

« Mesdames et messieurs les pouvoirs publics, les bibliothécaires, les éditeurs, les diffuseurs, les auteurs, les étudiants... »

PAR AMANDA SPIEGEL

Le lundi 2 octobre 2017 à la BnF se sont tenues les premières Assises de la littérature jeunesse. Devant un auditorium bondé, à 15 heures, c'était au tour d'Amanda Spiegel, gérante de la librairie Folies d'encre de Montreuil, de prendre la parole pour nous expliquer son métier. En dix minutes elle s'est adressée à tous les acteurs de la chaîne du livre. Il est vite apparu que cette magistrale adresse avait toute sa place dans ce dossier.



Amanda Spiegel

Photo extraite du site ActualLitté

« J e m'appelle Amanda Spiegel et je suis la gérante de la librairie Folies d'encre de Montreuil. Je suis là aujourd'hui pour vous parler de mon métier, en 10 minutes, cela sera très succinct. J'ai donc tout écrit et je vais tout lire pour ne rien oublier.

Je vous dis tout de suite que le métier de libraire est extraordinaire, que c'est un métier qui implique d'aimer autant les gens que les livres, et vice versa. Comme probablement pour vous tous d'ailleurs et c'est pour ça que je ne vais pas m'étendre sur le sujet, ni sur celui du rôle du libraire comme prescripteur ; cela aussi, on le sait.

Folies d'encre est une librairie généraliste créée en 1981 par Jean-Marie Ozanne. Elle s'est développée avec le Salon du livre de la jeunesse de Montreuil dont nous sommes plus qu'un partenaire historique. C'est dire l'attention que nous portons à la production en Jeunesse. Nous sommes 10 libraires, nous réalisons 2 millions d'euros de chiffre d'affaires et nos rayons forts sont la littérature et la jeunesse, au coude à coude avec la BD.

AVANT TOUT, LA LOI LANG

À Folies d'encre, on n'aborde aucun sujet concernant le livre sans avoir préalablement étudié la loi Lang. C'est inévitable, cette loi est notre cadre juridique et elle définit notre profession. La loi Lang de 1981 a été pensée et voulue par Jérôme Lindon. C'est d'abord une loi faite par et pour les éditeurs, afin de garantir et pérenniser le risque éditorial, c'est-à-dire la création.

L'éditeur fixe le prix du livre. Un livre neuf est vendu au même prix en grande surface, sur Internet et en librairie indépendante, donc, pas de concurrence sur le prix et ce, partout sur le territoire. La loi nous oblige tous à respecter la demande de chaque client, et notamment à accepter toutes les commandes à l'unité, gratuitement. Être au service de l'offre (création éditoriale) et de la demande (par l'obligation de la commande à l'unité), est le pilier de notre profession, son point d'équilibre. C'est notre devoir, notre quotidien, notre credo, notre responsabilité et c'est écrit dans la loi. Nous sommes donc garants, solidaires avec les éditeurs et les auteurs, de la bibliodiversité.

L'éditeur fixe la remise aux libraires mais la loi exige que celle-ci tienne compte en premier lieu de la qualité des services rendus par les libraires pour la diffusion de ce livre. La loi demande donc aux libraires une qualité... Cette loi qui demande une qualité de travail aux commerçants, fussent-ils du livre, c'est ça l'exception culturelle.

Grâce au prix unique et avec la possibilité de retourner les ouvrages invendus, la librairie est solidaire du risque éditorial. C'est au final une loi qui, en maintenant un tissu de librairies dense, permet de garantir la création. La loi Lang est la première loi de développement durable votée en France.

Si je suis gérante d'une librairie indépendante dans le 93, et si nous sommes aussi nombreux ici aujourd'hui, c'est grâce à cette loi du 10 août 1981.

PARLONS CHIFFRES

Avec ses 25 000 points de vente et ses 2 500 librairies indépendantes, la France a l'un des réseaux les plus denses au monde.

La librairie représente 40 % des ventes au détail.

83 % des titres vendus en librairie ont plus d'1 an.

40 % des titres vendus en librairie ont plus de 5 ans.

Nous sommes un commerce de produits culturels avec de lourdes charges :

- La masse salariale en librairie représente 18 % du chiffre d'affaires alors qu'elle en représente 11 % en grande surface spécialisée, 4 à 5 % en hypermarché. Les libraires sont pourtant des intellectuels manutentionnaires très mal rémunérés.

- Les loyers de centre-ville.

- Le transport des livres qui est à notre charge (à l'aller comme au retour).

Au final, avec une rentabilité avoisinant 1 % de son chiffre d'affaires annuel, la librairie française est le commerce de détail le moins rentable.

Ces Assises réunissent de nombreux partenaires de la librairie. J'ai choisi de m'adresser successivement à chaque profession et de lui soumettre les problématiques qui nous lient.



↑
Campagne 2016 de promotion des librairies indépendantes.
Syndicat de la librairie française

Nous n'avons rien contre les autres réseaux de vente du livre. Au contraire, nous sommes complémentaires. Mais à la condition que tous les réseaux jouent le jeu d'une saine concurrence.

AMANDA SPIEGEL

Mesdames et messieurs des pouvoirs publics et institutionnels

Premier point : nous comprenons la volonté d'augmenter le pouvoir d'achat des familles mais la gratuité des livres scolaires, telle qu'elle est organisée, a des conséquences douloureuses :

Une grosse perte sèche de chiffre d'affaires pour les librairies.

Une perte des ventes complémentaires effectuées par les familles qui venaient en librairie acheter leurs manuels.

Et surtout, surtout, une perte pour ces publics de la connaissance même de l'existence de la librairie. Même si de nombreuses initiatives existent, comme le Prix des lycéens d'Île-de-France par exemple, multiplier les occasions de rencontres entre le jeune et le livre doit rester notre priorité.

Deuxième point : nous n'avons rien contre les autres réseaux de vente du livre. Au contraire, nous sommes complémentaires. Mais à la condition que tous les réseaux jouent le jeu d'une saine concurrence.

Or, avec l'arrivée fracassante des géants d'Internet, on est sonné par leur facilité à détourner la loi, par leurs méthodes peu scrupuleuses pour attirer clients et vendeurs¹ tout en n'étant pas soumis à nos charges. Même si les libraires viennent de lancer leur portail, librairieindependante.com, un site qui géolocalise 700 librairies en France, quels moyens financiers et humains avons-nous pour seulement réfléchir à des ripostes ? Comment résister à la « showroomisation » de nos points de vente où les clients viennent repérer des livres qu'ils achèteront en ligne ? Mais surtout, surtout, cela inscrit chez le consommateur de nouvelles habitudes (des promesses de délais très courts, des horaires infinis...).

Troisième problème : les centres-ville. Dans les villes qui se portent bien, les loyers y augmentent bien plus vite que nos marges. Dans les villes moyennes et petites, on assiste au contraire à une désertification des centres-ville et au développement intensif et aberrant des centres périurbains. Comment survivre entre inflation des loyers et désertification ?

Enfin, concernant la lecture publique, nous sommes inquiets des résultats d'une étude sur le temps de concentration des jeunes qui aurait baissé très significativement depuis les années 2000 et qui doivent nous interroger sur les habitudes de lecture des générations suivantes et notre capacité à anticiper pour nous adapter.

Mesdames et messieurs les bibliothécaires et les acheteurs publics

Bibliothécaires et libraires sont des alliés naturels, notre travail autour de la lecture pour tous et de l'animation est complémentaire.

En moyenne, une librairie fait 20 % de son chiffre d'affaires avec les collectivités.

En 2016 le seuil des marchés publics est passé de 25 000 à 90 000 € grâce à la pugnacité du Syndicat de la Librairie française (SLF). Cela signifie qu'en deçà de 90 000 € de budget annuel d'achat, une collectivité n'a plus besoin de passer par un appel d'offres contraignant. Il est capital de communiquer

sur ce relèvement des plafonds afin que les collectivités concernées s'en emparent et arrêtent de nous mettre en concurrence avec des grossistes face auxquels nous ne faisons pas le poids sur le papier.

La tendance est à la concentration et le territoire dans lequel ma librairie est installée n'est pas en reste. Par exemple, en Seine-Saint-Denis, les communes sont rassemblées en communauté d'agglomération et les achats de livres pour les médiathèques se font via Est Ensemble, la communauté d'agglomération. On en déduit aisément qu'au lieu d'avoir 4 commandes de bibliothèques à 90 000 € chacune, il n'y a plus qu'une commande à 360 000 €, ce qui rend impossible de se passer d'appel d'offres.

Puisque appel d'offres il y a, organisons-nous pour collaborer. Une étude, menée en 2015 par le Motif, confirmait que 70 % de l'argent public destiné à l'achat des livres dans le 93 étaient dépensés hors de l'Île-de-France. Sommes-nous un département suffisamment riche en librairies bien portantes pour délocaliser ces achats ? Je ne le crois pas.

Pour s'organiser, 2 pistes :

- Concevoir ensemble des lots accessibles à nos librairies, réfléchir ensemble à la rédaction de ces lots.
- Mobiliser les élus afin qu'ils revendiquent, malgré les directives européennes ou nationales, la nécessité de travailler avec les partenaires locaux.

Mesdames et messieurs les éditeurs, diffuseurs, distributeurs

L'ensemble de la chaîne du livre est rémunéré sur la base du prix public fixé par l'éditeur. L'éditeur fixe la remise du libraire et la librairie est rémunérée par cette remise de 25 à 40 % sur le prix public hors taxe.

Il est indécent que la remise de base soit inférieure à 36 %. Elle ne permet pas à un libraire de se payer, d'embaucher et de se dégager du temps pour faire son travail, et le faire bien.

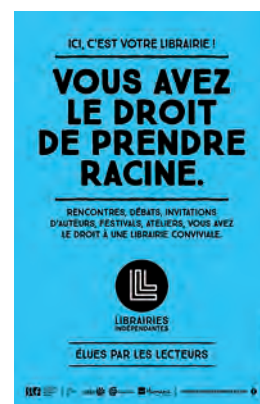
Les relations librairies-diffuseurs se sont vraiment décriées ces dernières années et nous ne sommes plus dans le bras de fer permanent, plutôt dans des tentatives de partenariat. Mais il reste de nombreux chantiers. La remise de base et les conditions commerciales dans leur ensemble en sont évidemment un. Mais il faut aussi parler de la question de l'augmentation de la production.

Face à cette augmentation, les libraires sont condamnés à mieux acheter. Pour mieux acheter, 2 pistes :

- De votre côté, des représentants formés à qui vous donnez les moyens de connaître et de présenter leur programme.
- De notre côté, des acheteurs formés qui maîtrisent leurs flux, aidés d'outils performants comme l'Observatoire de la librairie.²

Beaucoup de livres que nous n'attendions pas sont devenus indispensables. Mais beaucoup de livres que nous n'attendions pas sont inutiles et auraient pu ne pas être publiés. Tous les livres ne méritent pas une suite. Tous les livres ne méritent pas des produits dérivés. En jeunesse et en vie pratique particulièrement, des collections entières sont des copies de collections entières qui sont elles-mêmes des copies de collections entières. C'est

Beaucoup de livres que nous n'attendions pas sont devenus indispensables. Mais beaucoup de livres que nous n'attendions pas sont inutiles et auraient pu ne pas être publiés.



↑
Campagne 2016 de promotion des librairies indépendantes.
Syndicat de la librairie française

Nous ne pouvons plus être dépendants de votre économie inflationniste qui génère, pour vous, de la trésorerie à l'aller et au retour alors que nous croulons sous les cartons et les factures.

à ce sujet que l'on peut parler de surproduction.

Ni nos murs, ni nos trésoreries ne sont élastiques. Nous ne pouvons plus être dépendants de votre économie inflationniste qui génère, pour vous, de la trésorerie à l'aller et au retour alors que nous croulons sous les cartons et les factures.

L'offre de création en France est magnifique, certainement l'une des plus vivaces du monde. Concentrons-nous sur la qualité et nous gagnerons le temps et l'argent nécessaires pour faire vivre vos fonds, dont de nombreux trésors doivent retrouver leur place sur nos tables.

Mesdames et messieurs les auteurs et illustrateurs

Sans vous, rien. Nous vivons tous de votre imagination, de votre intelligence, de vos efforts à la tâche et de votre intransigeance.

On vous connaît par vos livres.

Et quand on a la chance de découvrir la femme ou l'homme derrière l'auteur, notre attention sur sa production s'accroît et est valorisée à vie.

Par exemple : je lis *Björn*, le joli album de Delphine Perret publié par Les Fourmis rouges. Ça me touche. Je l'invite. Elle est sympathique et drôle, c'est une vraie rencontre avec le public et les libraires, on vend des livres et on passe un bon moment. Elle part, mais son œuvre reste pour longtemps (voire toujours) dans la librairie. Et les prochains albums de Delphine Perret retiendront toute notre attention, et celle des clients.

Je vous fais néanmoins un bref point sur l'économie d'une animation telle qu'en organise Folies d'encre. Nous sommes en région parisienne donc nous avons la chance de bénéficier de la visite d'auteurs sans avoir à payer de défraiements (train, hôtel...).

Un bon auteur vient un soir.

On vend 40 livres à 20 € (c'est bien !)

$40 \times 20 = 800 \text{ €}$

On soustrait la TVA de 5,5% = 758 €

Nous avons acheté ces livres avec une remise de 40% du prix public hors taxe au diffuseur (soit 11€ l'exemplaire) = 303€ de bénéfice

Courses = 60 € (vin, gobelets, serviettes, soupe pour 60 personnes)

Reste = 243 €

Heures supplémentaires des libraires présents pendant la rencontre = 150 €

Reste = 93 €

Communication = 30 € (impression d'affiches...)

Au final, il reste 63 €, sachant que je n'ai pas compté le temps de travail (commande, manutention), les frais de port, le restaurant (le cas échéant) avec l'auteur...

Bref, si une rencontre est voulue par le libraire, pour autant, elle n'est pas rentable dans 80% des cas. Cette année, à Folies d'encre, nous avons reçu plus de 60 auteurs. Ils étaient tous de bons auteurs, mais tous n'ont pas vendu 40 exemplaires de leurs ouvrages... Plus tard, plus tard...

Je m'adresse aux auteurs et à leurs représentants : malgré notre bonne volonté, malgré l'amour que nous vous vouons, l'idée qui vous traverse l'esprit

en ce moment de faire payer aux libraires la venue des auteurs en librairie n'est pas un modèle économique viable. Il est même fortement contre-productif puisque, n'ayant pas de trésorerie (notre rentabilité est de 1%, je vous le rappelle), nous nous battons tous pour inviter les 20 auteurs certes de qualité, mais surtout «bankable» qui nous garantiront un retour sur investissement... et nous trouverons un arrangement avec nos 3 auteurs copains de la ville. Et ce sera tout. Cette proposition n'est donc pas une option.

Les libraires prennent des risques et s'engagent pour vous. Soyez-en convaincus.

Mesdames et messieurs les étudiants

La librairie est, contrairement à ce qui parfois se dit, très engagée dans la formation. Je crois pouvoir dire que Folies d'encre en est un exemple, ne serait-ce que par le nombre d'étudiants qui sont venus travailler avec nous sur le Salon du livre Jeunesse de Montreuil.

Le monde change vite et nous aurons besoin de vous pour le comprendre et trouver notre chemin, voire pour l'inventer. Retroussez vos manches, on vous attend !

La chaîne du livre, de l'auteur au public, est trop fragile pour que nous ne soyons pas solidaires, et cette solidarité exige que nous ne soyons pas ethnocentrés, et que nous continuions à apprendre à nous connaître. ●

1. Référence au plan «market place» qu'un vendeur comme Amazon a mis en place : à côté de ses propres produits en stock, il propose les produits d'autres vendeurs, c'est particulièrement visible dans le circuit des livres d'occasion, largement présent sur cette plateforme et pour lesquels Amazon est très rarement le vendeur. La plupart des grands acteurs de la VPC ont la même stratégie.

2. Outil collectif de gestion développé par le Syndicat de la librairie française. Son adhésion est payante et proportionnelle au chiffre d'affaires (de 100 à 5 000 €). L'Observatoire fournit à ses adhérents des indicateurs d'activité en temps réel sur les tendances du marché et sur les performances de leur propre librairie. Par cet outil, la librairie développe ses propres outils de marketing, indépendants de ceux mis en place par les diffuseurs et les éditeurs.

Si une rencontre est voulue par le libraire, pour autant, elle n'est pas rentable dans 80% des cas.



↑
Campagne 2016 de promotion des librairies indépendantes.
Syndicat de la librairie française

←
Campagne 2016 de promotion des librairies indépendantes.
Syndicat de la librairie française