

Six libraires face à la crise

La crise est-elle perceptible en librairie ? Six libraires représentatifs des différentes facettes du métier nous livrent leur expérience de ces dernières semaines. Inquiets pour la fin de l'année, certains anticipent des mesures de prudence, notamment en matière de trésorerie.

Octobre 2008 n'aura pas été bon pour le livre. En attendant les indicateurs conjoncturels *Livres Hebdo/I+C*, on sait déjà que ce mois-ci a été pénalisé par l'absence d'*Harry Potter* qui avait attiré beaucoup de monde en librairie en octobre 2007, dopant les ventes de 9 %. Du coup, dans cette contre-performance enregistrée par de nombreux libraires, l'impact de la crise financière n'est pas aussi évident qu'on pourrait le penser. Le mois de septembre a d'ailleurs été loin d'être aussi mauvais que redouté, puisque, selon notre baromètre *Livres Hebdo/I+C* (voir p. 23), il affiche une hausse de 3 % en valeur et de 1,5 % en volume. La situation est toutefois à nuancer : à côté des bonnes performances des grandes surfaces culturelles (+ 3,5 %) et comme toujours de la vente à distance dopée par Internet (+ 25 %), les librairies de premier niveau présentent un encéphalogramme plat, à 0 %, comme les hypermarchés, tandis que le second niveau plonge à - 3 %.

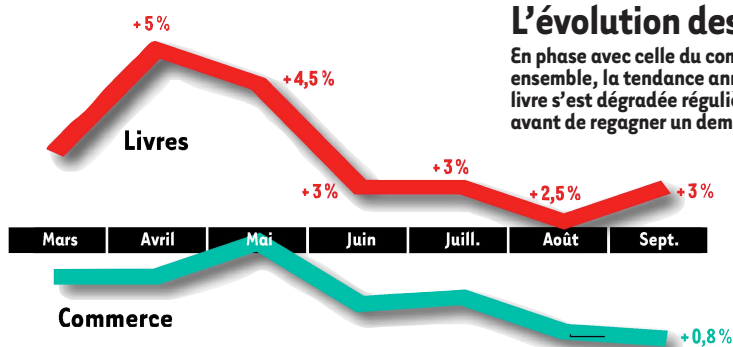
Pas de catastrophe, donc. Mais les libraires ne cachent pas leur inquiétude pour la fin de l'année. Certains ont même commencé à anticiper une possible dégradation de l'activité en appliquant les premières mesures de prudence en matière de gestion. Leur princi-

pale préoccupation concerne leur trésorerie. Pour s'assurer un volant de liquidités suffisant début 2009, lorsqu'il faudra payer les commandes effectuées en prévision des fêtes, certains n'hésitent pas à retourner dès maintenant les livres qui ne tiennent pas leurs promesses. D'autres préfèrent retarder leurs commandes. Toutefois, ces marques de prudence ne semblent pas massives. Chez Prisme, la plate-forme logistique pour le livre, aucun mouvement exceptionnel n'a été enregistré pour l'instant. En septembre, les flux ont même progressé, à l'aller comme au retour, dans des proportions globalement similaires, respectivement + 13 % et + 16 %.

Coup d'arrêt. En fait, comme l'explique Sylvie Le Guével, directrice générale adjointe Diffusion chez Volumen, « seuls les quinze premiers jours d'octobre témoignent d'un ralentissement, avec un coup d'arrêt notable sur les commandes de réassort. En revanche, plus frioleux, les notés sur les nouveautés de janvier traduisent une prudence certaine ».

A huit semaines des fêtes de fin d'année, les yeux sont rivés sur le tiroir-caisse. Au-delà de cette échéance capitale, tous se préparent à une année 2009 difficile.

CLARISSE NORMAND



VALÉRIE MESTAOU, FRÉDÉRIC HERVIEU, Cultura de Gennevilliers.

« La réponse est dans les produits festifs »



Frédéric Hervieu, chef du secteur produits éditoriaux.

« Nous n'avons pas ressenti de baisse des ventes en octobre, éventuellement un palier ; nous sommes encore en phase de croissance depuis notre ouverture en avril 2006. La zone commerciale où ce magasin est implanté est récente et toujours en croissance de fréquentation. L'ouverture de la Fnac juste à côté nous a aussi apporté une nouvelle clientèle plus aisée, qui est d'abord venue par curiosité, et que nous avons su fidéliser. C'est une concurrence stimulante.

Ce que nous vendons ne fait pas partie de produits de première nécessité, on peut donc être confronté à des arbitrages défavorables si ce climat de crise perdure. Mais face à cette situation, la meilleure réponse est à chercher dans une offre de produits festifs, autour des livres-objets. L'an dernier, nous avons déjà constaté cette tendance que les équipes produits, au siège, ont analysée et anticipée. Les éditeurs ont bien réagi, et nous avons décidé de favoriser cette gamme de livres-cadeaux en coffret. Nous les avons commandés et exposés très tôt, alors que nous avons en revanche surveillé de près les stocks des autres rayons. Ce sont aussi des produits sur lesquels il n'y

a pas de réassort possible, s'ils sont épuisés. La jeunesse est touchée par le même phénomène autour des pop-up, mais aussi de livres accompagnés d'objets à construire, de châteaux, de bateaux, etc., que nous n'avions pas auparavant. La nouveauté de l'année, ce sont les Petshop [les animaux de Hasbro] en albums à colorier. Dans les licences, Diego va remplacer Dora [toujours chez Albin Michel]. Nous avons constaté aussi un retour des années 1980 en jeunesse, autour des Barbes à papa, Sara Kay, Kiki, etc. C'est identique en musique d'ailleurs.

La fréquentation est bonne. Les achats de Noël n'ont pas encore commencé, sauf en jeunesse, éventuellement. La fréquentation est bonne, mais les gens sont pour le moment dans la comparaison. Pour le livre proprement dit, les achats sont de toute façon tardifs et en général concentrés sur les quinze derniers jours avant Noël. L'effet des prix littéraires sera très intéressant à suivre : dans une période incertaine, ils devraient retrouver leur valeur de référence. »

PROPOS RECUEILLIS PAR HERVÉ HUGUENY

PHILIPPE LABOUREL, Maison de la presse du 13^e arrondissement de Paris.

« La crise va enfin assainir l'offre »

« Dans ma maison de la presse, au carrefour des Gobelins, je ne constate aucun gel des ventes. Les clients sont là, les bons bouquins se vendent. Et pas seulement les poches ! *Millénium* est acheté avec une grande régularité et, en ce moment, mes deux meilleures ventes sont *Hara Kiri, les belles images* (Hoëbeke) à 32 euros et *Le Canard enchaîné, 50 ans de dessins* (Les Arènes) à 69 euros. Je viens d'en recommander auprès de mon grossiste, la SFL. Je suis prêt à prendre le risque, car je crains la rupture de stock en décembre.

Embaucher. Je ne suis pas inquiet pour l'avenir et n'hésite pas à embaucher un septième employé le mois prochain. Cependant, je pense qu'il faudra que je sois encore plus vigilant dans les achats que je fais, plus sévère

dans la sélection des titres. Pas à cause de la baisse du pouvoir d'achat ou de la crise financière, mais bien à cause de la dérive éditoriale qui se dessine depuis quelques années. Les éditeurs doivent arrêter de publier tant de nouveautés. C'est ingérable pour le vendeur de livres que je suis ! Il est grand temps de faire le ménage dans tout ce qui est édité, que les éditeurs s'occupent un peu de leur réseau de vente qui ne peut plus tout absorber. La surproduction nuit à toute la chaîne du livre. Les bons titres ne trouvent pas toujours leur public, noyés par les autres. De plus, pour ce qui est du marketing, il n'est pas normal que je doive mendier de la PLV. Cette crise économique permet de poser les questions qu'on aurait dû se poser avant. Elle devrait assainir la situation. »

PROPOS RECUEILLIS PAR ANNE-LAURE WALTER



« Les clients sont là, les bons bouquins se vendent. Et pas seulement les poches ! » Philippe Labourel

LEVENEMENT

Six libraires face à la crise

FAUSTINE BELIT, directrice de l'espace culturel Parvis 3 à Pau.

« Avancer la trésorerie risque de devenir compliqué »

« Le moral en librairie est en berne depuis le printemps. Le malaise remonte à quelques mois et à la baisse du pouvoir d'achat, mais il est amplifié aujourd'hui par la crise financière. La chute de chiffre d'affaires a été jusqu'à ici contenue par plusieurs facteurs. Fin août, la rentrée scolaire et son lot de prescriptions ont dynamisé la fréquentation. Septembre a été soutenu par une belle rentrée littéraire. Mais octobre s'annonce comme un mois particulièrement difficile, avec une baisse qui devrait avoisiner les 10 % par rapport à l'an dernier. Il est vrai que cette année il n'y a pas eu de nouvel *Harry Potter*, ce qui creuse considérablement l'écart.

A titre d'exemple, le 26 octobre 2007, nous avons vendu 500 exemplaires de *Harry Potter et les Reliques de la mort* ! Le comparatif est forcément dur. L'attribution du prix Nobel à J.M.G. Le Clézio est cependant une source de réjouissance : le public a suivi. *Ritournelle de la faim* a été en rupture de stock au bout de deux jours et l'annonce a bénéficié à l'ensemble de son œuvre. On est très enthousiastes de pouvoir faire (re)découvrir un si bel auteur.

Déprime. Mais l'on sent bien, malgré tout, que l'ambiance générale est plutôt à la déprime. Finalement, ce qui nous fait très peur, c'est que cette

crise continue. Si le marché est toujours en train de s'affaiblir en début d'année prochaine, cela va devenir compliqué. Les fêtes vont être décisives. Nos commandes pour Noël ont été passées dès juin et juillet, en suivant la tendance habituelle. Aujourd'hui, on espère que le stock ne sera pas trop haut. C'est très compliqué pour nous de nous ajuster : pour avoir une chance d'exister il faut qu'un livre reste trois ou quatre mois en librairie. Si les ventes continuent de diminuer et que le rythme de nouveautés reste aussi soutenu, il sera malheureusement compliqué d'avancer la trésorerie nécessaire. »

PROPOS RECUEILLIS PAR MARIE KOCK



PHILIPPE GOFFE,
directeur de Graffiti à
Waterloo, Belgique

« Retourner le brol »

« Octobre marquera sans doute le premier tassement de l'activité depuis l'agrandissement du magasin mi-2007. Pour autant, nous devrions finir le mois avec une hausse de 3 %. Et si l'on exclut l'effet *Harry Potter* qui avait dopé les ventes l'an passé, la progression sera supérieure à 5 %, après 9 % en septembre. Difficile de parler de crise donc. Pour l'heure, la crise financière, qui a éclaté en Belgique en octobre avec les faillites de Fortis et Dexia, a surtout des répercussions psychologiques. Elle influe sur le moral des gens mais ne s'est pas encore convertie en crise économique.

Prudence. Mais, puisqu'on nous annonce la crise, je joue la prudence. En premier lieu, je prévois mes échéances de début d'année. J'anticipe mes retours et je retourne le "brol". Le brol, c'est un terme flamand pour désigner l'inutile, le n'importe-quoi. En librairie, il faut en finir avec le fatras de tous ces livres interchangeables et sans intérêt. Résultat, en octobre, mes retours ont augmenté de 25 %. En cas de décrochage de l'activité en fin d'année, je m'assure ainsi un certain niveau de liquidités lorsqu'il faudra payer les factures. Mais je ne diminue pas mon offre. Au contraire, je réassortis avec des valeurs sûres et du fonds. Et je maintiens mes offices. Les baisser serait trop risqué car on ne sait pas toujours à l'avance ce qui va marcher. Or je ne tiens pas à manquer ma fin d'année. L'autre mesure de prudence concerne le report d'une embauche. Avec l'agrandissement du magasin, je pensais prendre une personne supplémentaire cet automne. Finalement, je vais attendre les résultats de fin d'année. »

PROPOS RECUEILLIS PAR C. N.



« Je ne diminue pas mon offre. Au contraire, je réassortis avec des valeurs sûres et du fonds. »
Philippe Goffe

REGAIN DE FRÉQUENTATION DES BIBLIOTHÈQUES

D'après l'ALA (American Library Association), les bibliothèques américaines enregistrent des hausses de fréquentation que les responsables d'établissement expliquent par la crise économique : le public peut se tenir informé et profiter de contenus culturels sans impact sur son budget de plus en plus limité. En France, on reste prudent mais vigilant : « *La fréquentation lilloise augmente, reconnaît Dominique Arot qui dirige les bibliothèques de Lille et préside l'ABF, mais c'est sans*

doute plus à cause de l'amélioration de la qualité de l'accueil et des services, ainsi que de la gratuité. Cela dit, peut-être aussi que la dureté de l'époque pour beaucoup de personnes rend d'autant plus précieux les lieux de convivialité et de débat que sont les médiathèques publiques. » Quant à Gilles Gudrin de Vallerin, qui dirige les bibliothèques de Montpellier et préside l'ADBGV, il rapporte les témoignages de ses collègues responsables d'établissement : depuis quelques semaines, ils constatent le retour en nombre d'anciens usagers qui ne s'étaient pas réinscrits depuis quelques années. « *Mais cela a-t-il un lien avec la baisse du pouvoir d'achat ?* questionne-t-il. *On peut l'imaginer, mais non l'assurer.* »

L. S.



Gilles Gudrin de Vallerin

ELISABETH CERUTTI, Les Sandales d'Empédocle, Besançon.

« Un report sur le poche »



« Les clients nous le disent: ils ne viennent plus se balader dans la librairie de peur d'être tentés. » Elisabeth Cerutti

« On a senti la baisse de la fréquentation dès le 1^{er} septembre. Aujourd'hui, sur les deux derniers mois, le chiffre d'affaires est en baisse d'environ 8 %. L'érosion du pouvoir d'achat se manifeste d'abord par un report sur le poche, tous rayons confondus, de la littérature aux sciences humaines. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle, aujourd'hui, nous apportons au poche une attention plus grande qu'auparavant.

Des ventes plus éphémères. La deuxième chose que l'on remarque, c'est que les nouveautés se vendent pendant une semaine, dix jours. Mais une fois qu'ils ne sont plus sous les feux des médias, c'est terminé. C'est un phénomène très déstabilisant qui s'est accentué. Avec la baisse de la fréquentation, on arrive certes à défendre nos coups de cœur, comme *Syngué sabour* d'Atiq Rahimi, *Courir* de Jean Echenoz ou *Zone* de Mathias Enard que l'on vend bien mais, pour le reste...

Les clients nous le disent: ils ne viennent plus se balader dans la librairie de peur d'être tentés. Et la déprime ne touche pas que les particuliers. Nous ressentons aussi la baisse des crédits aux collectivités locales, qui représentent 18 % de notre chiffre



d'affaires. Leur volume d'achats est en baisse. Certaines collectivités n'avaient déjà plus de crédits début octobre... Comme le reste de la profession, nous attendons les fêtes de fin d'année pour éventuellement réajuster nos orientations. Ce qui est sûr, c'est que, particulièrement en jeunesse, nous avons retardé nos commandes pour éviter d'avoir un stock trop important. On reste dans l'expectative des ventes des fêtes, même si 2009 ne s'annonce a priori pas florissant. »

PROPOS RECUEILLIS PAR M.K.

CHRISTIAN CASTELAIN, Panorama du livre, Saint-Laurent-du-Var.

« La fin d'année s'annonce mauvaise »

« Après plusieurs mois d'une forte baisse de fréquentation, depuis la rentrée, nous ressentons un regain d'activité. La situation de Panorama du livre est un peu particulière car la librairie est localisée à l'intérieur d'un centre commercial. Aussi, notre fréquentation dépend de celle du centre, très sensible à la conjoncture qui a été mauvaise ces derniers mois. L'année qui s'est écoulée a été difficile, largement

en négatif, d'autant que la librairie a traversé une période délicate sur le plan financier.

Depuis deux ou trois mois, j'ai retrouvé un peu d'oxygène, notamment en réduisant la masse salariale. La rentrée scolaire nous a valu moins de fréquentation que d'habitude, car la vente des livres scolaires nous échappe et nous vendons surtout du parascolaire. Mais la rentrée littéraire, très bien médiatisée, a dynamisé la fréquentation. De plus, nombre d'éditeurs ont publié en septembre et octobre des titres à fort potentiel de vente qu'ils réservaient d'habitude pour le printemps, espérant en faire des livres pour l'été. Ces décisions ont favorisé une certaine reprise à l'automne.

Cela dit, le livre a toujours assez bien traversé les périodes de crise, il n'est pas touché dans les mêmes proportions que le reste de l'économie. Il subit un ralentissement, oui, mais pas un coup d'arrêt. Nous avons des chances de traverser cette crise-là de la même manière. Pour l'instant, notre clientèle, qui

est celle du centre commercial et des Galeries Lafayette, plutôt moyen de gamme, ne choisit pas les livres en fonction de leur prix. Ce qui n'empêche pas que la fin d'année s'annonce mauvaise, c'est une évidence. La crise est généralisée. Ce n'est pas une question d'offre: cette année, si nous n'avons pas *Harry Potter*, nous avons le prix Nobel Le Clézio, sœur Emmanuelle, Ken Follett...

Mis à l'écart. En revanche, je suis beaucoup plus inquiet sur l'avenir de la librairie indépendante en général. J'ai l'impression que nous sommes mis à l'écart du marché du livre numérique. La grande distribution, spécialisée et traditionnelle, prend de plus en plus d'ampleur par rapport à nous. Et les trésoreries des librairies sont toutes fragilisées. Quand les chiffres d'affaires augmentent, ce n'est pas dans des proportions satisfaisantes. 2 ou 3 % de hausse n'est qu'un strict minimum, cela ne permet pas une véritable croissance. »

PROPOS RECUEILLIS PAR CATHERINE ANDREUCCI



PANORAMA DU LIVRE