

# L'enseigne E. LECLERC



par **Anthony Foret**

Chargé d'achat Livres pour le mouvement E.LECLERC

L'enseigne E.LECLERC est atypique sur le marché du livre Jeunesse du fait de la nature de ses magasins. En effet, nous sommes présents à la fois sur le segment des Grandes Surfaces Spécialisées avec nos 180 Espaces Culturels E.LECLERC (l'offre en livres est une offre de librairie, située dans une surface commerciale indépendante de l'hypermarché) et sur le segment des hypermarchés et supermarchés (plus de 350 magasins). Notre présence sur ce marché couvre un large spectre et le référencement de nos rayons Jeunesse est donc assez différent selon le type de magasins.

Les hypermarchés vont proposer des titres et collections grand public dont les personnages sont souvent l'objet d'adaptations télévisées (Dora, Tchoupi, Juliette, personnages Disney...) mais aussi des collections à forte notoriété ou historiquement présentes dans les grandes surfaces (« Petit Ours Brun », « Martine », « Bibliothèque verte » et « rose », « Disney », séries de BD telles que

« Boule et Bill », « Titeuf »...) et ce qu'on appelle les « sèche-pleurs » (coloriages, autocollants, livres d'activités ou albums à petit prix). Sans oublier les thèmes et personnages stars – parfois éphémères – des cours de récréation : l'univers « Petshop® » ou « Hello Kitty® », les chevaux et poneys, les dinosaures et chevaliers...

L'achat étant souvent non prévu par les parents, le prix de vente du livre – aussi bas que possible – est un argument important dans la décision d'achat. La mise en avant des opérations promotionnelles proposées par les éditeurs est également un atout dans la vente de ces livres : la présence de ces offres dans les axes principaux de circulation de nos hypermarchés est une chance supplémentaire de susciter l'intérêt de nos clients et déclencher l'achat. C'est donc la fréquentation de nos magasins que recherchent les éditeurs et la notoriété immédiate des livres présentés que recherchent les magasins. Enfin, les best-sellers du genre sont largement

vendus dans les grandes surfaces alimentaires qui contribuent au succès de séries telles que « Harry Potter », « Twilight » ou « Naruto ». Le poids des hypermarchés dans le chiffre d'affaires du livre Jeunesse est donc très important pour la plupart des éditeurs qui doivent proposer des collections adaptées.

En parallèle, les Espaces Culturels E.LECLERC, en tant que librairies indépendantes, proposent un référencement beaucoup plus complet, d'Actes Sud Junior à L'École des loisirs ou Syros, souvent constitué de plus de 10 000 références pour la jeunesse différentes. Les têtes de gondole sont remplacées par les traditionnelles piles de livres sur les tables, et les libraires assurent leur rôle de conseil et de prescription.

Chaque année en avril depuis bientôt dix ans, un *Guide de sélection des livres Jeunesse* est mis à disposition de nos

clients dans les Espaces Culturels et présente 160 titres et collections sélectionnés par un comité de libraires. Ce *Guide* est tiré à plus d'un million d'exemplaires et est très attendu par nos clients, nos libraires et, dans certaines villes, des bibliothèques et des enseignants qui travaillent étroitement avec nos magasins.

Les Espaces Culturels E.LECLERC sont répartis sur tout le territoire, souvent dans des villes petites ou moyennes où ils sont la seule librairie, avec pour vocation de favoriser l'accès à la culture et la lecture. Du fait de notre clientèle souvent familiale, le livre pour la jeunesse est un rayon très important dans l'activité de nos magasins : ce segment pèse environ 18% du marché du Livre en France (hors BD) mais pèse régulièrement plus de 20% dans nos Espaces Culturels, et souvent au-delà de 25% dans les hypermarchés.