

L'animation en librairie ou l'art subtil du commerce du livre

Inscrite au cœur de la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre dès lors qu'elle participe de la « qualité des services rendus par les détaillants en faveur de la diffusion du livre », l'animation en librairie revêt des enjeux qui débordent de simples stratégies commerciales liées à des impératifs économiques pourtant bien réels face aux mutations à l'œuvre dans le secteur de la distribution culturelle. Un dossier assorti de portraits de librairies qui éclairent ces enjeux et donnent à voir la diversité des propositions dans ce domaine.

Le travail d'animation : faire appartenir chaque lecteur à la librairie

*Par Vincent Chabault, sociologue, maître de conférences à l'Université Paris Descartes – Sorbonne Paris Cité et auteur de *Librairies en ligne*, Presses de Sciences Po, 2013 et de *Vers la fin des librairies ?*, La Documentation française, 2014.*

La concurrence accrue du commerce électronique sur l'activité des librairies depuis le milieu des années 2000 a conduit les professionnels et les observateurs du secteur à fixer un certain nombre d'axes de développement afin d'accroître la clientèle et la fidéliser. Hormis une offre de services en ligne, l'animation du point de vente – pour reprendre une expression chère aux professionnels du marketing –, constitue, pour la librairie du XXI^e siècle, une priorité. Parmi les pistes à suivre pour que la librairie poursuive sa mue, Denis Mollat considère que les commerces doivent devenir des espaces culturels à part entière : « Rencontres avec des auteurs,

animations thématiques, café littéraire : ces activités permettent d'expliquer la singularité du libraire et d'animer sa communauté de clients lecteurs autour d'un lieu de vie qui justifie le déplacement¹ ».

Tout en rappelant l'inégalité des ressources des professionnels pour proposer de telles actions et en soulignant l'existence d'un répertoire assez large de pratiques se cachant derrière l'activité d'animation, il est indiscutable que le rôle social et culturel de la librairie constitue l'un de ses premiers atouts.

Nous souhaiterions montrer brièvement en quoi l'animation en librairie – qu'on pourrait définir comme l'intégration et la participation des clients à la vie du commerce pour stimuler la rencontre avec le livre – est primordiale dans une société d'individus dont les pratiques de lecture d'imprimés diminuent depuis les années 1990². Animer une communauté de lecteurs, ce n'est pas seulement proposer des événements pour contribuer à « (re)créer du lien social », formule aussi familière qu'imprécise des élus locaux.

1. Denis Mollat, « Quel avenir pour la librairie ? », *Le Débat*, n°183, 2015, p. 41.

2. Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte/ministère de la Culture et de la Communication, 2009.

L'enjeu est aussi d'intégrer davantage le lecteur aux formes d'animation de la librairie afin qu'elle devienne pour lui un espace de définition de soi. Si les multiples expérimentations en ce sens suscitent la mobilisation des clients fidèles – du comité de lecture à la rédaction d'avis par les clients, de la tenue d'un journal de critiques littéraires à l'accueil de publics scolaires pour favoriser la socialisation au livre –, c'est sans doute que, malgré la concurrence d'Amazon, l'un des aspects du commerce de librairie demeure sa fonction identitaire. Qu'on le veuille ou non, qu'on le ressente ou non, la librairie, comme le musée ou le conservatoire, sert de cadre à la définition de notre profil culturel.

Lorsque l'on interroge les clients adeptes du commerce électronique, le confort d'achat, l'accès à une offre quasi-exhaustive et étrangère, ainsi que la capacité à agir en « lecteur consommateur » (recherche du marché de l'occasion, possibilité de revendre ses ouvrages) constituent les raisons principales justifiant leur fréquentation de ces plateformes. En étant attentif à leurs propos,

on observe qu'ils n'ont pas pour autant déserté les commerces physiques et que rien ne saurait remplacer, selon eux, le professionnalisme et les connaissances du libraire³.

« Qu'on le veuille ou non, qu'on le ressente ou non, la librairie, comme le musée ou le conservatoire, sert de cadre à la définition de notre profil culturel. »

L'expression de cet attachement à la compétence, mais aussi à la visite d'un lieu, qui semble faire office de parenthèse réconfortante pour un individu plongé dans une société marquée par l'accélération du temps⁴, s'explique par la singularité d'un commerce de détail au sein duquel le lecteur voit ses choix culturels légitimés et reconnus.

3. Vincent Chabault, *Librairies en ligne. Sociologie d'une consommation culturelle*, Paris, Presses de Sciences Po, 2013.

4. Hartmut Rosa, *Accélération. Une critique sociale du temps*, Paris, La Découverte, 2010.

En renforçant les espaces et les actions d'animation, la librairie indépendante offre ce qu'aucun autre acteur de la distribution culturelle ne propose actuellement. Sans évoquer Amazon et sa relation distante et quelque peu artificielle au client, l'histoire récente des grandes surfaces culturelles – la disparition de certains acteurs, les mutations internes des autres en termes d'assortiment et de services – doit servir de leçon. Le consommateur, en quête d'une expérience marchande singulière, attend aujourd'hui autre chose qu'une simple transaction marchande. Le témoignage teinté d'amertume de Victor Jachimovicz, ancien vendeur de la FNAC, est de ce point de vue fort instructif quant à l'inefficacité d'un modèle axé uniquement sur la vente aux dépens du service, du conseil et de l'animation. « Venir chez nous ne signifie plus rien de particulier »⁵, affirmait-il en 2012 lorsqu'il quitta l'entreprise après quarante-six ans de service...

La voie est libre pour les libraires. ■

5. *Libération*, 22/04/2012.

L'animation dans le dispositif d'aides à la librairie du Centre national du livre

Entretien avec Thierry Auger, Adjoint au chef de département de la diffusion, chargé des aides aux librairies

Quels sont les objectifs du label LiR¹ (Librairie indépendante de Référence) et de l'aide VAL (subvention pour la mise en valeur des fonds en librairie) ?

L'objectif initial du label était de justifier et définir un périmètre de librairies qui, au regard de la nature de leur assortiment et de dépenses de personnel plus importantes que dans les autres circuits du livre – gage de disponibilité et de conseil qualifié – pourraient obtenir prioritairement des exonérations de charges sociales et fiscales. Celle-ci a

finallement porté sur la taxe professionnelle réformée en 2009, année de mise en place du label, qui implique que chacune des collectivités délibère séparément. Le label a immédiatement acquis une forte dimension de reconnaissance professionnelle.

L'aide VAL, opérationnelle dès l'automne 2008, permettait de répondre à trois objectifs : la mise en place d'une subvention d'exploitation souple mais non automatique au bénéfice de librairies effectuant un travail qualitatif, le doublement du budget alloué par le CNL à la librairie

et la preuve faite aux collectivités, sollicitées à travers l'exonération, que l'État accompagnait ce dispositif.

Enfin, même si c'est à la marge, le dispositif VAL reste par principe accessible à des librairies non labellisées.

En quoi la notion d'animation est-elle valorisée, soutenue dans ces dispositifs ? Au nom de quels enjeux dans le cadre d'une politique du livre ?

La politique d'animation est un critère déterminant dans l'attribution du label,

statistiquement le plus discriminant. La commission concentre son avis sur ce paramètre en se référant aux critères prévalant dans le décret : la régularité et la qualité « au regard notamment de la diversité des actions et de l'importance des publics touchés ». Elle apprécie ces éléments nécessairement en fonction de la situation locale et du niveau d'activité de l'établissement.

Il a été considéré que la politique d'animation constituait un réel élément de différenciation, traduisant à la fois le dynamisme, l'ancrage culturel et commercial local d'une librairie. Les collectivités territoriales tiennent compte également de cette dimension lorsqu'elles décident l'exonération.

La place et la nature des animations dans le projet et le quotidien d'une librairie nécessitent une réflexion permanente, parfois des remises en question. Cette programmation plus ou moins diverse, cohérente, implique des compétences, des choix, des coûts. Cette dimension a dans certains cas pris une place disproportionnée par rapport aux fondamentaux du métier.

Contrairement à une idée reçue, qui tient

à la mise en place quasi simultanée avec le label, dans le cadre de l'aide VAL, la politique d'animation constitue un élément d'appréciation second. Elle doit être surtout le reflet du positionnement et de l'activité de la librairie, de sa capacité à mettre en valeur un assortiment de qualité, à porter des choix, à accompagner des auteurs, des démarches éditoriales dans la durée. L'animation est prise en compte mais entendue comme prolongement, service additionnel, outil de fidélisation, renforçant la notoriété de la librairie et permettant de consolider son économie.

Les critères d'éligibilité relatifs à la politique d'animation sont-ils modifiés dans le cadre de la réforme de l'ensemble du dispositif en 2015 ?

Concernant le label, aucune évolution n'est prévue.

En revanche, l'aide VAL a fait l'objet d'un repositionnement qui s'avérerait nécessaire. Le principe de cette aide et les critères d'examen sont précisés, hiérarchisés. L'intitulé complet du dispositif

est désormais « Subvention pour la mise en valeur des fonds et de la création éditoriale ». Les montants forfaitaires restent inchangés.

La politique d'animation, aussi pertinente et intéressante soit-elle, est ramenée à une plus juste place. Les critères premiers sur lesquels la commission fonde son avis, sont la qualité et la diversité de l'assortiment, particulièrement dans les domaines éditoriaux que le CNL a vocation à soutenir, la présentation et la valorisation de l'offre en magasin, l'accueil, le conseil. Il sera également tenu compte de l'agencement du lieu, des outils de communication, de paramètres de bonne gestion (achats et stocks). Ce dispositif s'inscrit de manière plus cohérente dans les missions et priorités de l'établissement. ■

1. La Bourgogne compte 13 librairies labellisées : Autrement Dit et Grangier à Dijon, À Fleur de mots à Montbard, L'Écritoire à Semur-en-Auxois, Le Cyprès et Gens de la lune à Nevers, La Mandragore à Chalon-sur-Saône, La Cadran lunaire à Mâcon, Les Arcades à Tournus, Obliques à Auxerre, L'Autre monde à Avallon, Jofac à Toucy et L'Or des étoiles à Vézelay.

Michel Deshors, consultant et formateur à l'Institut national de formation de la librairie

« *Le libraire doit être capable de porter un double costume : ministre des Finances et Monsieur Loyal !* »

La concurrence des librairies traditionnelles est multiple : locale d'une part, et le plus souvent incarnée par les grandes surfaces culturelles ; proche et lointaine d'autre part, virulente : les grands sites marchands de vente en ligne dont l'offre et les délais proposés sont les arguments incontestables. Il est donc primordial que les libraires soient formés à la lutte contre cette nébuleuse invisible, mais bien réelle. Une présence sur les réseaux sociaux, une appartenance à un groupement qui possède un site marchand sont par exemple des thèmes de formation en pleine mutation.

Une majorité de libraires est convaincue que l'animation est une manière

indéniable de se démarquer. Néanmoins, nombreux sont ceux qui jugent encore la chose inutile et coûteuse.

Il paraît donc nécessaire que les organismes de formation, en même temps que les instances culturelles nationales ou régionales, désignent ce domaine, englobant l'accueil, la valorisation des assortiments et les animations, comme essentiel pour la librairie, et qu'il existe des règles et des axes de qualification parfaitement efficaces.

La difficulté des libraires à libérer du personnel pour suivre des sessions de qualification n'est pas non plus à sous-estimer ; il nous faut alors réfléchir à d'autres méthodes de formation.

L'offre de formation de l'INFL relative à l'animation

- **Formation continue** : mettre en valeur l'assortiment dans la librairie ; communiquer en utilisant Internet ; élaborer un programme d'animations.

- **Pour les apprentis en alternance** (BP, CAP et Licence-Pro) : animation du point de vente et politique commerciale ; communication via les nouvelles technologies de l'information. ■

→ www.infl.fr

■ Librairie Le Cadran Lunaire, Mâcon (71)



→ Jean-Marc Brunier

« Ouvrir le lieu,
résolument »

Histoire et identité du Cadran Lunaire

La librairie a été créée en 1977 par une féministe militante qui a forgé l'identité de la librairie autour de la littérature générale et de jeunesse. Huit ans après, le repreneur s'est attaché à l'ésotérisme, à l'écologie et au christianisme. Quand j'ai repris à mon tour, en 1995, de nombreuses personnes, y compris des éditeurs tel que Minuit, m'ont très vite dit avoir eu le sentiment de retrouver « l'identité première » de la librairie. Depuis, bon nombre de lecteurs ont investi les lieux, qui dialoguent avec les nouveaux arrivants et défendent certains ouvrages. C'est le propre de l'identité d'une librairie : on ne sait jamais vraiment si elle correspond à son libraire ou à sa clientèle !

Cette identité s'est également forgée, au fil du temps, en fonction de l'environnement commercial : à mon arrivée, il devait y avoir sept points de vente de livres à Mâcon ; nous sommes désormais seuls, avec Cultura. Si j'ai conscience de notre fragilité, je suis aujourd'hui plus optimiste qu'il y a 5 ans : la librairie est devenue une sorte d'institution culturelle, qui a trouvé sa place face à la grande distribution, en défendant une certaine façon de travailler.

L'animation : activité marchande ou activité culturelle ?

Pour nous, l'animation n'est plus réellement une activité marchande, mais elle est indispensable. On vend peu au moment d'une rencontre. En revanche, telle une extraordinaire vitrine, ces événements sont constitutifs de notre identité. Et sont aussi le plus souvent des moments uniques de plaisir : les meilleurs de notre vie de libraire ! En effet, ces temps sont toujours un peu à part, nous ne les inscrivons pas directement dans la vie économique de la librairie. Ils sont faits pour « ouvrir » le lieu, résolument. C'est là que je place le rôle essentiel de nos animations : démontrer que la librairie est ouverte à tous, bien au-delà du noyau d'habitues, donner la parole à chacun, quelle que soit sa sensibilité.

Le rapport avec les auteurs invités, et le dialogue qui en découle, s'inscrit dans la même dynamique, la même volonté d'ouverture. Certains auteurs sont devenus des « invités permanents » et c'est aussi grâce à nos lecteurs !

Notre proposition d'animation se concentre sur la littérature adulte et jeunesse. Pour la jeunesse, nous avons par exem-

ple proposé des ateliers animés par des intervenants en arts plastiques et des illustrateurs, mais aussi des rencontres-lectures plus classiques. En littérature adulte, les rencontres s'organisent sur la base d'un coup de cœur parmi les nouveautés. Très souvent, l'auteur lit son propre texte ou le texte d'un autre. Désormais, le public est habitué à cela et la qualité d'écoute est formidable. La poésie et les sciences humaines, en revanche, attirent chez nous moins de monde.

Animation hors-les-murs et construction de la programmation

Dans les mois qui ont suivi mon arrivée, je passais la majeure partie de mon temps hors de la librairie. Une façon de me faire connaître, mais aussi d'identifier les acteurs du secteur culturel, de créer un réseau... et de ramener tous ces gens à la librairie ! Avec le temps, mon carnet d'adresses s'est étoffé, mon programme d'animations s'est enrichi, a gagné en qualité, et la librairie est devenue une sorte de plaque tournante. Un recentrement qui se rattache à l'histoire du Cadran Lunaire plutôt qu'à une évolution de ma conception de l'animation dans l'exercice de mon métier.

Notre programme de rencontres n'est jamais figé. En général, en écho à l'euphorie de la rentrée littéraire, nous proposons une sorte de feu d'artifice de septembre à fin novembre. En guise de lancement : une soirée de présentation des nouveautés de la rentrée. À cette occasion, nous associons toujours deux ou trois lecteurs à qui nous avons donné des services de presse pendant l'été. Chacun parle de ses coups de cœur, quatre minutes par titre maximum. Cette soirée est très demandée et les bibliothécaires viennent prendre des notes. Ensuite, grâce à la reconnaissance des éditeurs, nous avons la chance de pouvoir proposer environ une rencontre par semaine. Enfin, certains auteurs comme Véronique Ovaldé ou Marie-Hélène Lafon, sont devenus des invités permanents !

Un grand souvenir

Un moment de grâce et d'émotion, lors de la rencontre avec Lydie Salvayre pour *Pas pleurer* (Seuil, 2014, traitant de la guerre civile espagnole). Harmonie, 87 ans, ancienne réfugiée espagnole vivant à Mâcon, était installée au premier rang. Le livre à la main, interrompant l'échange, elle se met soudain à déclamer, en espagnol et jusqu'au bout, le poème dont l'extrait figurait dans le texte. Puis, elle dit qu'en 1936, le maire de Lérida, le village de Haute-Catalogne où se déroule le récit, c'était son père ; que ce livre est celui de son histoire familiale ; que certains passages ont certainement été écrits par son père lui-même ! Ce livre est vraiment celui de tous les réfugiés espagnols... ■

→ **Le Cadran Lunaire**
27, rue Franche à Mâcon
03 85 38 85 27
www.cadran-lunaire.fr

■ Librairie L'Autre Monde, Avallon (89)

→ **Évelyne Levallois & Carole Amicel**
 « Le sel du métier de libraire »



Le poète Patrick Dubost en novembre 2014

L'agencement du magasin

La librairie existe depuis plus de 150 ans. Quand on l'a reprise en janvier 2013, on a voulu lui donner un nouveau souffle : on a changé de nom, réduit la surface de la papeterie, renforcé le rayon jeunesse avec un rayon jeux de société et jouets. On a réorganisé la librairie générale par pôles et brisé l'îlot central en mettant des tables sur roulettes. Cela permet d'avoir des unités plus appréhendables pour le client tout en rendant le lieu très mobile et beaucoup plus facile à animer. Les tables changent deux fois par mois, avec le souci constant de se demander ce qu'on veut mettre en avant : on applique des règles de *merchandising* à un produit qui n'est pas un simple produit... mais qui est aussi un produit ! Il faut que les tables bougent, que les têtes de gondole bougent, c'est capital. Et pour faire travailler le fonds, un des vrais sujets, ce sont aussi les vitrines.

Politique d'animation

En arrivant, on pensait inviter des auteurs en fonction de nos envies ; c'était sans compter sur la pression du public qui pouvait aussi connaître des auteurs qui nous intéressaient, comme cela a été le cas avec Jean Radvanyi par exemple. Notre premier programme fut très chargé : une rencontre par semaine pendant 4 mois ! On était épuisées, mais on a fait des trucs formidables - y compris, donc, grâce aux propositions et réseaux de nos clients. Pour la première rencontre, on était 6 ; aujourd'hui, il peut y avoir 50 personnes pour une soirée autour de la poésie ! Toutes les animations ne marchent pas au même niveau, ne touchent pas le même public. C'est ce qu'on voulait : un certain éclectisme permettant de varier les propositions, puisque, librairie générale dans une ville de 8 000 habitants, nous n'avons pas qu'un seul public.

On pensait également panacher le régional et le national avec l'idée que le régional aurait une assise forte. Bizarrement, ce ne sont pas les rencontres qui marchent le mieux.

La rencontre autour d'un livre, autour d'un auteur, autour d'un événement : quand on y pense, c'est tout le sel du métier de libraire. Si l'on veut que les clients ne s'orientent pas vers l'achat en ligne, il faut créer des souvenirs. Il faut qu'ils se disent au moment de cliquer : « je ne vais pas commander le livre ici alors que je l'ai découvert là-bas ! ». L'animation permet à un libraire de fédérer ses lecteurs autour de lui et de son enseigne. Cela permet également de créer une zone de chalandise plus large. Le but étant ici de faire connaître, de faire vivre un lieu.

Par ailleurs, je crois que l'événement humain pousse les lecteurs plus loin. La rencontre avec Marie-Hélène Lafon en est une belle illustration. C'est un auteur qu'on ne vendait pas très bien alors que je pense que c'est un des grands écrivains de la littérature française contemporaine, au même titre qu'Annie Ernaux. Il a fallu convaincre pour faire de cette soirée, qui nous faisait peur et plaisir à la fois, un événement pour les clients. La rencontre fut un vrai succès, tout le

monde en est ressorti avec l'envie de la lire. On a désormais quasiment tous ses titres en rayon, qui tournent régulièrement. Marie-Hélène Lafon dit à ce propos une chose très juste : un public en librairie, ça se travaille. Et les rencontres y contribuent.

Partenariats et ateliers

On ne fait pas de bénéfices sur les rencontres. Mais tout ceci a généré des demandes d'associations qui font venir des auteurs ou qui organisent des manifestations, ce qui nous amène à faire des tables ou des librairies éphémères hors-les-murs et à développer des partenariats.

Il existait par exemple un partenariat historique entre la librairie et Samedi poésies Dimanche aussi (rencontres poétiques annuelles à Bazoches-du-Morvan) : dépôt de livres pour la manifestation et facturation des ventes. Nous souhaitons renforcer ce partenariat, notamment parce que nous ne sommes pas spécialistes de poésie, qu'il est compliqué de faire vivre ce genre en librairie et que cela nous semble pourtant essentiel. Or les organisateurs de cette manifestation ont un public et des compétences : désormais, nous proposons des rencontres ensemble à la librairie !

D'autres propositions, comme les ateliers, sont venues de manière empirique. Le rayon jeux est portant pour la librairie. Les clients nous demandaient ce qu'il y avait dans les boîtes. Le plus simple fut d'installer coussins et petites tables et de nous lancer ! Un mercredi sur deux donc, nous proposons de découvrir des jeux dans l'espace jeunesse. Et ces ateliers ont débouché sur des animations auprès d'un public scolaire et notamment d'enfants souffrant de troubles de l'attention et de difficultés d'apprentissage.

Aujourd'hui, ces enfants qui ne mettaient pas les pieds à la librairie y viennent en courant pour trouver le rayon jeux. Petit à petit, ils touchent aux livres, et même s'ils ne les lisent pas, ils en font une lecture graphique.

Le label LiR (Librairie indépendante de Référence)

Le label signifie que la librairie a changé. Il était important de le dire, surtout auprès de nos fournisseurs : « la librairie est dans le bon sens et il va falloir compter avec nous ! ». Faire savoir que la librairie est labellisée, qu'elle fait partie du groupement Initiales, association nationale de libraires indépendants, c'est démontrer notre professionnalisme qui est un des combats de la librairie d'aujourd'hui. Et c'est aussi une façon de valoriser notre propre clientèle.

Un grand souvenir

Notre lien avec Olivier Truc restera un événement un peu mythique. Son livre *Le dernier Lapon* (Éd. Métailié) fut le premier coup de cœur de la librairie. On a dû en vendre 80 exemplaires en grand format, ce qui est beaucoup pour la boutique, et 150 exemplaires en édition poche. C'est en conseillant ce livre que s'est instaurée une relation de confiance avec nos clients. J'ai raconté cette histoire à Olivier Truc lorsqu'on l'a reçu à l'occasion de la parution de son dernier livre. Et lui de dire qu'il reviendrait pour le prochain et pour le suivant encore ! Cet auteur qui vend très bien, qui est journaliste au *Monde*, qui vit en Suède, s'est dit qu'il faisait partie de l'histoire de cette librairie dans le Morvan. ■

→ **L'Autre Monde**

42, Grande Rue Aristide-Briand à Avallon
03 86 34 10 50

Facebook : L'Autre Monde

Librairie Des livres et des Hommes, Beaune (21)



→ Arnaud Buissonin
& Nathalie Poncet

« Le fragile équilibre
entre utopie et
impératifs
commerciaux »

Création et assortiment

Après quelques détours par le milieu hospitalier et le tourisme, ma compagne et moi avons envie de revenir à la librairie. C'est ainsi que, tombant amoureux de Beaune, nous y avons racheté en 2011 une librairie, papeterie, carterie, bimboloterie située en plein centre-ville. Soucieux de faire du lieu un vrai magasin de proximité, nous avons fait le choix de conserver la carterie et la papeterie, tout en apportant une vraie vocation littéraire : après quelques travaux, nous avons donc très vite « rentré » plusieurs milliers de livres !

Nous nous attachons à sortir des sentiers battus par les grands diffuseurs et articulons notre assortiment autour de la microédition, l'édition de création, mais aussi les sciences humaines, la psychologie, l'histoire, les beaux-arts... Et il est essentiel de dire que cet assortiment, entre exigence et tolérance, évolue et se construit également grâce à nos clients : ce sont eux en effet qui nous ont fait sortir d'une forme de purisme pour nous ouvrir à toutes sortes de littératures.

Politique d'animation

Notre programme d'animation a débuté dès janvier 2012. Pour moi, une librairie doit être une sorte de Macao, un microcosme qui contient le monde, et les

livres sont faits pour dialoguer, entre eux, avec les gens, et y compris dans le désordre ! Dès le départ donc, il y a eu deux volontés très fortes. La première fut de créer un cercle de lecture, c'est-à-dire un espace commun qui permette à des personnes de se rencontrer dans la librairie et d'échanger autour des livres. On a appelé ce cercle « La bataille d'Hernani » ! C'est qu'on n'aime pas le consensus et que l'idée était bien de créer les conditions d'une confrontation d'opinions et d'arguments.

Notre second souhait était bien entendu de faire résonner la parole des auteurs. Très vite nous avons donc reçu un ou deux auteurs par mois, des auteurs que l'on aime, des démarches littéraires que l'on juge singulières, audacieuses.

Ce n'est qu'après que se sont ajoutés le café philo, devenu désormais café culture, des séances de contes pour les enfants des écoles et centres de loisirs, des animations à destination des scolaires avec leurs enseignants. Car il est tout aussi important que les jeunes fréquentent la librairie, qu'ils viennent y acheter leurs livres, qu'ils comprennent que c'est un lieu privilégié de découvertes et de liberté.

Aujourd'hui il y a encore de nouveaux projets : un atelier théâtre et « le chef-d'œuvre *in-connu* », une série de rencontres avec des spécialistes autour de grands romans.

Mais, que cela concerne nos choix d'assortiment ou nos animations, il faut savoir que nous sommes dans une permanente remise en question. D'une part parce que nous sommes conscients que 90 % des citoyens du monde vivent très bien sans livre, que la librairie est une exception française, et d'autre part parce que nous veillons sans relâche à maintenir le fragile équilibre entre utopie, exigence littéraire, et impératifs commerciaux.

Une rencontre marquante

Celle de juin 2012 avec Nathalie Léger, qui venait d'obtenir le prix Inter pour *Supplément à la vie de Barbara Loden* (Éd. P.O.L.), a été fondamentale ; y compris parce qu'elle a bien failli ne pas avoir lieu et qu'il a fallu de ma part un très long message – quasi lyrique ! – à l'auteur pour qu'elle soit maintenue ! Cette rencontre a localement imposé la librairie comme un lieu d'exigence et de découvertes, et elle a littéralement illuminé la trentaine de personnes présentes, tout le monde était en apesanteur... ■

→ Des Livres et des Hommes
4, rue de Lorraine à Beaune
03 80 22 16 29

Facebook : Librairie Des Livres et des Hommes

■ Café et librairie Le Marulaz, Besançon (25)



→ Manuel Daull
et associés

« La poésie mérite
qu'on prenne
ce temps-là »

Fabrice Caravaca
lors de la soirée d'inauguration
du Marulaz en octobre 2014

Un projet, deux activités

Le projet d'ensemble du Marulaz est relativement ancien dans le sens où, avec trois associés, cela faisait un bon moment que l'on réfléchissait à ouvrir un lieu lié à l'animation culturelle, mais pas forcément une librairie. Lorsque nous avons repris ce café de quartier l'année dernière, nous avons décidé d'y adjoindre un projet culturel dans un local attenant, avec l'idée que l'activité du bar permettrait d'assurer l'équilibre économique de l'ensemble dans un premier temps. C'est finalement le lieu qui a généré le projet. La librairie est devenue une évidence dès lors qu'elle offrait la possibilité de proposer un espace de rencontre autour des arts et de la poésie. En outre, j'ai été libraire pendant huit ans aux Sandales d'Empédocle. En articulant un bar et une librairie, nous savions que nous allions drainer des populations différentes, et c'est aussi ce qui nous intéressait.

Aujourd'hui, la librairie propose un fonds d'environ 3 000 références, composé à 70 % d'ouvrages de poésie. Littérature, théâtre, arts visuels, en particulier photographie, et objets de curiosités complètent l'assortiment. L'idée était de présenter la bibliothèque idéale d'un « amateur », au sens classique du terme, en valorisant le travail d'éditeurs, en mettant en avant la cohérence de leurs catalogues.

L'animation à la croisée de la création et de la diffusion

L'animation tient à la définition même de ce qu'on imaginait pour ce lieu : que ce soit avant tout un lieu de vie, pas seulement un lieu de visibilité.

On avait à cœur d'entretenir un lien avec les acteurs du monde du livre et nos lecteurs, que ces gens puissent se rencontrer. La librairie propose des rencontres-lectures associant un ou plusieurs auteurs et leur éditeur. Des partenariats se développent. Le bar et la librairie sont devenus par exemple les cantines de certains festivals ; cela a été le cas en novembre dernier pour Les Petites Fugues, manifestation organisée par le Centre régional du livre de Franche-Comté. Nous travaillons également à la création d'un studio de résidence à l'étage.

Être disponible pour accueillir, pour échanger, pour présenter le travail d'un auteur, d'un éditeur, l'essentiel est là. Et je suis certain que ces personnes que l'on invite seront les meilleurs ambassadeurs de la librairie à l'extérieur. À cet égard, la rentabilité d'une invitation ne renvoie pas juste à la vente de livres et au prix d'un billet de train pour faire venir un auteur.

Faire entendre la poésie

Entendre un auteur lire son texte, faire cette expérience sensible de la poésie permet de lever toute ambiguïté autour de l'idée que certaines lectures ne seraient pas pour certaines personnes. À partir du moment où l'on est dans le vivant, je crois que le rapport *a priori* des choses peut s'effacer par rapport à un vécu des choses. J'ai deux livres en tête qui me sont très chers, *L'Éternité* de Christophe Manon (Éd. Dernier Télégramme) et *La Vie* de Fabrice Caravaca (Éd. Les Fondateurs de Briques). Ces deux livres trouvent le plus souvent leurs lecteurs lorsque l'on en donne à lire un extrait à voix haute.

Peut-être plus qu'un autre genre, la poésie réclame, ou en tout cas mérite, qu'on prenne ce temps-là. Cela rejoint la définition que nous avons de la librairie, considérée dans un territoire donné comme quelque chose qui a aussi un lien au collectif, au-delà du lien commercial.

→ **Le Marulaz**
2, place Marulaz à Besançon
09 67 46 47 25
www.lemarulaz.com