

1981

Défendue par Jack Lang, alors ministre de la Culture du gouvernement de François Mitterrand, cette loi impose à tous un prix unique du livre. Cette loi a résulté d'un long combat des libraires et des éditeurs emmenés par la figure mémorable de Jérôme Lindon (Éditions de Minuit, 1925-2001). Ce prix est marqué sur le livre et la seule exception est une remise de 5 % que le libraire peut accorder à ses clients. Cette loi permet à la France d'avoir un des meilleurs réseaux de librairies au monde. A contrario, les disquaires indépendants, qui n'ont pas bénéficié de ce type de protection, ont disparu avant même la dématérialisation de la musique.



**Il y a
3 000 libraires
indépendants
en France**



LES LIBRAIRIES SORCIÈRES

Association qui regroupe 48 librairies spécialisées Jeunesse en France et 2 en Belgique francophone.

Fondée en 1981, l'association publie le magazine *Citrouille* (3 numéros par an) et organise le Prix des Sorcières en partenariat avec l'ABF (association des bibliothécaires français).

librairies.sorcières.fr

TVA

**1 livre
sur 5
est
acheté
en
librairie**

Pour aider la filière du livre, l'État lui applique une TVA réduite de 5,5%. C'est également le cas pour les livres numériques homothétiques. Le disque est lui à 20%, comme le livre numérique enrichi (ce qui fait débat). Côté presse la TVA est à 2,1% quand il s'agit de papier mais à 20% quand il s'agit de numérique, ce qui fait également débat.

La moyenne internationale de taxation du livre est de 5,75% et beaucoup de pays ne le taxent pas du tout (0% au Royaume-Uni et dans quasiment toute l'Amérique latine). Le Danemark, lui, taxe ses livres à 23%! (source *International Publishers Association* et ministère de l'Économie).

Simon Roguet libraire

À Laval, il faut absolument faire escale à la librairie MLire. Classée 194^e librairie de France par *Livres Hebdo* en 2016, il conviendrait de la désigner au pluriel puisqu'elle est tout à la fois une librairie générale, une librairie spécialisée BD et une librairie spécialisée Jeunesse. C'est dans cette dernière qu'officie Simon Roguet, un jeune libraire qui écarte avec énergie tous les murs de son métier. Rencontre avec une nouvelle génération de libraires, enthousiastes, réalistes et généreux.

Propos recueillis par Marie Lallouet, le 12 avril 2017

https://www.facebook.com/onlikoinou/?ref=page_internal



À quoi ressemble l'emploi du temps d'un libraire Jeunesse ?

C'est beaucoup moins monotone qu'on pourrait le croire. Il y a d'abord des rituels journaliers. Le premier, important, incontournable, c'est la manutention. Tous les matins nous recevons des colis qu'il faut déballer, pointer sur factures, et ranger. C'est une priorité car ce sont les nouveautés que nous attendons et les commandes passées pour nos clients. Juste après, vient la tenue du magasin, qui est notre lieu de vente et d'accueil du public. Les librairies Jeunesse sont souvent des espaces petits et denses (c'est le cas de la plupart des librairies spécialisées qui travaillent sur des fonds importants) ; certains collègues déballetent même leur colis dans leur magasin. Ce rituel du rangement n'en est que plus important.

Quotidiennement et tout le temps, c'est évidemment l'accueil du client. Il doit être au centre de l'attention, c'est primordial. Ici le client qui entre aura au minimum trois bonjours. Pousser la porte d'une librairie c'est déjà un engagement et nous devons être au rendez-vous. Nous avons une clientèle d'habitues qui peut venir d'assez loin aux alentours de Laval, sur une zone de chalandise assez large. Pour nos clients institutionnels, cette zone est encore plus vaste puisque nous travaillons avec tout le département, et en Jeunesse ce sont surtout les bibliothèques.

Ensuite vient le travail interprofessionnel : recevoir les représentants des éditeurs qui nous présentent leurs programmes. Cela représente en moyenne quinze à vingt rendez-vous par mois et chacun dure en moyenne vingt à trente minutes. Nous sommes une librairie de catégorie 1 et donc tous les représentants passent nous voir, ce qui n'est pas le cas pour les points de vente moins importants (ce que l'on appelle le niveau 2). C'est avec le représentant que je fais toutes mes commandes. Le choix que nous faisons à ce moment-là est essentiel. Prendre ou pas une nouveauté, la mettre en avant ou non, prendre juste un exemplaire pour voir... Notre opinion sur un livre va se déterminer au moment de sa lecture bien sûr mais la discussion avec le représentant apporte déjà beaucoup d'éléments. C'est un travail qui a évolué ces dernières années : l'offre est plus importante et nous devons faire plus d'arbitrage. En 1998, quand j'ai

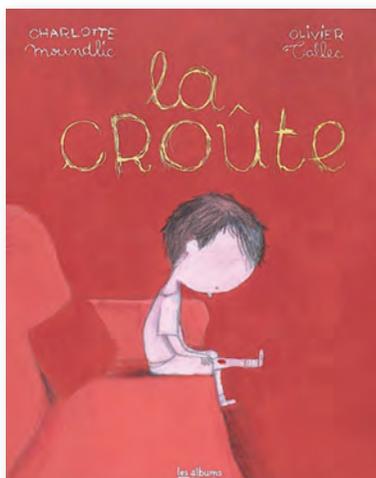
commencé, on prenait quasiment tout, aujourd'hui j'ai beaucoup de lignes à zéro, des livres que je décide de ne pas commander, et autant chez les gros que chez les petits éditeurs. Plus un représentant nous connaît et mieux il nous accompagne dans ce premier tri : il gagne du temps et nous aussi. Et de l'argent ! Car nous payons nos livres évidemment. Je dois dire que les représentants sont des gens très professionnels (ce sont d'ailleurs souvent d'anciens libraires) et le sont de plus en plus. C'est ce moment du choix qui donne sa couleur à une librairie.

Reste encore le travail avec les collectivités qui lui aussi est essentiel. Une librairie comme la nôtre, dans une ville moyenne de ce type, a une clientèle institutionnelle qui représente environ 50 % de son chiffre d'affaires. En Jeunesse, cela monte entre 60 et 65 %. Quand nous avons repris la librairie, les collectivités assuraient 80 % du chiffre d'affaires, ce qui est un peu dangereux : cela signifie que la clientèle ne vient pas beaucoup dans le magasin et que l'on est trop dépendant des marchés publics.

Les collectivités, et principalement les bibliothèques, nous permettent de faire vivre un fonds, et de proposer des livres plus pointus. Par exemple, sans les collectivités, j'aurais du mal à tenir un vrai rayon documentaire. De la même façon, je peux choisir des nouveaux albums un peu difficiles parce que je sais qu'ils intéresseront les collectivités avec lesquelles je travaille et à qui je vais les proposer. *La Croûte*, de Charlotte Moundlic et Olivier Tallec (Flammarion), un des plus beaux albums sur le thème de la mort que je connaisse, est pour moi un livre essentiel que je vends régulièrement et depuis longtemps dans ce cadre-là. La relation de confiance que j'ai établie avec mes clients institutionnels me permet d'être prescripteur de livres qui sortiraient moins facilement si je n'avais qu'une clientèle privée. Vendre ce que j'aime, c'est important.

Votre semaine est donc bien remplie...

Il manque encore toutes les animations. Certaines se déroulent dans la librairie, des dédicaces, quelques expos et des miniconcerts, mais nos locaux ne nous permettent pas de faire davantage, ce que je regrette. Nous contournons cette limite



Charlotte Moundlic,
ill. Olivier Tallec: *La Crouûte*,
Père Castor-Flammarion, 2009.



Simon Roguet en pleine lecture.
Photo extraite de sa page Facebook.

par des animations hors les murs. Ce sont majoritairement des lectures. Nous avons établi un partenariat avec le théâtre qui nous permet d'organiser une chaque mois. C'est un bel endroit et c'est valorisant pour un public qui n'y viendrait peut-être pas sinon. Pour moi c'est aussi une façon imparable de tester les livres avec les enfants. C'est un moment où le livre peut prendre une dimension incroyable ou, au contraire, s'écraser en vol! Cette «épreuve» est un instrument de travail qui m'est très utile. Ce rendez-vous a essaimé et désormais on me demande de venir faire des lectures au musée, lors d'un festival de musique...

On doit aussi accompagner les auteurs que nous invitons. Ils ne viennent pas seulement pour une dédicace dans la librairie mais aussi pour des animations en bibliothèques ou dans les écoles (plus rarement). À force d'organiser des rencontres, mon carnet d'adresses s'est étoffé et je suis parfois le relais des uns et des autres pour établir les contacts.

Les salons aussi sont un élément important de notre métier. On a par exemple créé celui de Mayenne, dédié à la petite enfance («Croq les mots, marmot!») et on tient aussi des librairies dans d'autres salons (le stand Jeunesse d'Étonnants voyageurs à Saint-Malo, le salon de Fougères...). Cela représente une dizaine de salons par an, et 10% de notre chiffre d'affaires.

À cela s'ajoute, sur mon temps personnel, l'émission de radio que j'ai lancée, «Onlikoinou», que j'alimente au gré de mes coups de cœur. Et le midi et le soir, je lis! Car c'est le centre du travail. Sans cela, rien ne saurait avoir de sens. Et c'est non négociable – les apprentis qui travaillent avec moi le savent bien!

Si ou étiez un libraire non spécialisé en Jeunesse, qu'est-ce que cela changerait?

Je crois que l'amplitude de la littérature Jeunesse, qui allie le texte, l'image et l'objet, me manquerait terriblement! Et c'est aussi un secteur éditorial qui est en renouvellement permanent. Ce qui est le plus difficile pour nous, qui sommes spécialisés pour le jeune public, c'est de garder le lien avec l'enfance. Si on perd de vue ce terrain de jeu, on perd ce qui fait le sens de notre métier. J'adore d'ailleurs ce jeu de triangulation: mon client est un adulte, mais ce n'est pas lui le lecteur, qui lui est souvent absent, et moi je pense au second en parlant au premier. Toutes mes lectures en public à des enfants me servent à garder ce lien vivace. Certains beaux albums, par exemple très graphiques, ne passent pas la rampe. D'ailleurs, quand je conseille un album, très souvent je le lis à voix haute dans la librairie, avec le ton! Ce sont des moments qui nous demandent d'accepter un certain «lâcher-prise» et nous éloignent de la sim-

ple relation commerciale. Et qui font la saveur de ce métier. Si l'enfant est présent, c'est à lui que je m'adresse, en mettant les livres que je présente à sa hauteur. Ce jeu de représentation, de mise en scène, on ne peut le rencontrer que dans les rayons Jeunesse! Et j'aime bien associer une notion de jeu à l'acte de vente.

Dans la chaîne des métiers du livre, le maillon de la librairie représente environ 36 à 40% du prix de vente d'un ouvrage. Comment se répartissent ces pourcentages?

Il y a d'abord une évidence : pour vendre des livres il faut les acheter, et que l'on puisse retourner les livres invendus à l'éditeur ne change rien à cet état de fait. Et il y en a une autre : comme tout commerce, nous avons une part de charges : le loyer (un grand problème pour notre secteur à marge réduite), le fonctionnement de nos lieux de vente, les charges salariales – et la qualification du personnel est un élément clé dans la bonne marche d'une librairie.

Le livre est un des produits du commerce qui dégage le moins de bénéfices et je ne connais pas beaucoup de libraires riches, ce n'est sans doute pas sans raison... À la fin de l'année, notre marge bénéficiaire est de 2% les bonnes années, à 0% parfois. C'est le minimum vital pour un commerce. La loi sur le prix unique des livres nous sauve, mais elle nous met aussi dans une économie assez stricte : pas de soldes, pas d'écart de prix de vente. Cet équilibre nous permet à tous de survivre mais limite aussi nos marges de manœuvre. Notre seul levier possible est la discussion sur les remises que nous accordent les éditeurs sur le prix d'achat des livres. Ces marges sont variables d'un éditeur à l'autre et d'un libraire à l'autre. Chez nous, cela va de 43% (quand un éditeur accompagne vraiment le travail des libraires) à 36%. Pour beaucoup de petites librairies, les remises peuvent être encore plus basses (30%, ce qui rend la vie du libraire vraiment difficile). D'où l'intérêt de se rassembler en association de libraires. Nous faisons partie de l'Association des librairies spécialisées Jeunesse, les Sorcières.

Nous sortons d'un épisode où le livre numérique a généré beaucoup de craintes dans le monde de l'édition et de la librairie. On a le sentiment que cette crainte s'éloigne et que livre papier et livre numérique entament une période sans doute longue de cohabitation. Comment cela se passe-t-il du côté de la librairie Jeunesse?

Pour ne pas nous laisser distancer, nous avons suivi le mouvement en nous associant à la librairie numérique de Dialogues afin de satisfaire les clients qui nous en feraient la demande. Concrètement, c'est une forme de vente qui reste anecdotique pour nous. En Jeunesse, alors que la plupart des romans pour ados paraissent désormais sous les deux formats, ça l'est encore plus. La liseuse n'est pas un objet très proche de cette génération. Et le prix trop élevé des livres numériques est un frein réel : tout le monde attendait un différentiel plus important entre papier et numérique. C'est du côté des institutions que la question a le plus de conséquences. Les bibliothèques ont eu une forte pression de la part des politiques pour s'équiper en liseuses et mettre en place le PNB (prêt numérique en bibliothèque). Nous avons suivi leur demande en fournissant des éditions numériques pour le PNB et c'est en train de monter dans les usages, mais cela concerne principalement les romans adultes et la BD. Le numérique me donne l'impression d'avoir raté la génération des jeunes que la liseuse ne fait pas rêver et qui se révèle très attachée au livre papier.

Aujourd'hui, on a l'impression qu'une librairie ne se limite pas à ses murs. Vous nous l'avez expliqué pour les salons du livre, pour toutes vos animations. Les réseaux sociaux ont eux aussi pris une grande importance dans ce « hors les murs ». Comment vous en êtes-vous emparé?

En termes de communication, les réseaux sociaux ont été un vrai tremplin pour sortir le livre de ses frontières. La librairie est un lieu dont il n'est pas facile pour tout le monde de pousser la porte, qui peut intimider. Les réseaux sociaux sont un bon moyen de faire vivre cette littérature si énergique de façon simple – je ne suis pas très « Pivot-Busnel » et le côté patrimonial et sacralisé du livre, ce n'est pas trop mon genre! C'est d'autant plus important pour la littérature de Jeunesse qu'elle n'a aucune

visibilité dans le monde des grands médias. Quand on a cité «L'as-tu lu mon petit loup» (France Inter), Michel Abescat (*Télérama*) et «Les Maternelles» (France 5), on a fait le tour de la question. Il faut donc trouver autre chose. Les jeunes booktubers nous ont montré une nouvelle et enthousiasmante façon de faire. Par exemple ce que Tom et Nathan Levêque ont inventé est formidable. Je me suis lancé aussi sur ces réseaux avec nos vidéos «onli-koinou», nos post-it, nos gif animés... Toutes ces expériences tentent de répondre à une question : comment faire vivre la littérature de Jeunesse de façon joyeuse, partageuse. Écrire une critique dans *Citrouille* ou dans *Page*, ce que j'aime bien faire aussi, me fait rester dans le cercle d'un public déjà convaincu, prescripteur et finalement restreint. Mes petites vidéos, elles, élargissent ce cercle, cassent les frontières, même si ce n'est pas pour le seul bénéfice de ma librairie. Dépasser les frontières prend aussi un autre sens : j'ai ainsi invité Chris Haughton, un auteur irlandais dont j'adore les livres. Il y a dix ans, je n'aurais jamais osé y penser. Mais il avait vu sur Internet ma lecture de *Un peu perdu* et finalement nous étions bien moins éloignés l'un de l'autre que je le pensais. Car les auteurs eux aussi se sont rapprochés de nous, désacralisés. Nos liens à tous ne sont pas en hiérarchie verticale : la chaîne du livre en France fonctionne parce que tous ses maillons se vivent comme une horizontale, en interdépendances et en complicités, chacun à sa place. Même s'il y a des aspects qui devraient encore s'améliorer, notamment du côté de la précarité des auteurs. Et nous, libraires, n'avons aucune raison de nous placer en infériorité comme je le constate encore trop souvent.

Que regrettez-vous que l'on méconnaisse de votre métier ?

Le métier de libraire n'est sans doute pas celui qui a le plus de zones d'ombre mais j'ai envie d'insister sur le fait que le commerce, qui est au centre de notre métier, n'est porté que par notre passion pour ces objets formidable que sont les livres. Quand on est libraire, on ne doit jamais dissocier ces deux tensions : le commerce, et l'humain, fait de tous les liens que nous tissons avec nos clients et avec nos partenaires. Sinon, Amazon peut tout

aussi bien faire l'affaire. Le tissu de la librairie en France est dense parce que l'on a mis l'humain au centre de beaucoup de ces commerces. Les très grosses librairies qui l'oublient ne vont d'ailleurs pas très bien. Et la librairie comme enjeu d'une politique culturelle de proximité est essentielle. Cela se retrouve dans la problématique des loyers de nos magasins en centre-ville et des politiques urbanistiques.

Quand vous regardez votre métier tel qu'il existe à l'étranger, que vous dites-vous ?

Je suis extrêmement fier, vraiment ! En vérité, à part à New York et à Montréal, il y a très peu de librairies qui m'ont donné envie d'y travailler. Cela tient à la diversité de notre production mais aussi à un sentiment d'exercer notre métier avec une grande liberté. Des librairies un peu délirantes comme La Sardine à Lire ou Le Monte en l'air à Paris, ou encore La Soupe de l'espace à Hyères, je n'ai pas l'impression que ça existe ailleurs. Quand je vais au Portugal, en Espagne ou en Italie, et même en Scandinavie, je suis frappé de voir à quel point les productions nationales sont écrasées par la production anglo-saxonne. Nous le sommes beaucoup moins et surtout, les éditeurs nous proposent des livres qui viennent de partout. Le sentiment d'ouverture que je ressens vient aussi de cela et je ne le ressens pas dans les librairies que je visite à l'étranger. Mais il me reste encore à découvrir les librairies d'Asie. Ce qui nous arrive du Japon m'en donne envie... ●

Retrouvez Simon Roguet
sur Facebook et sur Twitter



Simon Roguet M'Lire



@Librairie M'Lire