

Les achats des bibliothécaires Jeunesse

Par Sylviane Teillard

Conservateur section jeunesse

Médiathèque de l'Arlequin à Grenoble.



À la lumière d'un certain nombre d'articles parus dans la presse professionnelle au cours des cinq dernières années, il est clair que les appels à l'exigence d'un réel partenariat interprofessionnel incluant un réseau large, intégrant auteurs, éditeurs, diffuseurs, distributeurs, bibliothécaires et libraires cachent difficilement l'assombrissement des relations éditeurs/libraires dont "les liens de famille" semblent de plus en plus distendus, la scission entre le profil d'industriel du livre et le profil de commerçant de l'autre s'affinant au fil des ans, la distribution s'attachant dans la chaîne du livre, une place de toute première importance.

La revendication d'inter-professionnalité n'est pas le fait de l'ensemble de la profession, mais elle est le fait d'un certain nombre de bibliothécaires persuadés que la médiation de type culturel que nous avons avec nos lecteurs, en bibliothèque, n'est en rien à opposer avec les médiations culturelles et marchandes que la librairie a avec sa clientèle.

■ Enjeux du partenariat bibliothèque/ librairie

Ils sont clairs.

Pour le libraire, travailler avec les bibliothèques;

- lui fournit l'occasion d'élargir son marché, à court et long terme si l'expérience perdure;

- lui offre la possibilité de mieux cerner les attentes d'un public qu'il ne touchait pas ou qu'il touchait peu jusque-là;

- contribue à l'amélioration de son enseigne;

- lui fournit une aide à la procédure d'assortiment de son stock, pour une adéquation plus fine entre l'offre et la demande.

Pour les bibliothèques, travailler avec le libraire fournit l'opportunité de découvrir les modalités de fonctionnement d'un établissement soumis aux impératifs d'une entreprise et qui doit donc prendre en compte des critères de rentabilité

financière tout en les assortissant d'objectifs culturels.

Ce partenariat est aussi pour les bibliothèques une voie possible vers l'amélioration de leur image de marque, car elles s'ouvrent à d'autres réalités et font à leur tour des efforts pour "vendre" mieux leurs services.

Ces acteurs ne doivent pas pour autant oublier le besoin de développer leur connaissance et donc leur compétence dans le domaine des contraintes économiques et des exigences culturelles propres à chaque métier. Le but d'une entreprise est de faire du profit, celui d'une bibliothèque est de servir une population, l'exigence de rentabilité n'étant pas totalement absente des obligations professionnelles d'aujourd'hui.

Sans doute les bibliothécaires bénéficieraient-ils d'une estime accrue de la part du libraire, dans sa fonction de commerçant du moins :

- s'ils manifestaient avec clarté et détermination la nature du projet culturel qu'ils défendent ;

- s'ils savaient se doter d'outils techniques permettant tant l'évaluation fine que la prospection ;

- s'ils savaient dépasser le stade de la gestion au quotidien, jalonner leur parcours d'objectifs à court et moyen terme, considérer que les usagers peuvent aussi prendre le nom de clients, sans nuance dépréciative.

Pour la bibliothèque, les présupposés ne sont pas moins impérieux. Elle doit :

- accepter que le livre, qui est certes une création intellectuelle, donc pas un produit tout à fait comme les autres, soit traité aussi comme une réalité économique. (N'oublions pas que le chiffre d'affaires de l'édition pour la jeunesse représente à lui seul près de 10% du CA total de l'édition) ;

- saisir la réalité de la double fonction du libraire qui résulte de l'exercice d'un métier culturel dans une société de consommation. Le choix qui s'impose à lui écarte tout état d'âme : s'adapter ou disparaître. (Ne nions pas les réticences qui s'attachent à faire admettre aux bibliothécaires cette réalité économique. Cela pose le problème de la profession vis-à-vis de l'argent).

■ Comment se traitent les affaires ?

Comment, aujourd'hui, se traitent les affaires entre les bibliothèques et les libraires ? Où les bibliothèques achètent-elles leurs documents ?

Si, pendant longtemps le marché provenant des ventes aux collectivités a fait l'objet de concurrences féroces, si les règles de fonctionnement de ces ventes restaient totalement à moraliser, si les villes recherchaient les marchés les plus confortables pour les finances publiques, faisant jouer âprement le jeu de la concurrence entre libraires locaux et grossistes parisiens, faisant fi des compensations que l'on doit au travail patient de recherche bibliographique auxquels seuls les petits libraires s'astreignent, il semble que les choses évoluent. D'après l'enquête téléphonique que j'ai pu mener auprès d'un certain nombre de bibliothèques municipales de villes de plus de 150 000 habitants ou de villes moyennes (40 000 habitants) de différentes régions de France ainsi qu'auprès de bibliothèques départementales, il apparaît qu'aujourd'hui les collectivités territoriales commencent à limiter leurs exigences de rabais et acceptent des remises moindres en reconnaissant à certains libraires leurs compétences et leurs prestations de services.

Le tour de France téléphonique que j'ai fait à l'occasion de mon intervention à Bologne l'illustre : à l'exception d'une grande ville du Sud-Ouest où est implantée une grosse librairie qui consent encore une remise de 30% sur les livres jeunesse, toutes les réponses obtenues donnent un taux de remise allant de 15 % à 26 %.

Je précise toutefois que les villes dotées de réseaux importants de lecture publique (annexes nombreuses) ou dotées d'une grande bibliothèque centrale morcellent leurs marchés, permettant ainsi à un nombre élargi de libraires locaux de bénéficier de ces marchés. La remise maximale alors relevée -soit 26 %- n'affectant que la fourniture d'un secteur de documents, ici les bandes dessinées. La remise la plus souvent évoquée oscille entre 15 % et 20 % pour l'ensemble des types de documents. Je précise aussi que les bibliothécaires de la ville du Sud-Ouest mentionnée traitent aussi leurs commandes avec des libraires spécialisés jeunesse où le taux de remise consenti est évidemment moindre, soit 15 %.

Les élus locaux, s'ils sont sensibles aux économies réalisées dans leur administration directe, savent aussi qu'ils ne peuvent fragiliser, au risque de le détruire, tout un tissu dont la diversité est nécessaire à la vitalité du livre. Ils savent que cette vitalité des librairies de proximité renforce l'attractivité de pôles commerciaux, et apporte opportunément un service marchand et culturel permettant la satisfaction sur place de besoins d'information, d'instruction et de distraction. Ils reconnaissent de plus en plus la fonction professionnelle des libraires comme médiateurs entre les œuvres et le public, comme acteurs dans un jeu de contacts et de relations humaines que seuls le temps, l'implantation locale et une longue habitude savent générer.

On ne peut ignorer aujourd'hui que les ventes au détail ont regressé et que la librairie reste un circuit irremplaçable pour la vente du livre, avec un assortiment diversifié, une professionnalisation attestée.

■ Les vertus d'un commerce de proximité

Le cadre des marchés publics tel qu'il doit être appliqué prévoit trois formules :

1 - pour des commandes de livres, par une collectivité, ne dépassant pas 300 000 F : paiement sur factures ;

2 - pour des commandes allant de 300 000 F à 700 000 F, procédure de consultation (avec avis) dans la presse locale et spécialisée et passage de marché négocié ;

3 - enfin, pour des commandes dépassant les 700 000 F : procédure d'adjudication, c'est-à-dire marché entre l'administration et le commerçant dans le respect des clauses prévues au cahier des charges présenté, en recherchant le rabais le plus fort mais en tenant compte des services rendus par le libraire.

Ces services comportent en général la mise à disposition d'un office des nouveautés régulièrement acheminées à la réunion de travail mensuelle ou bimensuelle des bibliothécaires, pour un examen de contenu avant décision d'achat. Cette pratique dont nous avons bénéficié très tôt à Grenoble grâce à un libraire local est courante aujourd'hui dans les bibliothèques jeunesse.

L'existence de cet office, la recherche bibliographique, les actions communes d'animation (invitations conjointes d'auteurs, les jeux concours en commun, les festivals ou salons nombreux en France et mêlant étroitement les deux professions) les commodités d'approvisionnement des livres, les souplesses de règlement (notamment en fin d'exercice budgétaire) sont reconnues comme des services précieux qui ne peuvent être que le fait de librairies de proximité - et souvent spécialisées jeunesse. Or ces dernières améliorent leur propre service par une connaissance accrue des collections, grâce au commerce habituel de leur clientèle et bénéficient de retours d'informations des lecteurs. Cette somme d'informations permet au libraire de former et d'organiser son intuition du public, de ses besoins et de ses réactions. J'ai pu noter dans cette brève enquête que certaines villes construisant leur premier équipement de lecture publique avaient à cœur de faire travailler même certaines maisons de la presse, quand le nombre des libraires était trop limité sur la ville. Dans un autre cas, l'abandon du choix du libraire local a été motivé par une défaillance persistante des services offerts et l'approvisionnement se fait dans un lieu proche et mieux offrant.

Si la pression sur le choix d'un commerçant local au détriment d'un commerçant

d'une autre ville est plutôt affaire de bon sens et s'exerce avec discrétion, elle ne peut s'exercer dans le cas d'une procédure d'adjudication où la présence d'un représentant de la direction de la concurrence et des prix l'empêche. Le choix de l'adjudication dépend alors des services rendus à la collectivité et de l'amélioration du service public.

Sans doute les appels parus dans la presse professionnelle pour inciter les bibliothécaires à limiter leurs exigences de remise en prenant en compte les vertus d'un commerce de ce type (et de surcroît menacé dans le contexte économique actuel) ont-ils été entendus dans une large part car nombre de collègues interrogés m'ont dit avoir fait campagne auprès de leur personnel et de leurs élus pour les alerter sur les risques encourus en cas de surenchères. Développer des occasions de travail en commun, opportunité irremplaçable pour découvrir les contraintes professionnelles de ces "détailants de culture" dont le métier, selon les propos de Christian Thorel, libraire à Toulouse, est une "vrai pelote d'épingles", car il joue tout à la fois un rôle de correspondant, de simple lecteur, d'acteur institutionnel. Bref une cohabitation qui frise l'impossible...

Communication faite à la foire internationale de Bologne 16 Avril 1993.

Bibliographie

- Le métier de Libraire, ASFODELP, Cercle de la librairie, 1992
- Livres Hebdo :*
- Les libraires de jeunesse lancent leur formation. N°38-1992
- Le chèque lire s'offre à la jeunesse. N°39-1992
- La jeunesse recherche un second souffle. N°47-1992
- Les libraires, leur regard sur les ventes. N°47-1992
- Les libraires se penchent sur la jeunesse. N°20-1992
- Jeunesse et gestion au congrès des librairies. N°24-1992
- Constitutions d'ULF par l'association des libraires spécialisés pour la jeunesse. - La citrouille des libraires pour la jeunesse. N°7-1992
- Les critères de réussite des libraires pour la jeunesse. N°3-1991
- Lecture: la difficile reconquête des jeunes. N°11-1991
- les dix ans de l'association des libraires pour la jeunesse. N°13-1991
- Gallimard jeunesse propose un contrat aux libraires. N°15-1991
- Nathan : l'espace jeunesse mélange les livres et les jeux. N°43-1991
- La culture des jeunes est plus riche qu'on ne croit. N°43-1991.

STATISTIQUES DE LA DLL

Les acquisitions

	Premiers chiffres 1991	rappel chiffres 1990
Acquisitions de livres	4 696 000	4 043 000
Abonnements en cours	191 000	120 000
Acquisitions de phonogrammes	453 000	393 000
Acquisitions de cassettes vidéo	47 500	24 300