dès l'enfance accroît considérablement la probabilité de le rester, toute chance de devenir un lecteur lorsqu'on n'a pas lu dans l'enfance n'est pas abolie: l'étude souligne que 36% de ceux qui ne lisaient pas entre huit et douze ans s'y sont (un peu) mis ultérieurement; l'étude montre aussi que les liens entre le livre et l'école se sont quelque peu distendus, notamment à la faveur de l'essor des disciplines techniques et scientifiques. L'interprétation de ce constat est ambivalente: il révèle tout à la fois une moindre efficacité, et peut-être même une moindre implication de l'école pour développer le goût et la pratique de la lecture, ce qui a un effet négatif sur les pratiques effectives, mais à l'inverse il témoigne de ce que la lecture s'émancipe pour une part de ses connotations scolaires, ouvrant des perspectives de développement de cette pratique chez des individus qui l'avaient associée à la sanction institutionnelle, peut-être même à l'échec, plutôt qu'au plaisir.

Proximité et diversité de l'offre

Ces quelques résultats, dont certains ne font que montrer que les inégalités déjà fortes il y a vingt ou trente ans ne se sont pas effacées, permettent de dessiner des perspectives sur la fonction de la librairie. On voit en effet que l'école et la famille, malgré leur rôle crucial, ne résument pas l'ensemble des incitations à la lecture; on aperçoit implicitement la fonction essentielle de la proximité, du contact avec le livre. Cela enseigne, puisqu'il en est toujours besoin, que la pluralité et la variété des occasions et des lieux qui mettent l'individu en présence de livres jouent un rôle crucial. Pluralité, parce que tous les lieux n'offrent pas le même fonds, et ne l'offrent pas de la même manière; variété géographique, puisque le libraire, par sa proximité, permet un contact immédiat, d'impulsion ou de réflexion, avec le livre. Le libraire est un de ces passeurs en charge de la familiarisation avec le livre. En accompagnant ce contact de ses conseils, de sa présence, de ses choix de présentation, il bouscule la relation individuelle avec le livre, il dépasse la solitude du choix, il aide à limiter le risque d'erreur et de déception. Il est complémentaire en cela des autres points de vente, du point de vue de l'expression de la demande.

Du point de vue de l'offre, la complémentarité entre les différents types de points de vente est plus forte encore. Parmi les grandes catégories de livres (littérature générale, jeunesse, beaux livres, livres pratiques, bandes dessinées, livres éducatifs, livres universitaires et professionnels, ouvrages de référence, fasci-

cules), toutes ne sont pas également représentées par tous les détaillants, sans compter que, comme le notait la Commission européenne dans son étude des conditions de la concurrence dans le commerce de livre en France, au sujet de la vente éventuelle de l'ex-Vivendi Universal Publishing au groupe Lagardère⁵, ces catégories sont elles-mêmes fortement segmentées selon des variables de genre et de format. Compte tenu des profils des acheteurs, les détaillants des grandes surfaces et les librairies de niveau 1, 2 ou 3 tendent à reproduire et à renforcer les segmentations observées au niveau de l'édition.

En 2001, les ventes de livres étaient assurées à 18,4% en valeur et 16,6% en volume par les librairies; pour les grandes surfaces spécialisées, telles les Fnac, les deux pourcentages étaient très proches: 20 et 19,3%. En revanche pour les grandes surfaces non spécialisées, ils étaient respectivement de 18,4 et 24,1%⁶. Dans le premier cas le décalage en pourcentage montre qu'en moyenne les librairies vendent des livres au prix plus élevé que ceux des grandes surfaces non spécialisées, pour lesquelles le décalage entre les deux pourcentages est inversé. Les grandes surfaces non spécialisées sont plus enclines à proposer des livres de poche, des livres parascolaires et aussi des nouveautés de grande diffusion. Pour les grandes surfaces non spécialisées, les ventes s'équilibrent de telle sorte que la part de marché en nombre de ventes comme en chiffre d'affaires généré par ces ventes est *grosso modo* la même. On a là une photographie assez parlante du profil par circuit de distribution, avec les zones de complémentarité et/ou de concurrence qui s'y dessinent. Les hypermarchés ne sauraient en effet proposer la production éditoriale dans sa diversité, et demeurent des lieux d'achat d'impulsion de livres peu coûteux et de livres de soutien à l'apprentissage scolaire: le millier d'hypermarchés français propose un assortiment de 5 à 10 000 références au prix moyen relativement faible, où la part du livre en format de poche et du livre de jeunesse d'une part, des encyclopédies et du parascolaire d'autre part, dominant⁷. On explique ainsi que le volume des ventes qu'ils assurent soit plus fort que leur valeur (en pourcentage). C'est donc à la librairie «traditionnelle» et aux grandes surfaces spécialisées qu'incombe la tâche de proposer une large diversité de titres, dont le prix moyen sera mécaniquement plus élevé. Tous les livres difficiles ou d'écoulement lent ne sont pas chers, mais la part

*La demande
et l'offre de livres
dans les points
de vente*
françoise benhamou

5. Cas n° COMPI/M.2978
Lagardère/Natexis/VUP,
07/01/2004.

6. Source:
Sofres/Observatoire de
l'économie du livre.

7. CAILLET B., «Le circuit du
livre», *L'édition en
perspectives*, Paris, SNE,
2002, p. 39-42.

de ces derniers qui passe en format poche est plus faible; pourtant, ce sont certains de ces titres qui forment le patrimoine de demain. Bref, c'est plutôt (et non exclusivement) du côté de la librairie traditionnelle et de ces grandes surfaces spécialisées que la diversité de l'offre se manifeste et se consolide.

Il est intéressant de rapprocher ces statistiques françaises des données dont on dispose sur les États-Unis: selon Richard Caves⁸, les libraires indépendants sont passés de 32 à 18% de parts de marché entre 1991 et 1996, tandis que les chaînes spécialisées gagnaient 3% de parts de marché (passant de 22 à 25%) et que les clubs et les discounters progressaient de même (respectivement: de 3 à 6% et de 7 à 9%), les autres canaux demeurant à peu près stables. Le recul spectaculaire de la librairie indépendante, néanmoins plus présente qu'on ne le dit généralement, y est sans doute imputable à la forme même de la concurrence (par les prix, via les remises consenties par les éditeurs, par l'attractivité de lieux offrant maints produits annexes dans les chaînes). Sommée de se replier sur des niches et des spécialités plus ou moins pointues, affaiblie par le niveau des loyers en ville et par l'importance des frais postaux pour les commandes à l'unité, la librairie indépendante se voit menacée et lance des recours devant les autorités en charge de la concurrence afin de tenter de contrer certaines pratiques déloyales de la part des éditeurs ou des grossistes. En France la loi sur le prix du livre a permis de circonscrire pour partie des tendances analogues.

Librairie de proximité et développement urbain

Allons plus avant dans ces quelques réflexions sur ces deux pôles que sont la librairie et la grande surface spécialisée. Dans un article sur les équipements urbains marchands et non marchands, des chercheurs dessinent la carte des très fortes inégalités entre le rural et l'urbain, mais aussi au sein même de l'urbain en matière d'équipements de loisir et de culture⁹. Dans le domaine culturel, seuls les bibliothèques et les cinémas sont pris en considération. 4 à 5% des communes possèdent au moins une salle de cinéma; toutefois 65% des Français peuvent rejoindre un cinéma à moins de vingt minutes à pied ou dix minutes par un moyen de transport quelconque. De même 55% des Français réussissent à rejoindre une bibliothèque dans des conditions analogues. Malheureusement, l'étude néglige la librairie comme équipement marchand privé de proximité. Si elle n'en demeure pas moins intéressante pour notre analyse, c'est parce qu'elle montre clairement d'une part que le niveau d'équipement est fortement lié au peuplement, mais aussi au statut de la ville (ville centre ou non) ainsi qu'à la composition socioprofessionnelle de ses habitants, avec des typologies très contrastées. D'autre part l'étude rappelle données à l'appui qu'il ne suffit pas, et loin s'en faut, de disposer d'un équipement de proximité pour l'utiliser: c'est la multiplicité des équipements qui détermine l'usage à travers une offre diversifiée et relativement concentrée.

Si l'on revient à la librairie, quels enseignements tirer de ces données? La sociabilité urbaine est le fruit d'une alchimie faite de tout un réseau de commerces

et équipements, pour lesquels la viabilité des uns semble étroitement liée à celle des autres. Dans ce cadre la librairie indépendante est un maillon de la construction du lien social, qui assure dans le même temps cette fonction patrimoniale soulignée plus haut de contribution à l'élaboration d'une culture commune, d'un héritage culturel progressivement assemblé et toujours vivant. Ajoutons que le fait que cette fonction soit négligée dans une étude de l'INSEE qui ne relève que les cafés, les boulangeries et les petits commerces alimentaires comme équipements privés de proximité est sans doute symptomatique d'un recul de l'attention que l'on accorde au livre.

En ce qui concerne à présent les grandes surfaces, une autre étude montre qu'au sein du grand commerce, la part du commerce spécialisé est plus forte que celle des hypermarchés et grands magasins pour l'ensemble «livres, journaux et papeterie»¹⁰. Entre 1994 et 1999, sur un total de 22,5% de parts de marché pour ces trois catégories de produits, le grand commerce alimentaire ainsi que les grands magasins et la vente par correspondance voient leur part de marché stagner (respectivement: 6,3% en 1994 et en 1999 pour le grand commerce alimentaire, et 3,9% en 1994 et 3,8% en 1999 pour les grands magasins et la VPC); sur la même période les grandes surfaces spécialisées progressent de 10,2 à 12,4%. Dans la compétition qui se joue entre grandes surfaces spécialisées ou non, l'avantage va à celui qui propose la plus large variété des titres. L'étude relève ainsi dans les pratiques de consommation ce double besoin de spécialisation et de variété de l'assortiment. Elle est en phase avec l'hypothèse de préférence pour la diversité que les économistes adoptent dans leurs modèles: pour un acheteur, l'utilité conférée à un panier de biens en regard d'un autre panier de biens est directement corrélée à la variété de l'assortiment proposé dans chacun des cas. Plus large est l'assortiment, plus grande est la satisfaction, toutes choses égales par ailleurs.

Lorsque l'on rapproche les conclusions sur le double besoin de variété (ou de diversité) et de spécialisation des résultats de l'étude sur la proximité des équipements, on voit que c'est dans la complémentarité entre un réseau dense de librairies indépendantes et la grande surface spécialisée qu'il faut rechercher la construction d'une offre au plus près des besoins des lecteurs et des acheteurs. En effet la grande surface spécialisée est peu adap-

*La demande
et l'offre de livres
dans les points
de vente*
françoise benhamou

8. *Creative Industries. Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 2000, p. 155.

9. MARTIN-HOUSSART G. et TABARD N., « Les équipements publics mieux répartis sur le territoire que les services marchands », in *France, Portrait social 2002/2003*, Paris, INSEE, p. 123-139.

10. SEGUIN S., « Le grand commerce spécialisé s'affirme face aux hypermarchés », *Économie et Statistiques*, 344, 2001, p. 109-127.

table en termes de localisation ; la réponse à la demande de proximité et de variété passe par la variété des canaux de vente.

Il faut noter de surcroît que c'est l'accès direct du consommateur à un titre qui conditionne le niveau des ventes de ce titre. À l'exception somme toute marginale de l'individu qui entre dans un point de vente dans le but de commander un titre précis qui a peu de chance de se trouver en rayonnage, c'est le fait de voir, d'éventuellement feuilleter un livre qui conduit à l'acheter. Or la capacité de montrer le livre et de faire parvenir au consommateur de l'information sur un large assortiment de titres est bien inégalement partagée et dépend de facteurs structurels : comme le note la Commission européenne¹¹, « la concurrence sur les marchés de la vente de livres s'opère principalement en termes d'accès à ces rayonnages par des remises négociées entre les éditeurs et les revendeurs, mais également par le système des offices et des promotions ». Bref, la concurrence entre les titres se joue chez le détaillant, et l'enjeu de la diversité de l'offre se concentre dans l'organisation toujours incertaine d'une rencontre entre le livre et le lecteur. Si l'abondance peut faire hésiter¹², la rareté organisée autour de quelques titres phares sonne la mort des autres nouveautés. L'importance de la variété des fonds proposés prend ici toute sa mesure.

Ces remarques ne sauraient à elles seules résumer l'ensemble des arguments qui plaident en faveur d'un réseau diversifié de détaillants ; mais ces éléments de contexte montrent qu'au-delà des difficultés qui peuvent peser sur la librairie, c'est de la vitalité de celle-ci que dépend au moins en partie la diversité de l'offre. La concentration croissante de la production, qui certes est moindre que celle que le rachat de VUP par Lagardère avait menacé de produire¹³, constitue une pression sur la diversité de l'assortiment qui parvient à l'acheteur. À l'heure où la diversité culturelle est au cœur du débat sur la politique culturelle, le rappel de ces quelques données est un exercice nécessaire.

*La demande
et l'offre de livres
dans les points
de vente*

françoise benhamou

11. *Op. cité*, p. 165.

12. Sur cette question, voir notamment BENHAMOU F., « La rentrée littéraire joue les vedettes », *Libération*, 11 septembre 2002.

13. Voir le numéro spécial que la revue *Esprit*, numéro 6, juin 2003, a consacré à cette question.

Librairie indépendante et mutations sociales

Depuis vingt-cinq ans, le monde de la culture n'est plus le territoire réservé de l'État mais, sous la pression de grandes entreprises, il est devenu l'un des vecteurs majeurs de l'économie occidentale.

CHRISTIAN THOREL
Librairie Ombres Blanches

L'«exception culturelle» ne recouvre plus seulement l'existence d'êtres singuliers, artistes, créateurs, intellectuels, c'est le mode de validation politique de leur production par le monde industriel et celui de la finance. Sous l'œil d'observateurs, de spécialistes, de statisticiens, elle ne manque en rien d'être l'objet de débats des uns et de susciter les envies des autres. Elle ne manque par ailleurs pas de manifester sa sensibilité au monde qui l'entoure autrement que par des évolutions stylistiques ou formelles. En particulier c'est aux conséquences avérées, prévisibles ou à redouter de la «révolution» numérique et aux modifications de la propriété artistique et littéraire que l'univers des entreprises culturelles s'adapte.

La production de l'écrit est aussi bien parmi celles-ci l'une des plus anciennes. Ce privilège de l'âge la rend-elle plus forte? Sa pérennité a fait l'objet de réformes, de soutiens économiques et financiers, législatifs. À commencer par la Loi sur le prix unique du livre, en application depuis vingt-trois ans. C'est au nom de la protection de la création littéraire et corollairement du maintien d'un réseau dense et pluriel de librairies, seul propre à assurer la diversité de la production et le risque éditorial, que les principes de cette loi furent pensés et institués. Il s'agissait notamment de permettre aux libraires «indépendants» de résister à un probable écrasement de leur marché par les grandes surfaces pratiquant le discount. On sait le passé récent de ces librairies, souvent créées par passion du livre dans la fougue et l'improvisation, dans l'angoisse aussi malgré l'opportunité d'un sec-

teur «protégé». Une génération de libraires aura su en vingt ans constituer des commerces, apprendre à gérer des entreprises, à affirmer des identités, à devenir un maillon indispensable entre le livre et le lecteur, à reconstituer une profession. Et à le faire reconnaître. On lira à propos de passion et de désenchantement mêlés la relation de l'enquête en Poitou-Charentes par Denis Bénévent dans ce même numéro.

Les librairies «indépendantes» sont depuis deux à trois ans soumises à des mouvements dont les facteurs ne sont pas seulement techniques ou financiers, dont les implications ne peuvent pas n'être qu'économiques. Nous essaierons dans les lignes qui suivent de pointer quelques-unes de ces causes.

Rappelons au préalable que l'écrit et son support moderne, le livre, sont les liens les plus indispensables de nos sociétés et de leurs modes d'organisation politique. Aussi sont-ils parmi les baromètres les plus sensibles de leurs évolutions. La complexité des «variations climatiques» associée à la rapidité, voire la brutalité, des événements rend la lecture partielle, fragile et la prévision incertaines. Dans un milieu d'une opacité parfois entretenue et trop souvent sans projet majeur, les librairies semblent aujourd'hui garantes d'un certain ordre, de certaines valeurs, dont celle du plus grand «réalisme» dans le jugement. Le défaut de la plus grande fragilité s'adosse-t-elle à la qualité d'être à la meilleure distance? Au milieu du gué nous nous trouvons, à mi-chemin entre l'auteur et son lecteur. De ce poste d'observation peut-être pourrions-nous examiner certains des atouts de la librairie... et quelques-uns des handicaps auxquels elle va devoir se confronter

Évolution du lectorat

Le premier facteur de changements est la mutation profonde du lectorat dont seulement des statistiques récurrentes sur les comportements nous apportent quelques indications. La plus spectaculaire est l'augmentation du nombre des lecteurs occasionnels. Cette dernière est un effet probable de la médiatisation du livre et des efforts politiques de démocratisation de la lecture, à travers notamment le développement des bibliothèques publiques. Du côté édition/diffusion, probablement voit-on aussi les conséquences ici de la présence grandissante du livre dans des réseaux commerciaux populaires tels qu'hyper et supermarchés, de la propagation des grandes surfaces culturelles (Fnac pour l'essentiel, mais aussi et en périurbain Cultura et Espaces Leclerc). Sans omettre le résultat des efforts réalisés par les librairies de centre-ville pour s'ouvrir à de nouvelles clientèles (par la qualité de l'accueil et du service, par les investissements techniques, l'organisation de débats et de rencontres...).

À ce décloisonnement se superpose malheureusement la baisse du nombre des «grands lecteurs», catégorie sur laquelle s'est toujours appuyée la librairie traditionnelle (indépendante) non seulement pour assurer la réalisation de son volume d'activité mais aussi pour déterminer son orientation. C'est ici que s'établissaient les fondations d'un lectorat propre à relayer, à promouvoir les

enjeux de la production. La plus exigeante parmi celle-ci requiert des lecteurs désir, faculté, curiosité, « esprit d'entreprise ». On peut craindre de la sorte des incidences notables pour la partie la plus risquée de la création littéraire et de la production des idées. En premier lieu, la fragilisation d'un lectorat entraîné, rigoureux, voire autoritaire ne fortifie-t-il pas la tendance actuelle d'une production surabondante, incontrôlée, chaotique, dont les risques sont plus arithmétiques que politiques. Dont les chances se déterminent par un jeu et un espoir de probabilités. Nul doute qu'à ce jeu de l'amour et du hasard pour l'auteur, le lecteur trouvera plus aisément des terres d'élection chez les plus visibles des éditeurs (et la publicité pour le livre à la télévision saura encore accroître les différences entre producteurs et entre productions). Mais la question essentielle est celle des conséquences de cette mutation de la lecture en loisir. S'accommode-t-elle entre autres des nombreux lecteurs occasionnels ou y prend-elle son origine ?

La réduction croissante du nombre des « grands lecteurs » s'accompagne d'inflexions marquées de l'action et de la responsabilité des élites. Dans son travail, dans ses représentations sociales, dans ses engagements politiques et intellectuels. On aura vu par exemple récemment et de manière contemporaine un mouvement de protestation d'un « collectif d'individus » face aux dérives du gouvernement sur les questions liées à la Recherche, et constaté un silence assourdissant des mêmes pétitionnaires sur l'évolution contestable des conditions économiques de la production culturelle et notamment de la concentration et de ses effets probables. L'université semble aujourd'hui plus que jamais sensible aux « progrès » technologiques et à ses usages commerciaux (Amazon est devenu le premier client des grands éditeurs de sciences humaines). Elle active la vente sur Internet pour assurer ses besoins, en dépit de la nécessité qu'il peut lui arriver de reconnaître d'un réseau de libraires adapté à sa production. Et dans l'attente de basculer « en toute liberté (?) » dans le monde dématérialisé du réseau mondial. Face à ce désengagement présent, peut-être éphémère, et dans le souci de maintenir ses caractères identitaires, la librairie doit cependant confirmer son engagement et résister ainsi à une préjudiciable dégradation de son environnement culturel.

Corollairement, au dispositif actuel de la « société des lecteurs » et à la « culture des individus » (cf. le sociologue Bernard Lahire) se greffe la relation du livre à l'espace vital du lecteur et notamment l'évolution de la bibliothèque personnelle. Les transformations de l'habitat, la place réservée à d'autres supports (informatique, télévision, home-cinéma...), le design même du mobilier d'intérieur, relèguent le livre à une place facultative de la maison. La bibliothèque appelle l'élection d'un ancrage et la sédentarité. La culture du nomadisme, la mobilité du travail exigée des grandes entreprises publiques et privées ne conduisent pas au retour de la figure de l'humaniste collectionneur ou bibliophile. Les moyens de stockage informatique, la facilité de leur déplacement font des ordinateurs, outils d'une culture de l'inachevé, du *work in progress*, les lieux d'hyperbibliothèques de quelques décimètres cubes.

Les librairies, théâtres des œuvres « finies », incorporent et développent les moyens techniques à leur disposition afin de pouvoir rester les lieux de la sédentarité et du « temps long », deux des caractères propres au livre « matériel ». Ces scènes sont celles du livre comme élément déterminant et enrichissant de l'environnement individuel et collectif.

Modification des flux urbains

Les changements de comportement du lectorat s'installent dans une mutation urbaine à l'échelle mondiale dont les effets sociaux et culturels sont plus que jamais visibles. Il y aurait beaucoup à dire sur un aussi vaste sujet. Nous conseillerons l'excellente synthèse réalisée en mars par la revue *Esprit* sur le thème : « La ville à trois vitesses (gentrification, relégation, périurbanisation) », où nous retiendrons plusieurs points mettant en lumière quelques-uns des phénomènes qui affectent déjà modes de vie et modes de consommation.

Le marché du livre s'appuie et se développe sur un public de classes moyennes qui, selon J. Donzelot, s'estiment « oubliées de la nouvelle configuration urbaine qu'elles se trouvent en position de subir ». Elles ont souvent choisi l'espace périurbain, lesquels ne sont plus, selon M.-C. Jaillot, des espaces périphériques, et « ont non seulement acquis un statut d'espaces urbains à part entière, mais sont venus décomposer la centralité traditionnelle de la ville-centre ». Les modes de vie qui tendent à « effacer le recours à la ville-centre » n'y « valorisent pas la citoyenneté mais ne la nient pas non plus ». L'un des atouts de la librairie indépendante aura été de savoir en partie répondre à ces modifications des flux sociaux, en partie seulement puisqu'elle s'est aussi souvent fait voler la place par la grande distribution. Elle doit renforcer donc encore la présence et la densité de son réseau en dotant ces espaces urbains de lieux d'échanges culturels aux objectifs et aux caractéristiques assurément et distinctement différents des galeries commerciales.

Dans les centres des grandes métropoles, de « nouvelles classes moyennes » établissent un mouvement de « gentrification » (à Paris, ce concept est plus trivialement traduit par le phénomène « bobo »). « Les projets immobiliers devien-

nent la pièce centrale de l'économie productive de la ville, une fin en soi, justifiée par l'apport d'emplois, de taxes, de tourisme et la construction de grands complexes culturels, en plus des grands aménagements multisectoriels et des "palais de la consommation". » (N. Smith). Cet aspect financier de la ville ancienne se révélera sûrement être un handicap pour la librairie qui aura du mal à accéder à des emplacements commerciaux à sa portée et pour ses salariés dans leur possibilité de loger en ville et d'y développer leurs connaissances dans les domaines de l'art, de la musique, du théâtre et du cinéma. Mais dans l'attente d'une impossibilité d'inscription dans un monde spéculatif, le commerce du livre reste plus que jamais une des garanties d'une ville européenne encore assumant son histoire et sa fonction de régulateur politique. Citons Olivier Mongin qui remet la balle au centre : « En se polarisant sur les "relations" et les "flux", comme le font ceux qui recourent à la rhétorique de l'urbain généralisé, le risque est d'oublier ce que désignait la référence à ces lieux urbains. Certes nous vivons déjà dans l'après-ville, mais est-il concevable de ne pas s'inquiéter outre mesure du devenir politique des espaces urbains?... » Ici encore, dans le questionnement sur l'entreprise collective qu'est la ville, la place des intellectuels resurgit dans une interrogation. Hors de leur rôle dans l'« expertise », on relèvera leur absence fréquente ou leur mise à l'écart dans les décisions politiques sociales, urbaines, culturelles.

La librairie est-elle le lieu d'une affinité avec ce monde en mutation ou celui d'expression des échanges, des divergences. Entre exigences d'une affaire privée et devoirs d'une existence publique, elle associe ses revenus à des confrontations, son déterminisme économique à sa résistance et à son autonomie. Si l'environnement est porteur d'instabilité, de fugacité, de trouble, les livres peuvent rester les arguments d'une continuité, d'un temps à l'œuvre. Et encore des éveils et des doutes assurés. Les atouts de la librairie sont ici justement de rester des lieux de veille. Elle assurera par la diversité de son assortiment et en particulier la « densité » de son fonds (le rapport d'ouvrages de « temps long » au « mètre linéaire »), ses capacités à le constituer et à le prescrire (dans un univers où l'on s'accorde à trouver de plus en plus malaisé l'abord des

nouveaux lecteurs), son aptitude à proposer et à innover dans le cadre aujourd'hui plus étroit de son activité. Son obstination à assumer la fragile pérennité des livres et des bibliothèques.

Le texte à l'heure du numérique

Car la mutation la plus considérable est celle du numérique, de ses effets sur la circulation des « textes », celle des livres, sur la ville et ses réseaux donc, ses effets induits sur la lecture, bien plus impressionnants et encore indistincts mais d'évidence irrépissibles.

Ici bien sûr l'usage de la lecture à l'école est un enjeu majeur du devenir du livre. La réponse des politiques régionales en direction de la jeunesse semble se contracter autour de la gratuité du livre scolaire. Si le soutien par l'apport financier aux familles en difficulté semble adéquat, l'est-il pour ceux qui ont les moyens de l'achat ? La gratuité est-elle le moyen d'appréhender le livre comme ce qu'il a toujours été, l'instrument de la liberté de chacun ? Et la gratuité généralisée ne l'assimile-t-elle pas à un instrument de travail imposé, frappé de l'idée de servitude. En opposition au monde idéal et ludique de l'informatique. Le texte sur écran, si récent et si évident aujourd'hui, facteur de mutation du lectorat, est porteur d'inquiétudes, tant son action et ses prolongements paraissent infinis face au mode limité du texte imprimé et du livre. C'est dans l'université encore que le mouvement est le plus visible, où l'échange vernaculaire des fichiers et sa validation institutionnelle laissent prévoir des conséquences redoutables pour l'édition des sciences, humaines notamment. Car ici les modes de lecture évoluent aussi vite que les nouveaux logiciels. Et les modes d'écriture de travaux et de mémoires où l'usage du copier-coller reléguera vite le photocopillage au rang d'une pratique délictueuse ancestrale.

Il serait trop long d'évoquer ici les questions liées à la gratuité des échanges (les débats autour de l'édition phonographique et de son avenir très hypothéqué sont nombreux et éloquentes), à la relation à la propriété artistique et littéraire, à la place future de l'éditeur (et à son héritage peut-être révolu de premier lecteur et de dernier correcteur de l'auteur), à celle d'intermédiaires redoutables tels qu'agents littéraires et autres juristes dans le secteur de la production intellectuelle, à l'appropriation de droits par l'industrie informatique. Dans un avenir de lecture électronique sur e-papier, on ne lira même plus un livre, mais à travers un livre, et « le lecteur deviendra acteur » dans un univers où, selon de nouveaux concepteurs industriels, « la littérature n'appartiendra plus seulement aux mandarins du verbe ». La librairie (ou la bibliothèque) sont les lieux d'une confrontation avec l'espace ordonné, parcellaire mais bien réel du savoir et de la création, les lieux de la découverte et de la sollicitation d'un environnement concret, stabilisé, où apparition et disparition sont plus des enjeux que des procédures techniques. Ce lieu du contexte visible et enveloppant est aussi celui de la confrontation avec l'autre, lecteur ou auteur, interprète ou intercesseur. Il n'est pas inutile de répéter que la chance de la librairie est d'assu-

mer ici sa vocation de mettre son économie à la disposition d'un projet politique et d'un lien social et culturel.

Librairie et concentration

Le domaine de l'organisation économique engendre-t-il les mouvements décrits plus haut ou se modifie-t-il plutôt que les subir ? Dans le monde de la chose imprimée, nous avons observé, commenté trente et quelques années de changements de natures financière, commerciale, politique, culturelle. La concentration subie depuis vingt ans semble irréversible, non encore accomplie. Les effets subis ont été largement analysés, les effets craints sont évoqués entre « partenaires » diffuseurs/distributeurs et libraires (et on observe trop fréquemment la « mise à l'écart » des éditeurs). On tente à minima d'y anticiper et de mettre en commun des « savoir-faire techniques ». Pourtant d'autres questions restent sans réponse. Quelle place du livre pour quelle production ? Quelle place aux éditeurs indépendants dans un univers concentré aussi violemment organisé ? Quel statut pour la librairie indépendante et quelles ressources dans la décomposition du prix du livre ?

Entre autres et malgré les évidences, les besoins pour assurer à la librairie un territoire travaillé à la hauteur de ses ambitions excèdent la rémunération qui lui est actuellement concédée. L'écart entre grandes surfaces et librairies ne suffit pas à entretenir l'évidente et impérative différence entre elles. Au nom des nouveautés sans lendemain, des livres au « temps court » qui se vendent « sans effort qualitatif », les professionnels feignent d'oublier que notre vocation est de détecter, de faire dans nos espaces le lit du « temps long », la traque des textes, la politique des auteurs.

L'avenir ou l'adaptation nécessaire

Quels enseignements tirer des commentaires qui précèdent, et qui ne sont que quelques-uns des éléments auxquels notre univers professionnel est confronté ?

a - Parmi les commerces de centre-ville (?), de proximité (?), et en dépit encore aujourd'hui de la cherté

des locaux commerciaux, la librairie est pour l'instant l'un des plus pérennes. La violence de la concurrence des chaînes au centre et en périphérie de la ville l'a affaiblie sans la faire disparaître, et chacun d'entre nous, libraires, constate que son voisinage commercial est l'objet d'un «*turn over*» dont le commerce du livre est relativement à l'abri (nous n'oublions pas les centaines de fermetures survenues depuis trente ans). La profession, aussi fragile soit-elle, bénéficiant d'une forte identification, reste jusqu'à ce jour un élément essentiel de la société urbaine. C'est au nom de la protection et du renouvellement de son maillage que la loi sur le prix unique fut votée. Du maillage au réseau, le pas n'a pas été franchi, en dépit des groupements fondés dans les années quatre-vingt (Œil de la lettre, Clés..., Groupements de spécialistes). Les libraires ont su fédérer alors leurs ressemblances, plus tard ils ont appris à fédérer leurs différences en se groupant autour d'une pratique syndicale. Aux États-Unis, en Allemagne, mais aussi dans des pays du Nord de l'Europe, la place des librairies, leur espace, les lois ou les usages qui en régissent le commerce sont différents, les protections légales moindres ou absentes. Aussi les libraires sont-ils réunis sous des enseignes communes qui développent des services communs dans les domaines de la communication, de la formation, de l'informatisation, du transport, de la présence sur Internet... Si l'État en France soutient l'activité des librairies, la disparité des politiques des régions, des départements et des communes démontre que la profession se doit d'acquérir de l'immunité et de l'autonomie. Et réfléchir à veiller à celle de ses outils professionnels. Et à y réfléchir vite.

b - L'un des atouts de la librairie depuis trente ans aura été sa capacité d'adaptation. Serrée dans une économie souvent fragile, parfois dans le dénuement, au mieux dans une profitabilité modeste, elle aura su «faire face» et mieux, aller de l'avant en adaptant sa démarche à des évolutions techniques, à des changements administratifs, à la pression de ses fournisseurs. Les coûts de cette adaptabilité ne se chiffrent pas en seuls investissements en machines, en travaux d'embellissement, mais aussi en usure devant des moyens limités. Face aux engagements intellectuels, moraux, politiques qui l'attendent, la librairie a besoin d'un oxygène vital pour adapter son discours et sa pratique. Seule l'augmentation de sa marge sera à même de résoudre l'augmentation de ses frais fixes (loyer, promotion, informatique, outils de communication et banques de données) et surtout de sa charge en personnel. Qu'on ne se méprenne pas, le livre nécessite plus que jamais le maintien d'une loi «exceptionnelle». Le «plafonnement des rabais» aux collectivités donne certes un nouvel avantage à nos librairies, mais les contraint pour accéder à des marchés égarés chez des grossistes à multiplier les services. Si ces exigences nouvelles sont à vivre comme des enjeux nouveaux, elles absorberont sûrement le gain de marge octroyé par le plafonnement. C'est à nouveau chez nos diffuseurs que se décidera donc non seulement une part de notre rentabilité, mais aussi notre capacité à proposer un assortiment riche et dense, et des équipes pour le créer, le maintenir et le

promouvoir. L'amélioration de la rémunération des libraires salariés est à cet effet une des clés de l'avenir de la profession. Plus peut-être que les diffuseurs, les éditeurs sont de plus en plus conscients de cela. Ils doivent le faire savoir à ceux à qui ils ont délégué la commercialisation de leurs livres.

C - Car l'atout majeur de nos librairies est constitué par ses libraires. Et notre avenir mesuré à l'aune de notre capacité de leur perfectionnement et de leur renouvellement. La passion, l'engagement sont les qualités premières d'une profession qui se vit comme une ouverture sur le monde. Il n'y a pas plus de librairies sans livres qu'il n'y a de librairies sans hommes. La vocation qui leur est propre ne restera pas le seul moteur de leur choix professionnel. D'autant que ce dernier devra s'accompagner d'une formation plus complète que jamais. Formation initiale et continue aux outils, aux techniques, à l'économie, à la vente, à la lecture, à la rédaction... Incitations à s'ouvrir à toutes les formes d'expression artistiques, musicales, théâtrales, cinématographiques... La vérité de notre commerce est dans les échanges. Sur le lit de règles générales et dans le mystère de liens irrationnels avec le public des lecteurs. Ces derniers sont les juges de notre action. Dans un environnement de massification déroutant et volontiers agressif, ils peuvent trouver une confiance dans un lieu responsable, loin des errements de la grande distribution. Même si cette dernière ne cesse ses efforts d'imitation des formes que nous donnons à nos librairies, ses exigences de rentabilité l'en éloignent. Nous devons maintenir cette distance et la signifier. Par exemple dans la relation que nous entretenons avec les acteurs de la production éditoriale. La pluralité de l'offre aujourd'hui en France fait débat: surproduction? saturation? Nous dirons plutôt que la diffusion doit adapter sa politique à cette pluralité, qui est aussi bien une chance. Si cette chance n'accélère pas les inégalités, en particulier dans la communication autour de chaque livre. Le libraire indépendant peut et doit ici, si le diffuseur le libère de certaines servitudes (offices notamment), se saisir d'une offre «excédentaire» et établir ses choix, en intelligence avec son projet, avec sa clientèle. Cette liberté sera l'autre atout majeur de notre indépendance. Nous

croyons aussi que c'est en veillant à soutenir l'activité des éditeurs indépendants que nous satisferons au mieux à maintenir la possibilité de la nôtre.

C'est donc à un «devoir» de mutation permanente que la librairie doit son présent et constituera les conditions de son futur. Moderniser des équipements, en les maintenant au service de ses missions. Entretenir son espace intérieur. Solliciter son territoire, organiser la vie du livre. Former ses équipes...

*Librairie
indépendante et
mutations sociales*
christian thorel

La librairie ou un réseau d'individualismes

**Une récente mission dans la région
Poitou-Charentes nous a permis
de rencontrer et d'observer la
réalité de la librairie dite
indépendante
de premier et surtout de deuxième**

DENIS BÉNÉVENT
Libraire

Dans un contexte général plutôt favorable au livre (1999-2002), le développement des enseignes de la grande distribution et des grandes surfaces spécialisées se poursuit sur un rythme soutenu. Dans le même temps, la librairie indépendante ne profite quasiment pas de cette croissance et voit ses parts de marché diminuer de manière sensible. Fatalité ou épiphénomène lié à une absence momentanée de réaction de la part de la librairie ?

Tout porte à croire que nous sommes face à une évolution inéluctable du commerce du livre à l'instar du commerce en général, les grandes règles du marketing et du merchandising prenant systématiquement le pas sur les appréciations, les choix et les propositions individuels. Les grands principes d'économie d'échelle et de diminution constante des frais généraux s'opposent frontalement à l'existence d'une kyrielle de points de vente et de leurs nombreux salariés. Le livre lui-même est ramené au rang de simple objet de consommation. Une grande chaîne spécialisée dans la distribution de produits culturels illustre ce propos en lançant une surprenante campagne publicitaire à la télévision sur le thème : « le livre n'est pas un produit comme les autres ». Cela sonne comme un aveu. Coincé entre une pub sur un anti-rides et une autre vantant de nouvelles croquettes destinées à la race canine, ce spot nous fait comprendre au troisième degré que si confusion il y a, ce n'est pas dans les esprits des initiateurs de cette réclame.

Librairies en province : choses vues

Dans cette ambiance décidément réductrice et normalisée où le développement de concepts l'emporte tant sur les débats d'idées que sur la création littéraire, la rencontre d'une quarantaine de libraires entre Parthenay et Rochefort fut fort instructive. Le sentiment d'inquiétude qui règne est compensé par le fait que nous avons à faire à des professionnels compétents dont la passion et la pugnacité sont des armes non négligeables pour affronter la situation.

Parmi les observations faites, nous retiendrons les suivantes.

Les libraires sont volontairement ou involontairement solitaires voire individualistes. Il est sûr que leur activité très chronophage ne prédispose pas au regroupement entre confrères : seulement 30% adhèrent à un syndicat professionnel ou sont membres d'associations diverses.

Seulement une petite minorité d'entre eux osent s'adresser aux organismes d'aides, d'information ou de formation (DRAC, Office du Livre, SLF, INFL, ADEL...).

« On n'ose pas déranger », « On veut garder notre liberté », « On ne veut avoir à rendre de comptes à personne », « De toute façon, nous n'obtiendrions rien ».

Voici quelques-unes des phrases entendues de manière récurrente pendant les entretiens. Elles révèlent autant un sentiment de fierté qu'une détresse difficile à exprimer. Cette certitude du libraire de ne pouvoir être compris par des tiers et d'avoir le sentiment de ne pouvoir partager certaines difficultés avec ses confrères, est un phénomène assez étrange. Une discussion argumentée peut inverser cette tendance qui repose en partie sur la difficulté des libraires à pouvoir évaluer qualitativement leur activité. En effet, se voir jugé sur des critères économiques (les seuls réellement objectifs) n'est pas chose facile pour une profession qui généralement ne brille pas par ses performances financières et dont la rentabilité est souvent relative. La relation avec les autres devient alors délicate car sous-tendue par une sorte de complexe d'incompétence commerciale.

Si l'isolement géographique est également facteur d'isolement professionnel, c'est sans doute la précarité économique des petites librairies qui isole le plus durement les libraires. « Les frais d'hébergement d'un auteur peuvent dissuader de l'inviter », « Les coûts fixes (personnel, transport...) interdisent de participer à des manifestations en dehors de la librairie », « Les abonnements à *Livres Hebdo* et au *CD-Electre* sont trop chers pour bon nombre d'entre eux [50%] ». Enfin, certains trouvent le montant de la cotisation au SLF excessif, et justifient ainsi leur non-adhésion.

La richesse des fonds la profusion des titres et des idées, font souvent long feu devant la fragilité permanente de la trésorerie. Alors le doute s'installe. Quel est le poids d'un bon livre à côté d'un découvert bancaire ? Comment maîtriser le flux incessant des nouveautés et des remises en

vente qui creusent le déficit tout en participant à l'image d'une librairie vivante? Comment gérer ses peurs: peur de manquer une vente? Peur de ne pas satisfaire un client? Peur d'avoir trop? Peur de n'avoir pas assez? Peur d'être mal considéré par les éditeurs? La librairie n'est pas une science exacte. Cela semble compliquer toute relation confraternelle. Lorsque ces relations existent, le libraire y trouve largement son compte, tout en préservant sa personnalité. En le sortant de son isolement, bon nombre de ses craintes s'évaporent et ses doutes se trouvent être plus aisément surmontables.

La librairie joue un rôle important dans la cité tant sur le plan culturel et éducatif que sur le plan économique et social. Les libraires ont un sens aigu de leur appartenance à une collectivité locale ou régionale. Ils donnent l'impression qu'ils assurent une véritable mission d'utilité publique. Rien n'est plus important à leurs yeux que de pouvoir satisfaire un désir, un souhait ou un besoin de lecture. Nous en avons fréquemment rencontré qui travaillaient plus de 60 heures par semaine pour fournir le meilleur service possible, avec le sentiment que cette activité est pour eux, et en toute sincérité, de première nécessité.

En organisant des dédicaces, des rencontres, des débats ou en participant à des manifestations extérieures, le libraire joue un rôle primordial dans l'animation culturelle de sa ville et de sa région. Ce n'est certainement pas l'appât du gain qui lui fait tenir un stand bondé d'ouvrages spécialement commandés pour l'occasion et ce, les deux jours de la semaine où il a soit le plus de travail dans sa librairie (le samedi), soit la possibilité de se reposer (le dimanche).

Difficultés du commerce et amour des livres

Parmi les difficultés également rencontrées par le libraire, on trouve en bonne place les relations commerciales avec ses fournisseurs. Même s'il les considère comme étant globalement satisfaisantes [pour 43 % d'entre eux], les liens libraires éditeurs sont complexes et lourds de conséquences. L'équilibre est délicat à trouver entre le trop et le trop peu de relation.

Être en bons termes avec les représentants est indispensable pour être correctement informé, mais il faut veiller à ce que cela n'entraîne pas d'achats excessifs de livres. Le représentant apporte une forme de reconnaissance professionnelle venant de la part d'éditeurs dont les intérêts immédiats sont parfois contradictoires avec ceux du libraire.

Les libraires sont trop souvent victimes de « mises en place » disproportionnées et décalées par rapport à leurs besoins réels. Trop souvent, s'il n'est pas sur ses gardes, des décisions venant des directions commerciales parisiennes se substitueront aux choix et aux intérêts du libraire. Faute de réelles alternatives, cela est souvent toléré, mais prend parfois une forme d'ingérence difficile à supporter.

« Je me suis informatisée pour mieux gérer mon stock, et ils m'envoient n'importe quoi ! », « J'ai reçu 15 exemplaires de ce titre à 49 euros, alors que 2 ou 3 auraient été largement suffisants », « Si on n'accepte pas ces quantités, notre remise va baisser et le représentant ne passera plus ».

Ces propos illustrent combien il est délicat pour le libraire d'instaurer des relations équilibrées et positives avec ses fournisseurs.

Ce qui réunit l'ensemble des libraires c'est l'amour des livres et de la lecture qui est souvent à l'origine de ce choix professionnel [72%]. Même chez les « héritiers », ce rapport au livre est indispensable pour exercer ce métier difficile mais gratifiant.

Cette relation avec le livre explique la capacité des libraires à accepter des conditions de vie dures et parfois précaires. Rares sont ceux qui pourraient envisager une autre activité professionnelle.

Cette passion est également leur grande faiblesse car elle les rend velléitaires dans leurs exigences vis-à-vis de leurs partenaires. « Exercer le plus beau métier du monde suffit largement, il ne faudrait tout de même pas être trop exigeant ». Bien que n'ayant pas été explicitement énoncée, cette phrase était perceptible lors de nombreux entretiens.

L'optimisme qui résulte de cette enquête tient à la qualité des libraires rencontrés dont la détermination quoique fragile est toujours largement présente. Cela nous laisse à penser que les jeux ne sont peut-être pas encore totalement faits.

Les principaux atouts de la librairie tiennent au nombre et à la répartition de ses points de vente ainsi qu'à la diversité des profils de libraires qui les animent. Les milliers de librairies réparties sur le territoire sont autant de vitrines à même de présenter au plus grand nombre la vitalité et la richesse de la création éditoriale. Ce tissu de détaillants est l'une des richesses incontestables de la chaîne du livre. La concentration des réseaux de distribution et la disparition des détaillants indépendants, hier dans le disque, aujourd'hui dans le cinéma, modifient considérablement la qualité de l'offre faite au public.

En mettant en avant sa passion pour le livre, son amour de la lecture et son professionnalisme, le libraire utilise des arguments irréfutables mais

réellement insuffisants pour réagir face à une concurrence de plus en plus organisée.

L'individualisme contre l'individualité

Dans un environnement interprofessionnel en complète mutation où les mécanismes de concentrations font que les usages commerciaux évoluent dans des directions qui lui sont de moins en moins favorables, la librairie doit réagir rapidement. Il est urgent pour elle de comprendre que l'individualisme n'est pas la meilleure façon de mettre en valeur les individualités. Dans son numéro 28 de l'été 2003, *La Voix des libraires* présentait un dossier intitulé : « Librairies, des entreprises de terrain ». François Rouet y signait un article dans lequel il posait une question essentielle. La voici replacée dans son contexte. « ...l'incertitude sémantique entre réseau et maillage doit donner à réfléchir. Outre que ces termes emportent des images différentes, le réseau suppose des relations entre ses membres, une mise en réseau et une économie de réseau qui ne vont pas de soi et peuvent s'établir sur des bases très différentes : commerciales, professionnelles ou de services communs. À l'opposé, le maillage correspond moins à un jeu d'interrelations qu'à la densité et l'homogénéité d'une couverture territoriale capable de capter la demande existante. Les libraires indépendants ont-ils vocation à se constituer en réseau, les points de vente de proximité constituant plutôt un maillage ? »

La plupart des difficultés évoquées par les libraires viennent de leur isolement et de leur incapacité à se regrouper, à mutualiser leurs forces et leur savoir-faire. Pour répondre à la question de François Rouet, il semble indispensable que les libraires puissent prendre conscience qu'ils partagent en commun la responsabilité de créer, d'organiser et de défendre leur réseau. C'est pour la librairie indépendante la condition *sine qua non* de sa survie et de sa pérennisation.

La mise en œuvre de ce réseau ne doit en aucun cas gommer les richesses issues de la diversité. Tout au contraire la mutualisation de certaines ressources et la défense commune de certains principes devraient

*La librairie
ou un réseau
d'individualismes*
denis bénévent

permettre à chacun de préserver et de mettre en valeur différences et indépendance. « Qui souvent se pèse, bien se connaît. Et qui bien se connaît, bien se porte » disait justement le slogan inscrit sur le faite des balances de nos pharmacies. Sans tomber dans des propos simplificateurs et réducteurs, il est indéniable que souvent la librairie n'est pas en mesure de faire valoir ses spécificités de façon profitable faute d'avoir sur sa propre activité une visibilité fiable et exploitable. Les innovations informatiques et les progrès techniques du réseau Internet rendent aujourd'hui possibles et abordables des niveaux d'observations et de mutualisation de l'information qui n'étaient pas envisageables il y a encore quelques temps. Brasser d'immenses quantités de données en temps réel, les mettre en forme devrait donner aux représentants de la librairie les moyens d'évaluer avec beaucoup de finesse l'activité de la librairie afin de mieux la défendre vis-à-vis de ses partenaires et de mieux la présenter auprès du grand public.

Forte de cette assise, le libraire pourrait fructueusement développer ses qualités et fonctions essentielles : Connaissance des fonds, Curiosité, Professionnalisme, Envie de transmettre des savoirs, Besoin de partager des plaisirs de lecture, etc.

Il ne faut pas perdre de vue que les seuls vrais concurrents de la librairie sont les points de vente de la grande distribution, ou ceux qui fonctionnent sur les mêmes principes de standardisation et de normalisation de l'offre. Il serait donc vain qu'un libraire voit chez un confrère autre chose que la complémentarité de sa propre activité. C'est au contraire dans l'addition et le partage des informations, des connaissances, des moyens et pourquoi pas des stocks que les libraires seront en mesure d'assurer un service de plus en plus performant auprès d'une clientèle de plus en plus exigeante. C'est ensemble que les libraires pourront défendre leur réseau et poser les questions essentielles à leur sort :

– Comment, tout en préservant cette formidable spécificité commerciale qu'est l'office, faire en sorte que les libraires et surtout les plus modestes d'entre eux ne pâtissent pas d'une production pléthorique ?

– Comment faire comprendre à des fournisseurs que la première des qualités n'est pas nécessairement la quantité ?

– Comment faire admettre aux groupes d'éditions que le coût d'un réseau indépendant de détaillants représente un investissement indispensable à la qualité et à la diversité éditoriale ?

– Comment rendre aux libraires le libre usage de leur propre trésorerie ?

– Comment permettre à la librairie indépendante d'avoir les moyens de son indépendance ?

– Comment donner aux libraires les moyens d'avoir des conditions de vie acceptables ?

– ...

L'avenir des librairies indépendantes dépendra, en partie, des réponses à ces questions.

Nous l'avons vu, les atouts sont nombreux et les handicaps ne sont pas insurmontables. À notre avis, c'est la cohérence de l'ensemble et la volonté de chacun de s'organiser en réseau solidaire et structuré qui seront déterminantes.

*La librairie
ou un réseau
d'individualismes*
denis bénévent

Le bel avenir de la librairie indépendante

FRANÇOIS GÈZE

Président-directeur général
des Éditions La Découverte

Tout va bien, mais nous avons du souci à nous faire...

« Tout va bien » : en effet, les statistiques

globales de ventes de livres en France restent relativement encourageantes. Le chiffre d'affaires de l'édition (hors clubs) a cru de 2,3 % en 2002 et de 1,6 % en 2003, et le nombre total d'exemplaires vendus est passé de 300 millions en 1995 à 413 millions en 2003.

« Nous avons » : par « nous », j'entends tous ceux, dans l'édition et dans la librairie, qui partagent

On les trouve aussi bien, faut-il le rappeler, dans les grands groupes que dans les petites maisons indépendantes, dans les chaînes que dans les librairies indépendantes. Mais dans la chaîne du livre, ce sont ces dernières qui jouent assurément – et joueront de plus en plus – un rôle clé, ce que je me propose d'analyser ici.

« Du souci¹ à nous faire » : car le cœur du problème, c'est la baisse constante des « forts lecteurs ». Et c'est par ce point que je voudrais commencer, car il est à mon sens celui qui justifie avant tous les autres la défense et le développement de la librairie indépendante.

La diminution régulière du nombre de « forts lecteurs »

Nous connaissons tous les enquêtes conduites depuis trente ans, tous les sept ou huit ans, par le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture sur les « pratiques culturelles des Français ». Mais on évoque trop rarement, en ce qui concerne nos métiers, leur résultat le plus spectaculaire, à savoir la baisse presque linéaire de la part, dans la population totale de plus de quinze ans, des « forts lecteurs » (ceux qui lisent plus de vingt-cinq livres par an, et qui sont en majorité des femmes et principalement des titulaires de diplômes

d'études supérieures vivant dans les grandes villes): elle est passée de 22% en 1973 à 19% en 1981 et 17% en 1988, puis à 14% en 1997 et à 13% en 2003.

Même si la baisse s'est ralentie ces dernières années, on constate donc qu'en trente ans, la part des forts lecteurs a chuté de façon considérable. Certes, dans le même temps (1973-2003), la part des « faibles lecteurs » – qui lisent de un à neuf livres par an – est passée de 24% à 34%: cette évolution indéniablement positive a permis un développement important des ventes des grandes surfaces, des clubs de livres et des emprunts en bibliothèque.

Le sociologue Olivier Donnat, responsable de ces enquêtes, a précisé ces résultats devant la « commission Cordier » en 1999:

« Les jeunes comptent de moins en moins de forts lecteurs, y compris chez les jeunes filles, ce qui est nouveau;

– la lecture diminue au fur et à mesure de l'avancée en âge (contrairement aux pratiques audiovisuelles);

– la baisse de la lecture est actuellement partiellement masquée par le niveau de lecture des plus de quarante-cinq ans, plus élevé que dans les générations précédentes;

– toutefois, la valeur symbolique du livre étant de moins en moins forte auprès des jeunes, il y a fort à parier que ceux-ci ont, d'une enquête à l'autre, de moins en moins tendance à surestimer le nombre de livres qu'ils ont lus;

– la baisse du nombre de forts lecteurs contribue à gonfler le contingent de faibles lecteurs alors que la proportion de personnes déclarant n'avoir lu aucun livre au cours des douze derniers mois (25%) est stable depuis 1981;

– la baisse de la lecture est plus nette chez les garçons que chez les filles;

– la lecture de livres pratiques ou liés à l'activité professionnelle se développe². »

On connaît à peu près les raisons de cette évolution (concurrence des nouveaux médias, affaiblissement du statut culturel du livre, baisse de la lecture étudiante, etc.³), et je voudrais surtout insister sur ses conséquences les plus importantes pour la création éditoriale, que nous avons tous constatées au cours des années 1990:

– la baisse des ventes moyennes par titre, observée dans tous les secteurs de la production, a conduit les éditeurs à augmenter considérablement le nombre de titres

*Le bel avenir
de la librairie
indépendante*
françois gèze

1. Je n'ai pas dit « des cheveux »...

2. Alain CORDIER, *Rapport de la Commission de réflexion sur le livre numérique*, ministère de la Culture et de la Communication, Paris, mai 1999. Il n'est peut-être pas inutile de rappeler que ces évolutions se retrouvent peu ou prou dans les autres pays développés. Ainsi, aux États-Unis, une étude du National Endowment for the Arts, publiée en juillet 2004 (*Reading at Risk. A Survey of Literary Reading in America*), montre que, pour la première fois, la lecture de littérature de fiction est en forte baisse dans tous les segments de la population, quels que soient l'âge, la catégorie sociale ou l'origine ethnique.

3. Voir Fabrice PIAULT, *Le livre: la fin d'un règne*, Stock, Paris, 1995.

produits pour tenter de maintenir le niveau de leurs revenus, d'où une inflation maintes fois dénoncée du nombre de nouveautés (de 22 000 – avec les nouvelles éditions – en 1995 à 30 800 en 2003), dont beaucoup sont en fait inutiles ;

– pour faire face à la baisse des ventes, les éditeurs et les imprimeurs ont été contraints à d'importants efforts de productivité, ce qui a eu un effet paradoxal : la baisse du niveau d'investissement nécessaire pour couvrir les frais de fabrication (composition, impression, papier) a encouragé certains éditeurs (petits ou gros) à produire de plus en plus, en rognant simultanément sur les autres frais (travail éditorial, droits d'auteur, promotion), d'où un autre facteur d'inflation de la production et de baisse de la qualité des nouveautés ;

– on observe enfin une polarisation croissante du marché entre une petite minorité de titres « best-sellers » (quelques centaines à peine par an) et les autres, dont la majorité se vendent peu ou très peu, la catégorie des livres « intermédiaires » (ventes comprises entre 3 000 et 15 000 exemplaires) tendant à se réduire fortement : d'où la nécessité de mettre en œuvre des actions de marketing très « fines » pour accroître les ventes des livres spécialisés intéressant des publics ciblés (ce pour quoi les petites structures d'édition innovantes sont mal équipées).

La polarisation du marché de la librairie, une chance pour les indépendants

Pris entre ces évolutions pour le moins préoccupantes de la demande comme de l'offre, quels peuvent être le positionnement et le rôle des libraires, pris au sens large ? Depuis une dizaine d'années, on constate qu'ils ont su finalement assez bien s'adapter, mais de façons très différentes selon les types de points de vente, avec une nette tendance à la polarisation, reflet de celle du marché et de la production.

D'un côté, on a assisté à une nette montée en puissance du pôle des hypermarchés et supermarchés (29% de la vente en détail⁴), avec un assortiment limité, concentré sur le poche, la bande dessinée, la jeunesse, le parascolaire et les best-sellers de littérature générale. De l'autre côté, le pôle de la librairie indépendante, sur lequel je vais revenir, a vu sa part de marché (28% de la vente au détail, 19% seulement du marché total) se réduire. Et entre les deux, un pôle intermédiaire, constitué, d'une part, des Maisons de la presse et Relay (13% de la vente au détail) et, d'autre part, des chaînes multimédias (Fnac, Espaces culturels Leclerc, Virgin-Furet du Nord, Cultura...), dont la part de marché (environ 30%) est en croissance, principalement par l'ouverture de nouveaux magasins.

Tendanciellement, même si leur assortiment reste évidemment plus important, les pratiques commerciales de ce pôle intermédiaire tendent à se rapprocher de celles des rayons librairies des grandes surfaces : allégement des stocks et augmentation de leur taux de rotation, poids croissant des best-sellers, actions promotionnelles ponctuelles financées par les éditeurs, accent mis sur la qualité de l'accès en libre-service plus que sur le conseil au client, etc. Bien sûr, les

chaînes conservent des «vaisseaux amiraux» à l'offre très riche, mais ces tendances sont de plus en plus nettes dans les autres magasins, en particulier les nouvelles ouvertures.

Les libraires indépendants s'inquiètent souvent de ce poids croissant de l'ensemble grandes surfaces + chaînes et voient parfois la diminution de leur part relative dans le marché global comme la promesse annoncée de leur disparition. Je pense qu'il n'en est rien et que, au contraire, ces évolutions renforcent le rôle de la librairie dite (à tort) «traditionnelle» et lui offrent de nouvelles chances.

Revenons en effet aux chiffres des pratiques de lecture produits par les enquêtes du ministère de la Culture. Même s'il ne faut pas confondre livre lu et livre acheté (il faut tenir compte du développement de l'emprunt en bibliothèque et des prêts entre particuliers, mais aussi des livres cadeaux qui ne seront jamais lus), les tendances lourdes qu'ils révèlent indiquent bien une polarisation des pratiques, qui s'est traduite dans le marché du livre. En vingt ans, la part des «faibles lecteurs» a nettement augmenté (et il est en soi très positif que plus de gens accèdent à la lecture, même s'ils lisent peu). On peut faire l'hypothèse (qu'a vérifiée le succès de France-Loisirs dans les années 1980) que ce lectorat concentre ses lectures – et donc ses achats – sur un nombre relativement restreint d'ouvrages. Et en forçant un peu le trait, il ne semble pas excessif de considérer que le développement des ventes des rayons librairie des grandes surfaces s'est principalement appuyé sur celui de ce public de «faibles lecteurs».

À l'autre extrême, on peut supposer que les «grands lecteurs» sont ceux qui constituent le principal public de l'édition dite «de création», les plus friands de vraies découvertes littéraires et de nouvelles idées, et qu'ils s'approvisionnent surtout dans les librairies indépendantes. En première approche, leur forte diminution enregistrée par les enquêtes «pratiques culturelles» est donc assurément un sujet d'inquiétude pour l'avenir de la création éditoriale et des librairies indépendantes qui la soutiennent.

Et pourtant, le tableau réel n'est peut-être pas aussi sombre. Certes, beaucoup de libraires constatent une diminution de la part relative de leurs «gros clients» fidèles. Mais en même temps, ils observent une diversification des pratiques d'achats de leurs autres clients, dif-

4. Ce chiffre et ceux qui suivent, issus du panel Sofres, sont donnés par Bruno CAILLET, «L'évolution de la diffusion», in SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION, *L'Édition en perspective, 2003-2004*, Paris, juin 2004. Rappelons que la vente au détail représentait (en valeur) en 2003 environ 67% du marché du livre en France, le reste étant représenté par la vente par correspondance (12%), les clubs (11%) et les autres canaux de ventes directes (10%) (source SNE).

faciles à caractériser et dispersées sur un grand nombre de titres, mais qui n'en contribuent pas moins au développement de leurs ventes.

Et c'est là que l'opposition forts lecteurs/faibles lecteurs (et donc forts acheteurs/faibles acheteurs) trouve sa limite. Les évolutions sociologiques et générationnelles sont certes complexes à cerner, mais il ne fait pas de doute, comme l'a notamment montré l'enquête pionnière de Bernard Lahire⁵, que l'on assiste depuis quelques années à un « éclatement » et une dispersion des pratiques culturelles en général, et de la lecture en particulier, qui rendent assez largement obsolète l'opposition entre « grands lecteurs cultivés », héritiers de la tradition des humanités, et « faibles lecteurs » cantonnés à la littérature « populaire ».

Si l'on suit les analyses assez convaincantes de Lahire, la cohérence sociologique de chacun de ces pôles tend à s'effriter, surtout dans les jeunes générations : les diplômés des CSP les plus favorisées peuvent aussi bien acheter du Deleuze que du Mary Higgins Clark, de même que des employés de la Poste peuvent lire à la fois Sénèque et Christian Jacq. Et il est probable que ces comportements de lecture « volatils » (qui n'excluent pas pour autant les passions, voire les attachements maniaques à un genre particulier) sont tout autant ceux de la frange des « moyens lecteurs » (qui lisent de dix à vingt-quatre livres par an), dont la part reste stable (autour de 23% de la population française de plus de quinze ans) depuis le début des années 1990.

En d'autres termes, cela signifie que les décisions de lecture (et d'achats de livres) répondent bien moins qu'auparavant à des déterminismes simples. Certes, les « vieux » diplômés du supérieur restent souvent de forts lecteurs ; certes, les jeunes étudiants d'aujourd'hui lisent beaucoup moins de livres que leurs aînés des années 1970, guidés qu'ils sont depuis longtemps par un rapport utilitariste au savoir et par les facilités de la photocopie et d'Internet ; certes, les lourdes opérations de marketing (pour des « produits » qui sont d'ailleurs loin, en général, d'être nécessairement « de la daube » – que l'on songe au Petit Larousse ou aux grandes collections de poche) peuvent toujours « générer » de gros chiffres d'affaires ; certes, enfin, les livres « médiatiques », ceux des auteurs, déjà célèbres ou non, qui « passent à la télé », sont à peu près assurés de rentrer dans les listes des meilleures ventes (et là, la « daube » est plus fréquente).

Mais les exceptions à ces « tendances lourdes », et moyennement excitantes, admettons-le, sont devenues bien trop nombreuses pour admettre qu'elles seules « font le marché ». Car des contre-tendances, tout aussi significatives en termes de ventes, pour les libraires comme pour les éditeurs, se sont affirmées depuis dix ans. Il s'agit aussi bien des nombreux « best-sellers inattendus » (de Anna Galvalda à Fred Vargas, en passant par Marie-France Hirigoyen ou Corinne Maier) que des dizaines de milliers de titres, dans tous les domaines, qui se vendent plus modestement et dont on parle moins, mais qui n'en constituent pas moins autant de petits ruisseaux formant des rivières, et parfois, pour les plus grandes librairies, des fleuves...

Pour répondre aux attentes du public que révèlent ces contre-tendances, qui pourraient bien devenir dominantes pour l'essentiel de la production éditoriale

«non-prévue» (car répondant à cet éclatement des pratiques culturelles analysé par Bernard Lahire), les librairies indépendantes sont assurément bien mieux placées que les grandes surfaces et les chaînes de magasins multimédias.

Les atouts de la librairie indépendante

Depuis vingt ans, elles ont en effet montré qu'elles disposaient d'atouts dont les grandes surfaces étaient dépourvues (même si certaines d'entre elles, pour les rayons librairie les plus importants, s'efforcent depuis peu de les acquérir) et que les grandes chaînes multimédias ont eu tendance à délaisser au profit d'une offre certes «modernisée», mais tendant aussi à être standardisée et donc mieux adaptée aux «tendances lourdes» qu'aux «contretendances».

Je vais sans doute enfoncer ici quelques portes ouvertes pour les professionnels de la librairie, mais il ne me semble pas inutile de rappeler rapidement quels sont certains des atouts de la librairie indépendante.

Le premier, et le plus manifeste, c'est *la capacité de conseil*. Le constat relève désormais de l'évidence: pour les romans et les essais, la critique littéraire, victime d'une profonde crise de confiance de la part des lecteurs, a largement perdu son pouvoir de prescription (ce qui est sans doute l'un des facteurs, sur longue période, du recul de la part des forts lecteurs). Certes, le «panurgisme» de la critique conserve une certaine efficacité: la parution simultanée d'articles louangeurs dans les principaux médias écrits et l'apparition de son auteur à la télévision assurent quasi inmanquablement de fortes ventes à un livre qui vient de paraître; mais, sauf exceptions de plus en plus rares, les scores enregistrés par ces «best-sellers annoncés» sont bien plus modestes que par le passé, alors même que l'intensité du matraquage médiatique ne cesse de s'élever.

Et pour l'essentiel de la production, trop de critiques de complaisance ont provoqué trop de déceptions pour que la critique conserve son pouvoir prescripteur. Il s'agit là d'une spécialité bien française: depuis des décennies, tous les professionnels déplorent en chœur l'absence en France de journaux littéraires de la qualité de la *New York Review of Books*, du *Times Literary Supplement* ou des supplé-

5. Bernard LAHIRE, *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, La Découverte, Paris, 2004.

ments de la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ou de *Die Zeit*. Mais rien ne change, et le fait qu'un critique littéraire puisse être en même temps auteur, voire éditeur, constitue la norme plus que l'exception.

D'où la pratique généralisée des « renvois d'ascenseur », qui retire toute crédibilité à la critique, ce qui encourage nombre de lecteurs à se replier sur les valeurs sûres, au détriment des nouveaux talents : parmi les nouveautés en grand format, on achètera surtout celles des auteurs confirmés (pas de surprise...), et quant aux autres, on attendra éventuellement la réédition en poche, impliquant une sélection, et considérée de ce fait comme apportant une garantie minimum de qualité (sur trois romans contemporains vendus, deux le sont en édition de poche). D'où aussi, pour les plus curieux, un recours plus systématique aux emprunts en bibliothèque, facilités par la notable amélioration du volume de leurs acquisitions, et permettant d'éviter la frustration d'achats décevants.

Face à cette dérive, ce sont bien les libraires indépendants, petits ou grands, qui ont su les premiers relever le gant. Grâce à la compétence de leurs vendeurs, qui lisent plus et mieux que bien des critiques, ils ont développé, de mille façons (fiches de lecture, « coups de cœur », prix spécialisés...), les conseils à leurs clients. Et en littérature générale, on ne compte plus les exemples de livres plus ou moins ignorés de la critique qui ont été « lancés » par les libraires indépendants du premier niveau. Au point, souvent, de devenir des best-sellers, alors vendus en masse par les « suiveurs » que sont par nature les grandes surfaces, mais aussi par les magasins des chaînes multimédias : non que ces derniers ne comptent pas des vendeurs compétents, mais les contraintes qui leur sont imposées (limiter les prises d'offices, gérer les réassorts de façon malthusienne) leur interdisent de plus en plus de prendre les risques d'une prescription volontariste, comme le font de plus en plus les libraires indépendants.

Deuxième atout de ces derniers, presque aussi évident que le premier : la *capacité d'entretenir un fonds raisonné*. Face à la déferlante des nouveautés, ce que les lecteurs « volatils » d'aujourd'hui attendent de leur libraire, c'est bien sûr la compétence pour trier le bon grain de l'ivraie, mais aussi celle de leur proposer des titres de fonds répondant à leur curiosité, leurs besoins, leurs attentes. Pour échapper à ce piège infernal qui fait le quotidien de la librairie, celui de la pile-qui-chasse-l'autre, l'expérience a montré que ceux qui sont en mesure d'entretenir un fonds cohérent (et cela peut se faire sur 60 m², pour les spécialisés, comme sur 1 500 m², pour les généralistes), de l'exposer sur tables autour de thèmes liés à l'actualité ou à des événements culturels (ou au seul goût du libraire), enregistrent presque toujours des progressions significatives de leur chiffre d'affaires.

Là encore, les indépendants ont le privilège, par rapport aux chaînes et aux grandes surfaces, d'une souplesse et d'une réactivité qui constituent un indiscutable avantage comparatif. Et quand ces pratiques de « mise en avant du fonds » s'inscrivent dans la durée, sans rien devoir aux financements *ad hoc* des éditeurs (solution de facilité choisie, sur le modèle américain, par les librairies de « grande diffusion »), l'expérience montre aussi que le libraire fidélise efficacement sa

clientèle, même la plus volatile, voire élargit, par sa réputation, sa zone de chalandise.

La souplesse de fonctionnement est précisément un troisième atout de la librairie indépendante que n'ont plus, ou de moins en moins, les grandes surfaces, multimédias ou non. Cela concerne d'abord la possibilité d'adapter les horaires d'ouverture aux fluctuations de la conjoncture (possibilité, j'en ai bien conscience, qui implique toutefois de lourdes servitudes et qui est loin, de ce fait, d'être la panacée). Et cela concerne surtout la possibilité de jouer, dans la ville, un rôle indispensable d'animateur culturel. Certes, les grandes chaînes savent aussi organiser des débats avec des auteurs, et nombre de leurs magasins le font efficacement. Mais si j'en juge par mon expérience d'éditeur, j'observe que les librairies indépendantes ont en la matière une capacité d'initiative et de réactivité bien supérieure à ces derniers.

Et, au-delà de cette pratique classique de l'invitation d'auteurs, les indépendants parviennent souvent, par d'autres initiatives, à construire des partenariats avec les autres acteurs locaux de la vie culturelle (bibliothèques, cinémas, associations, écoles et universités...), lesquels, quand ils s'inscrivent dans la durée, se traduisent également par un élargissement de leur clientèle.

Dernier point, plus technique, que je tiens à mentionner comme relevant de cette «souplesse»: l'interclassement grands formats/poches. Au fil des années, j'ai pu constater que cette pratique, qui correspondait bien plus aux nouvelles attentes du public des librairies que les classiques pochothèques, avait été d'abord mise en place par les indépendants, avec des résultats parfois spectaculaires. Les magasins de chaînes, engoncés dans la rigidité de leur organisation en rayons thématiques, ne s'y sont ralliés – et pas tous encore à ce jour! – que bien après. Constat trivial, diront certains. Mais cet exemple montre que, face à la volatilité nouvelle de la demande (en dehors des ouvrages «prescrits», par les médias ou par les institutions, scolaires et autres, qui constituent évidemment les plus grosses ventes en volume), les services marketing des grandes chaînes sont finalement bien moins efficaces que les «libraires de terrain», lesquels sont bien plus en mesure – même si tous ne le font pas – d'adapter leur magasin (et la structuration de leurs rayons) aux attentes de leur clientèle⁶.

*Le bel avenir
de la librairie
indépendante*
françois gèze

6. Je citerai un seul exemple, qui me tient à cœur du fait des livres que je publie, celui du fameux rayon «Droit-Économie-Gestion»: ce découpage, directement hérité de l'organisation universitaire des années 1950 et 1960, ne correspond plus aujourd'hui à aucun public homogène. On y retrouve mélangés des livres qui s'adressent à des publics totalement hétéroclites (juristes professionnels, praticiens de la gestion, étudiants de disciplines qui n'ont plus aucun rapport entre elles, travailleurs sociaux et militants divers). La majorité des magasins des grandes chaînes gardent ce rayon absurde, alors que nombre d'indépendants ont su l'éclater pour répondre aux attentes de publics disparates.

Perspectives, pas si noires

L'expérience de l'Adelc nous l'a montré: les 324 librairies aidées de 1989 à juin 2004 (représentant 472 dossiers de financement, car certaines ont bénéficié de plusieurs dossiers), qui constituent une part importante de ce pôle de la librairie indépendante, manifestent un dynamisme que bien des augures ne soupçonnaient pas quand l'Adelc a été créée, à l'initiative de Jérôme Lindon. Ce pôle est aujourd'hui le principal « canal » de vente pour une majorité écrasante des titres de littérature générale, mais aussi pour d'autres segments de la production éditoriale. Les sciences humaines, bien sûr; mais pas seulement; bien d'autres segments « spécialisés » n'existeraient plus sans ces librairies (ouvrages professionnels, droit et STM, religion, beaux livres, fiction jeunesse...). Et les éditeurs qui réalisent une part essentielle de leurs ventes par les canaux de « grande diffusion » (poche, dictionnaires, parascolaire, pratique...) ont commencé à prendre conscience qu'ils ne pouvaient pas non plus se passer des « indépendants du premier niveau ».

Il ne s'agit pas, pour autant, de peindre la réalité en rose. Je n'ignore pas que ce rôle majeur des indépendants dans le maintien de la création éditoriale s'accompagne d'un niveau de rémunération des libraires – sans la compétence desquels tout cela n'existerait pas – scandaleusement insuffisant. Ils sont les plus mal rémunérés de la chaîne du livre, et éditeurs et diffuseurs doivent prendre conscience que, sur le long terme, cette situation est tout simplement contraire à leurs intérêts. Par leur poids, les chaînes et les grandes surfaces ont les moyens de peser sur les remises (directement ou indirectement, par le biais des fameuses « remises de fin d'année » et du financement des « opérations spéciales »). Ces magasins sont bien sûr indispensables pour atteindre le plus grand nombre de lecteurs, et je ne mets nullement en cause leur utilité, tant économique que sociale et culturelle. Mais je pense sincèrement qu'il est de notre devoir de résister à leurs pressions sur les remises (d'autant que le prix unique, socle vital de nos professions, leur garantit des marges confortables) et d'améliorer au contraire celles des indépendants petits et moyens, dont la qualité du travail reste très insuffisamment rémunérée. Le diffuseur de La Découverte, Interforum, a fait un premier geste en ce sens au printemps 2004, mais il faut certainement aller plus loin.

Bien d'autres développements seraient sur ces sujets nécessaires. Faute de place, je m'en tiendrai à un seul message: libraires comme éditeurs, nous ne devons pas céder à l'illusion pessimiste que peut nourrir le constat de la part modeste et déclinante de la librairie indépendante (19% en 2003) dans le marché global du livre. Ce pourcentage n'a en effet tout simplement aucun sens, puisque son dénominateur agrège des chiffres d'affaires (livres scolaires, grossistes pour les collectivités, clubs, VPC, etc.) parfaitement honorables, mais sans rapport aucun avec ceux liés à l'édition de création. En vérité, les libraires indépendants jouent aujourd'hui plus que jamais un rôle prédominant dans la diffusion des livres de littérature générale et spécialisés, dont les succès continuent à

nourrir largement la prospérité des autres «canaux». Et la conjonction des évolutions sociologiques et des pratiques commerciales des autres canaux de vente leur promet un bel avenir.

À eux de le saisir, à nous éditeurs de nous mobiliser pour améliorer avec eux les techniques de commercialisation. Beaucoup reste en effet à faire en la matière. Car l'édition française fonctionne encore largement sur des schémas hérités du XIX^e siècle, à peine modernisés au cours des Trente Glorieuses. Les éditeurs connaissent mal les attentes et les pratiques d'achat des lecteurs: alors que celles-ci deviennent de plus en plus diverses et atomisées, ils commercialisent encore trop souvent de la même façon des livres destinés à des clientèles très différentes. De ce point de vue, même si c'est loin d'être la panacée, l'informatique peut être d'un précieux concours: en socialisant par exemple le nombre d'exemplaires de chaque titre vendus dans chaque librairie, on peut améliorer la mise en place et le suivi commercial des titres à venir dans chaque catégorie. Le projet de «book tracking» que prépare le Cercle de la librairie, à l'initiative de Denis Mollat, est de ce point de vue prometteur.

Bien d'autres initiatives sont envisageables et sont d'ailleurs abouties ou en chantier, qu'il s'agisse du fichier exhaustif du livre (FEL), de la convergence progressive des bases de données commerciales et bibliographiques (Electre, Dilicom et BNF) vers la norme Onyx, de la normalisation technique du circuit des commandes (pour permettre de recourir beaucoup plus systématiquement à l'échange de données informatiques, plus fiable et plus rapide), de la simplification et de la modernisation du système de transport de livres, ou de la mise au point de fichiers ciblés pour informer des clientèles spécifiques.

Bref, du pain sur la planche pour tous, et des perspectives finalement plus excitantes, à mon sens, que celles brossées par les partisans du verre-à-moitié-vidé (mais que l'on aurait bien tort, pour autant, de refuser d'entendre).

Conception graphique et mise en pages:
Petits Papiers (Toulouse)

Achévé d'imprimer
sur les presses de
l'Imprimerie 34 (Toulouse)
en novembre 2004

