

POUR LES DIX ANS DE CHANTELIVRE

par Simone Lamblin

Photo Kharbine-Tapabor



Il y a dix ans depuis mai que la librairie Chantelivre accueille les jeunes lecteurs et leurs parents. Au 13, rue de Sèvres, dans ce quartier de Paris plein de vie entre Montparnasse et Saint-Germain-des-Prés, sa large vitrine illuminée se voit de loin : des nouveautés choisies de tous les éditeurs pour enfants, albums, romans, livres documentaires, poésie, des découpages et des posters, quelques productions étrangères dont les images parlent d'elles-mêmes.

C'est un de ces magasins où l'on se sent bien. Spacieux sans excès, il offre un itinéraire et des pauses ; chaque visiteur, selon sa taille, trouve à portée d'œil et de mains des bacs ou des rayonnages où faire commodément son choix.

Les petits ont leur domaine : moquette et coussins pour feuilleter plus à l'aise, grand tableau pour dessiner si l'envie vous en prend. À côté, voici les disques et les cassettes ; des casques permettent aux clients d'écouter, sans déranger personne, au moment de fixer leur choix. Souvent, les parents font partager à l'enfant le plaisir de la découverte : alors le visage s'épanouit, on échange un regard complice...

Aux aînés, aux parents, aux enseignants, aux bibliothécaires qui hésitent, souhaitant un conseil, les vendeuses donnent toujours une réponse : pour chaque cas, âge ou niveau de lecture, goûts ou problèmes particuliers, elles proposent des solutions en fonction d'une longue expérience, d'informations et de lectures personnelles ; tout un savoir constamment tenu à jour et mis en commun dans l'équipe.

Rien de tout cela n'est facile, si naturel que cela puisse paraître à la plupart des clients. Un bon libraire, sans doute, ne fait rien que son métier ? C'est oublier la pesanteur des tâches matérielles, les tensions, les lectures prises sur les loisirs, tout ce qui dans les coulisses prépare et recrée chaque jour l'accueil offert au public.

En pleine saison avant les fêtes de fin d'année, Chantelivre recevait, en novembre dernier, les techniciens de la télévision avec leurs caméras et leurs câbles, sans cesser de répondre aux visiteurs. Ni les longs préparatifs, ni les interviews d'éditeurs, d'illustrateurs, d'enfants, ni les témoignages demandés à la directrice elle-même et à son personnel n'ont empêché la librairie d'assurer un service normal durant toute la journée.

N'est-ce pas la meilleure image qu'elle pouvait donner de son efficacité ?

Quand Véronique Lory a proposé à Jean Fabre, directeur des éditions de l'École et de l'École des loisirs, de créer dans son magasin une grande librairie spécialisée pour les enfants, elle n'était pas une inconnue. En acceptant de lui faire confiance, il prouvait une fois de plus la justesse de ses intuitions, qu'il s'agisse de collaborateurs ou d'auteurs.

À Caen, où elle animait avec son mari une librairie très vivante, Véronique Lory avait déjà créé un rayon pour les enfants : nouveauté sensationnelle à l'époque, qui avait rencontré un succès immédiat. Installée plus tard à Paris, elle organisait aux magasins du Bon Marché la librairie des Trois Hiboux où allaient être expérimentés un mobilier et une présentation, des sélections et une politique d'achats qu'elle avait longuement médités.

C'était alors un pari qui n'était pas gagné d'avance ; la notion de sélection surtout rencontrait plus d'un obstacle. Privilégier la qualité, n'était-ce pas commander en quantité certains titres et en exclure d'autres, renoncer à avoir tout en magasin et abandonner du même coup des remises avantageuses ? Il fallut mener fermement cette véritable révolution, convaincre les éditeurs, accoutumer le public à des choix plus attentifs.

Une démarche analogue avait été entreprise depuis longtemps par des organismes soucieux de promouvoir la lecture enfantine ; des critiques, des revues spécialisées s'attachaient de même à défendre la qualité et à informer le public. Reconnaissant dans leur effort l'esprit qui l'animait elle-même, Véronique Lory avait établi avec eux — tout particulièrement avec la Joie par les livres — des rapports d'amitié et des collaborations qui n'ont jamais cessé depuis.

Chantelivre devait rapidement faire la preuve que le choix de la qualité était bénéfique pour les jeunes, convaincant aussi pour les adultes intéressés à leurs lectures, et rentable enfin pour le libraire comme pour l'éditeur qui en acceptaient le risque.

La rentabilité d'une librairie, comme celle de toute entreprise, est le vrai signe de la santé. Il n'est sain ni pour le client ni pour le libraire de laisser dans l'ombre cet aspect essentiel de leurs échanges. Or le commerce du livre pose des problèmes de gestion difficiles à résoudre pour les maisons moyennes, et les données de

ces problèmes ont beaucoup évolué dans les dix dernières années. Acheter peu de volumes à la fois pour éviter le stock et limiter les mises de fonds conduit à l'asphyxie. Acheter en quantité, avec le bénéfice des surremises, c'est courir des risques évidents si la clientèle ne suit pas.

Il faut rappeler que Chantelivre, créée grâce à l'Ecole des loisirs, n'en a pas moins une gestion autonome et ne doit compter sur personne pour arranger d'éventuelles difficultés de trésorerie. L'option prise par Véronique Lory, c'est la circulation rapide d'un stock équilibré. Cela peut paraître un idéal trop beau pour être vrai. Mais c'est une réalité qui repose sur un esprit, des compétences, la volonté de réussir.

Savoir vendre, savoir acheter : les deux sont ici liés dans une même exigence. Si l'équipe est efficace, c'est qu'elle est sûre de ce qu'elle propose à ses clients, qui, eux, savent quels services ils peuvent en attendre. Elle est très diverse, cette clientèle, et très étendue géographiquement : enfants, parents, bibliothécaires, enseignants et animateurs viennent de Paris, de banlieue, de province. Le secteur important des « collectivités » assure régulièrement les expéditions en nombre.

Combien de visiteurs par jour ? Des centaines, mille dans les périodes de pointe que sont évidemment novembre-décembre et juin. Le mois le plus calme, comme pour tout le monde, est février, les enfants partant en vacances d'hiver avec leurs parents ou avec les classes de neige. A la librairie, c'est à peine une détente : il faut déjà prévoir les commandes de fin d'année !

Une part essentielle des activités du libraire tient à son contact avec tous ceux qu'intéressent le livre et la lecture, les manifestations culturelles, les créations des écrivains, illustrateurs, musiciens, groupes de théâtre, les recherches et innovations en matière de pédagogie,

etc. Au fond, s'occuper de livres pour enfants c'est y penser sans cesse, notant au jour le jour, au fil de rencontres, des revues, des émissions, cent idées qui s'y rapportent plus ou moins directement, ou vous inspirent de nouvelles initiatives.

Carrefour d'informations, la librairie se doit d'être à l'écoute de ce qui se fait pour les enfants un peu partout dans le monde. Les expositions, les foires internationales sont pour Véronique Lory des rendez-vous à ne pas manquer. Savoir acheter c'est être à l'affût d'un livre, d'un objet, d'une nouveauté inattendue pour lesquels on éprouve ce coup de cœur qui ne trompe pas : les enfants aimeront cela. Et comme toute commande, tout projet entrent dans une stricte programmation — dans un budget —, il faut immédiatement évaluer le coût, le prix de vente, les délais, le nombre d'exemplaires. Etre audacieux et réaliste, surtout pas timide, et jamais à courte vue. Ainsi, entre autres, la « carterie » (images, découpages, etc.) est souvent plus soignée et plus inventive dans les pays étrangers ; elle a sa place à Chantelivre, appelée peut-être à se développer, avec d'autres surprises pour les jeunes visiteurs.

Car la librairie change pour qui sait la regarder : elle rajeunit toujours en gardant les mêmes traits. Un double rayonnage coulisant, d'un superbe rouge de laque, regroupe depuis quelques mois les collections de poche, présentées par éditeurs, de façon que les couvertures vues de face soient plus attrayantes et plus accessibles aux enfants.

D'autres projets mûrissent dans la tête de cette libraire qui aime ce qu'elle fait, et le fait bien. C'est sans doute qu'elle a les doigts verts pour les livres d'enfants, comme elle les a pour les arbres, les fleurs et les bonnes herbes qui s'épanouissent par ses soins dans son grand jardin de Provence.

S.L.