

25 ANS DE COMMERCE DU LIVRE POUR LA JEUNESSE EN FRANCE

par Nathalie Beau*

Voilà de quoi tenir
une petite
semaine



ill. Serge Bloch, in Guide Bayard Presse

Rappelant l'histoire du livre de jeunesse sur le plan économique depuis 25 ans, Nathalie Beau souligne l'importance d'un réseau de distribution diversifié dans le soutien à la création.

Elle s'interroge sur les perspectives d'évolution des librairies indépendantes - voire sur leurs chances de survie - alors que le développement de nouveaux lieux et modes de commercialisation du livre et la concurrence d'autres produits culturels modifient profondément le paysage de la librairie.

Children's books mean bu\$iness

Ce slogan était celui du congrès de l'ABA (American Booksellers' Association) dans les débuts des années 80. Avec son S en forme de dollar, cette affirmation brutale m'avait fait frissonner. C'est vrai que nous préférons des expressions plus douces, comme celle de Jean Perrot quand il parle dans *Lectures, livres et bibliothèques pour enfants* (Éditions du Cercle de la librairie) d'« art négoce » !

Oui, le livre est aussi un objet commercial (on dit un produit !...). Sa commercialisation évolue, particulièrement dans le livre de jeunesse. Et bien des enjeux sont liés à ces évolutions.

Je vous propose un petit retour en arrière, juste 25 ans, et un voyage dans une de nos belles régions qu'on appelait alors province, pour un état des lieux de la place du livre pour la jeunesse dans les librairies... de Strasbourg, par exemple !

En 1975, les librairies de cette ville étaient presque toutes de vieilles dames très respectables.

Le livre de jeunesse y avait sa place, de loin pas la meilleure ! Les rayons étaient remplis de belles couleurs, bien rangées : rose, verte, rouge et or... Heureusement le Père Castor veillait. Les « Martine » se battaient avec les « Caroline » et si par malheur vous aviez

* Nathalie Beau a exercé pendant 15 ans le métier de libraire pour la jeunesse et a présidé l'Association des Libraires Spécialisés pour la Jeunesse. Elle a été ensuite chargée de promotion et de communication dans l'édition. Elle est actuellement responsable d'Ibby-France.

entendu parler d'un de ces nouveaux albums de L'École des loisirs, d'Harlin Quist ou de Grasset-Jeunesse, il fallait beaucoup de chance pour mettre la main dessus !

Restait la solution d'un petit tour à Paris, du côté de « Chantelivre » et celle plus radicale de créer une librairie spécialisée. C'est ce que nous avons fait, Michèle Babinet et moi-même, en 1977, en même temps que « L'Eau vive » à Avignon, et précédant de peu la création de « Comptines » à Bordeaux, de « Libr'enfant » à Tours, de « Jean de la Lune » à Nevers, du « Préau » à Metz, etc.

La constitution du fonds ne nécessitait pas un gros investissement. Je pense que nous avons sélectionné au grand maximum mille titres. Notre volonté était d'avoir une offre différente de celle de nos confrères ; pas question d'avoir des séries et chaque livre était sélectionné avec attention.

Quel bonheur de faire découvrir Ungerer, Sendak, Lionni, Lobel, les premiers Français de cette mouvance, Brisville, Danièle Bour avec *Marie et le chat sauvage*, l'Alice de Claveloux, ... et quelle difficulté d'expliquer que nous ne voulions vendre ni « Oui-Oui » ni « Le Club des cinq » !

Le géranium était déjà sur la fenêtre et n'amusaient pas vraiment les enseignants ! Et même les bébés pouvaient avoir du plaisir à lire...

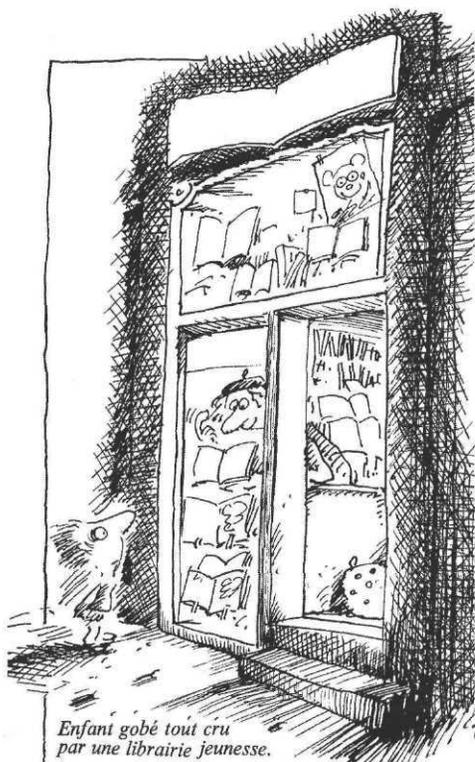
En 78, naissait Folio Junior. Tout se mit à aller très vite.

Le grand boom des années 80, perturbé par les deux années de prix libre du livre

En 84, on compte plus de cent éditeurs qui, ensemble, éditent 5275 titres pour la jeunesse et en BD. 71 millions d'exemplaires sont vendus.

La première « Bouquinette » était devenue trop petite. Nous avons déménagé.

Les lois de décentralisation renforcent le rôle culturel des communes. De nombreuses bibliothèques se créent. Nous instaurons



III. Pef, in *La Grande aventure du livre*, Gallimard.

avec ces bibliothécaires de formidables relations de travail, organisons des comités de lecture pour présenter les nouveautés, prêtons les livres pour permettre un choix plus approfondi...

Les écoles créent des BCD, les collèges, des CDI. Il y a un énorme travail d'information à faire pour donner des repères dans toute cette production.

Les éditeurs reconnaissent aux libraires spécialisés un rôle de pionnier et de défricheur de ces nouveaux marchés.

Dès 1981, ces libraires se réunissent, ressentant fortement la nécessité de penser ensemble ce nouveau métier et de le faire connaître. C'est ainsi qu'est née l'Association des Libraires Spécialisés pour la Jeunesse qui créera, quelques années plus tard, le prix

Sorcières organisé maintenant en partenariat avec l'A.B.F., puis la revue *Citrouille* en 1992¹.

Pendant ce temps les FNAC se sont installées au cœur des grandes villes, avec un rayon jeunesse digne de ce nom et une remise systématique de 20% sur le prix conseillé fixé par l'éditeur. C'est essentiellement la notion de service qui permet aux librairies spécialisées de garder leur place dans l'organisation de la distribution du livre dans leur zone de chalandise. Le personnel des FNAC tourne d'un rayon à l'autre, ce qui ne permet pas une connaissance aussi approfondie du fonds. Les vendeurs étaient aussi moins nombreux, donc moins disponibles. Il faut savoir aussi que leurs objectifs de rentabilité sont beaucoup plus élevés que ceux d'une petite librairie indépendante et que par conséquent le chiffre d'affaires à réaliser par vendeur est plus élevé. Les librairies générales agrandissent aussi l'espace dédié à la jeunesse, mais restent peu sélectives.

Le commerce du livre fut perturbé à partir de 1979 par l'instauration du prix libre du livre. Les grandes librairies pensaient ainsi pouvoir augmenter leurs marges. Mais c'était sans compter sur le développement de la vente de livres en grandes surfaces et sur l'implantation des FNAC dans toutes les grandes villes. Les petits libraires ne pouvaient en aucun cas pratiquer des remises. De nombreuses librairies fermèrent, d'autres se trouvèrent menacées. Allions-nous assister à la disparition des librairies comme nous avons assisté à la disparition des disquaires ? Une vraie menace pesait sur l'accès au savoir. L'enjeu devint politique.

François Mitterrand s'engagea en faveur du prix unique dans sa campagne présidentielle et trois mois après les élections, le 10 août 1981, la loi Lang sur le prix unique du livre

1. A.S.L.J. : 48 rue Colbert, 37000 Tours. Tél. 02 47 66 95 90.



Le n°0 de *Citrouille*, janvier 1992

fut votée. L'information sur cette loi se fit très mal. Deux années avaient suffi aux acheteurs pour comprendre que les livres étaient moins chers dans les grandes surfaces, alors qu'il fallut au moins 10 ans pour qu'ils intègrent que la loi Lang ne permettait que 5% de remise sur le prix unique, fixé par l'éditeur !

La loi prévoit que les collectivités, publiques ou privées, peuvent bénéficier de remises de plus de 5%. Cet article fragilise les librairies petites et moyennes qui doivent s'aligner sur les remises pratiquées par les chaînes et les gros libraires.

Pendant ces années, les grandes surfaces ont mis en place des livres prévendus comme ceux de Walt Disney ou ceux d'éditeurs spécialisés dans ce créneau comme Hemma, Lito ...

Années paradoxales. Un formidable essor, beaucoup d'enthousiasmes, d'initiatives.

À la fin de cette décennie, grâce à l'ensemble des médiateurs, l'importance de la lecture dans le développement de l'enfant est devenue une évidence. Il n'est plus le jouet qu'on lui donne pour qu'il se tienne tranquille, ni le moyen privilégié pour transmettre des leçons de choses ou de morale. Il a sa place dans tous les lieux de vie de l'enfant, les plus grandes inégalités demeurant sûrement au sein même des familles.

Les années 90 : la vitesse de croisière

Si le nombre de nouveautés mises sur le marché a encore tendance à augmenter doucement, le chiffre d'affaires global de l'édition jeunesse stagne.

Pour 97, le Syndicat National de l'Édition annonce pour l'édition jeunesse un chiffre d'affaires de 1,113 milliard de francs, soit 8,3 % du chiffre d'affaires global de l'édition, occupant la 5^e place derrière la littérature générale, le scolaire, les livres pratiques, les encyclopédies et les dictionnaires. Ce qui représente 63,747 millions d'exemplaires pour une production de 6793 titres dont 2984 nouveautés. Le tirage moyen est plus élevé que celui de la moyenne des autres secteurs (8797). Le poche représente 36% de la production jeunesse. (Source : *Livres Hebdo*, n° 314).

La librairie dans toute sa diversité a suivi le formidable mouvement des années 80. Le livre de jeunesse est partout, sans doute dans les 30 750 points de vente de livres recensés par la Direction du Livre et de la Lecture !

La quantité et la qualité de cette présence est extrêmement variable. Les éditeurs estiment environ à 300 le nombre de libraires qui entretiennent rigoureusement un fonds de livres de jeunesse.

À « L'Eau vive », à Avignon, le nombre de titres oscille autour de 12 000. Il se stabilise. La gestion informatisée du stock permet une plus grande rigueur et les difficultés de renta-

bilité obligent à veiller à ce que le stock ne s'alourdisse pas.

À la différence du reste de l'offre éditoriale, où la durée de vie moyenne des livres diminue sans cesse, les livres de fonds représentent entre 50 à 60% du marché. Les très bons livres ne vieillissent pas et leur public se renouvelle sans cesse. Dans les six meilleurs ventes jeunesse de l'automne dans *Livres Hebdo*, on trouve quatre titres qui ont tous largement plus de dix ans. On parle pour ces titres de « long-sellers ». La faible médiatisation du livre de jeunesse participe sûrement à ce phénomène, mais plus encore, la prescription scolaire joue dans ce sens. Si le livre de jeunesse est largement entré à l'école par les BCD et les CDI, les lectures suivies se font dans un nombre restreint de titres que les enseignants ont remarqués pour leur facilité d'intégration dans les programmes.

La qualité moyenne de tous ces livres pour la jeunesse a beaucoup augmenté, ce qui rend la recherche des vraies perles parfois plus difficile et le conseil tout aussi essentiel.

Toutes les librairies générales ont renforcé leur rayon jeunesse. Les chaînes qui intensifient leur développement, (la FNAC s'installe dans des villes de taille moyenne, Extrapole, racheté par Hachette a de gros projets de développement, tout comme Virgin, Plein Ciel...) consacrent toutes un espace important aux livres de jeunesse.

Les éditeurs avaient pensé que la grande distribution serait pour eux une nouvelle poule aux œufs d'or. Mais la concurrence y est très dure et, pour occuper des linéaires de super ou d'hypermarchés, il faut accorder de telles remises que la rentabilité devient problématique. Force est aussi de constater qu'une partie seulement de la production peut être vendue par ce biais.

La différence entre les points de vente de livres pour la jeunesse se fait aujourd'hui essentiellement sur la qualité du service rendu à la clientèle ; accueil, conseil, signa-

létique, convivialité et confort du lieu, rapidité du service de commande à l'unité, qualité des animations...

Et demain ?

Il est bon, avant d'analyser les grandes questions qui sont susceptibles de modifier le paysage de la librairie dans les années à venir, de rappeler que sur 10 livres vendus en France, 4 le sont dans les librairies, 3 dans les grandes surfaces et 3 par courtage et vente par correspondance.

Un nouveau venu dans la distribution : Internet

La vente de livres par Internet se développe, sans atteindre toutefois une dimension significative en termes de marché. Le site américain « Amazon » connaît un succès réel, bien qu'encore mineur au plan commercial. Sa cotation en bourse a atteint des valeurs incroyables. Cela présage-t-il un développement considérable de la vente du livre par ce nouveau canal ? Il est, quoiqu'il arrive, intéressant d'aller faire un tour sur ce site très bien conçu.

L'expérience en France, menée par « Le Furet du Nord » est encore très expérimentale, seulement 6 à 8 livres s'y vendaient chaque jour en 97.

Une autre expérience est tentée par « Decitre » à Lyon avec le géant allemand Bertelsmann, propriétaire de France-Loisirs. Elle servira de base à la future librairie en ligne « Books on line » mise en place par Bertelsmann et Havas éditions.

En 97, le commerce électronique du livre représentait 50 millions de francs, soit 300 fois moins que le minitel, mais les choses vont très vite. Comment les libraires pourront-ils réagir face à ce développement ? La librairie indépendante, petite et moyenne, n'a pas une rentabilité suffisante pour faire face aux investissements que nécessitent les créations de ces sites.

De nouveaux produits et de nouvelles pratiques : seront-ils intégrés à la librairie ?

Face à la diversification des supports de l'écrit et de l'image, les libraires doivent-ils ouvrir largement leur librairie à d'autres choses qu'au livre ?

Des espaces comme les FNAC Junior ou Apache développent avec plus ou moins de bonheur un concept de « mixproduit », mélangeant les différents supports - livres, CD-Rom, CD audio, aux jeux électroniques ou traditionnels - jouets, fournitures pour travaux manuels... La FNAC Junior annonce l'ouverture d'une dizaine de magasins pour 99.

Ces espaces appuient leur stratégie sur de nombreuses propositions d'animations.

C'est essentiellement sur ces notions de service que les différentes chaînes cherchent à se différencier. Le public est abordé à travers de fines stratégies de marketing et de communication. Sur ce point encore, on comprend aisément que la librairie traditionnelle et indépendante aura du mal à suivre.

La librairie dans la ville

On assiste, d'une façon générale, à une concentration du commerce dans les hypercentres et à la disparition des commerces dans les quartiers. Les grandes librairies, bénéficiant d'emplacements très bien situés ont généralement réussi à s'agrandir en annexant des étages, des sous-sols, ou des commerces voisins. Elles parviennent ainsi à rivaliser avec les chaînes, (FNAC particulièrement) dont l'appartenance à d'importants groupes financiers permet des investissements énormes pour leurs implantations dans les lieux les plus fréquentés des centres-villes. Face au très vaste assortiment qu'offrent ces très grandes librairies, les librairies générales de plus petite taille disparaissent. Les librairies spécialisées, particulièrement en jeunesse, se sont développées mais, pour elles, se pose aussi le problème de l'emplacement. Les pas-de-porte des centres-villes atteignent des niveaux de prix auxquels seules les grandes

enseignes peuvent faire face et qui de toute façon ne seraient pas compatibles avec la faible rentabilité de la librairie. (Une étude menée en 92 estimait que le résultat net après impôts des plus grandes librairies s'élevait à 0,5% du chiffre d'affaires, contre 0,9 % pour l'ensemble du commerce français). Placées dans des rues moins passantes, ces librairies réalisent avec les collectivités un pourcentage important de leur chiffre d'affaires. Ces ventes qui nécessitent beaucoup de travail et qui sont réalisées avec des remises risquent de fragiliser plus encore leur équilibre financier. Il faut une bonne dose de passion pour exercer ce métier !

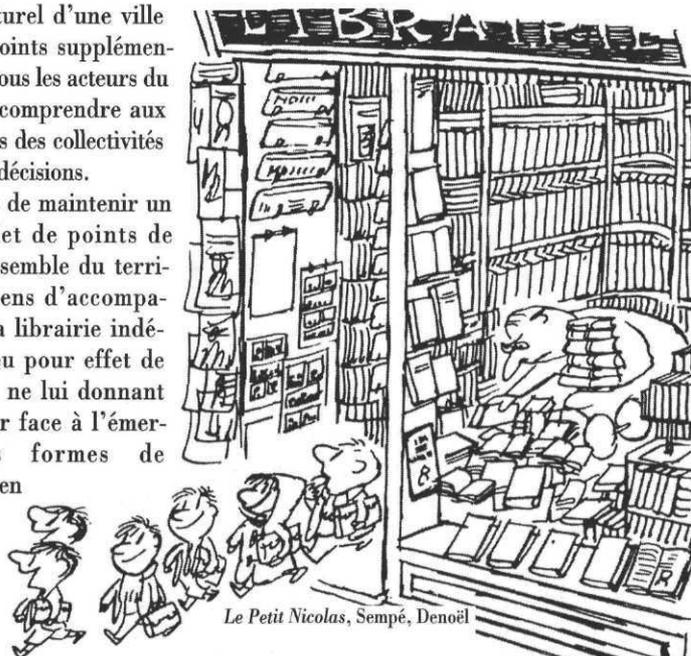
La présence du livre dans toute sa diversité, au sein d'une ville, devrait être envisagée comme un élément essentiel de sa vie culturelle. Mais quelles municipalités se soucient des libraires dans l'aménagement culturel de leur ville ? Les libraires sont-ils identifiés par les élus locaux comme de possibles acteurs culturels ? On peut douter d'une prise de conscience de ces questions quand on voit si souvent les marchés des bibliothèques échapper aux libraires de la ville. Le dynamisme culturel d'une ville vaut-il quelques petits points supplémentaire de remise ? C'est à tous les acteurs du monde du livre de faire comprendre aux élus et aux administrations des collectivités locales les enjeux de telles décisions.

« Si la loi Lang a permis de maintenir un réseau dense et complet de points de ventes de livres sur l'ensemble du territoire, l'absence de moyens d'accompagnement en faveur de la librairie indépendante de qualité a eu pour effet de fossiliser ce maillage en ne lui donnant pas les moyens de réagir face à l'émergence de nouvelles formes de concurrence » écrit Fabien

Chaumard dans *Le Commerce du livre en France* (L'Harmattan, 1998).

Alors ? Vers quelle forme de librairies allons-nous quand on assiste parallèlement à une concentration des deux tiers de l'édition dans les mains d'énormes groupes financiers - aux exigences de rentabilité de plus en plus élevées - et au développement des chaînes dont les référencements deviennent de plus en plus exigeants pour les mêmes raisons ?

Entre ces deux étaux, le rôle de la librairie indépendante dans le soutien à la création devient de plus en plus essentiel. Or ce rôle ne peut être garanti ou mieux encore développé que par une prise de conscience par tous les lecteurs, et plus spécialement par tous les professionnels du livre, de l'importance de sauvegarder la diversité de ce réseau. Pierre Marchand disait par boutade, il y a quelques temps dans un débat au Salon du livre de jeunesse à Montreuil, en parlant des éditeurs : « On a les libraires qu'on mérite ! » Je lui emprunte volontiers cette phrase, sans sa permission, mais pour le compte des lecteurs, de tous ceux qui aiment partir seul ou accompagné d'enfants sur les chemins de traverse de la littérature. ■



Le Petit Nicolas, Sempé, Denoël