

Arald

Agence Rhône-Alpes
pour le livre et la documentation
<http://www.arald.org>

« Librairie : parce qu'un livre n'est pas un produit comme les autres »

Favoriser l'accès de tous au livre et à la lecture est un enjeu de société majeur ; il s'agit d'une des clés de l'intégration comme de la bonne santé de la démocratie.

C'est pourquoi l'aide au développement de l'offre de lecture doit être un objectif prioritaire de toute politique culturelle : la création de bibliothèques publiques et le soutien à la librairie en constituent deux des principales modalités.

Aux côtés des bibliothèques publiques et scolaires, les librairies assurent des missions de transmission du savoir, concourent à répondre aux besoins de formation initiale et continue, d'information, de loisirs, de culture scientifique, technique, littéraire et artistique de l'ensemble des publics et garantissent l'égalité d'accès aux biens culturels sur l'ensemble du territoire par des offres diversifiées de livres.

Depuis plus de vingt ans, la loi du 10 août 1981 sur le prix unique du

livre (chaque livre est, en France, vendu partout au même prix, fixé par l'éditeur) souligne que, si la production et le commerce de livres ont toute leur place dans l'économie marchande, leurs spécificités imposent des mesures particulières. À l'évidence, cette loi a puissamment contribué au maintien, sur tout le territoire, d'un réseau dynamique de librairies indépendantes.

Or, il y a dans les huit départements de Rhône-Alpes (Ain, Ardèche,

« Librairie : parce qu'un livre n'est pas un produit comme les autres »

Drôme, Isère, Loire, Rhône, Savoie et Haute-Savoie), comme dans d'autres régions, mais de façon particulièrement marquante, un maillage dense de librairies qui constitue le canal de diffusion privilégié de la création et de l'édition ; ce sont des commerces culturels de proximité précieux pour la vie des villes et des zones rurales.

En 2002, sur près de 900 points de vente du livre (librairies, maisons de la presse, grandes surfaces spécialisées, hyper et super-marchés, magasins populaires...), l'Arald recensait environ 400 librairies de premier et

second niveaux (c'est-à-dire celles qui comptent parmi les meilleurs clients des grands éditeurs) ; 208 d'entre elles répondent à différents critères professionnels repris dans la charte de qualité (cf. ci-dessus).

Ce sont en priorité ces librairies que l'État et la Région ont souhaité accompagner efficacement dans le cadre du contrat de plan 2000-2006 (cf. encadré page suivante). L'année 2003 a vu la poursuite des programmes annuels d'aide déjà engagés, ainsi que la mise en œuvre de la campagne de promotion du réseau

de librairies de Rhône-Alpes (budget de 66000 euros, financé à parité par l'État et la Région).

Il y a plus de dix ans qu'en Rhône-Alpes, l'État, la Région et l'Arald lancent des initiatives en faveur de la librairie comme, par exemple, les Rencontres nationales de la librairie à Saint-Étienne en 1996, mais c'est la première fois qu'est menée une opération visant un large public, et pas seulement le monde des collectivités publiques ou des professionnels du livre.

Aux côtés de l'État, de la Région, de l'Arald, quatorze libraires, respon-

de Rhône-Alpes ont souhaité s'engager auprès du public sur une charte de qualité. Comme l'a fait Daniel Pennac pour « Les dix droits du lecteur », les libraires ont énoncé les droits du client et d'une certaine manière ceux du livre, dont un des lieux de vie les plus appropriés est ce commerce pas comme les autres : la librairie. 164 librairies sur 208 (soit environ 80 % de l'effectif potentiel) ont adhéré en signant cette charte.

L'ambition de cette campagne est de toucher le plus large public possible de lecteurs, d'acheteurs de livres, et de l'inciter à fréquenter, entre autres lieux de lecture, un réseau de librairies identifié.

Un matériel de communication diversifié a été réalisé : un dépliant reprenant la charte de qualité (avec la liste intégrale des librairies signataires), une affiche, une vitrophanie (autocollant à apposer sur la vitrine), une PLV (publicité sur le lieu de vente) en forme de totem, neuf marque-pages différents (un

par département avec la liste des librairies correspondantes, un « générique » reprenant le message fort de la campagne), un dossier de presse.

Des quantités importantes ont été prévues : 1 million et demi de signets, 255 000 chartes, 7 000 affiches, 500 totems...

Afin qu'un maximum de lecteurs se sentent concernés, la campagne s'appuie sur des « prescripteurs » diversifiés : libraires, bibliothécaires, responsables de salons ou fêtes du livre, chefs d'établissements scolaires, documentalistes, formateurs... qui reçoivent en nombre les différents supports.

D'autre part, un effort de sensibilisation est également fait en direction des administrations, institutions et collectivités publiques : préfectures, sous-préfectures, services de l'État, conseils généraux, municipalités ; or-

sables de librairies indépendantes, générales ou spécialisées, situées dans de petites ou grandes villes, ont été directement associés à la conception de la campagne de promotion de la librairie en Rhône-Alpes et en ont défini les grandes orientations et les différents supports.

La ligne de force de cette opération est explicitée dans le slogan « *Librairie : parce qu'un livre n'est pas un produit comme les autres* » ; un message qu'il est toujours nécessaire de rappeler : le livre n'est pas une marchandise, un produit comme les autres, d'où la loi du 10 août 1981.

De ce produit pas comme les autres, on déduit aisément que la librairie n'est pas un commerce comme un autre, et que libraire est un métier à part. En tant que professionnels du livre formés à des règles de l'art et à une déontologie, les libraires

La campagne de promotion de la librairie en Rhône-Alpes : une disposition du contrat de plan État-Région 2000-2006

Le contrat de plan conclu entre l'État et la Région Rhône-Alpes pour 2000-2006 comporte un volet « culture ». Au titre des actions territoriales et du soutien aux lieux de diffusion, il prévoit en particulier un ensemble de mesures dans le domaine du livre et de la lecture, qui concernent à la fois le réseau des bibliothèques et le réseau des librairies de la région.

Au titre du développement de l'action des bibliothèques publiques, l'État et la Région ont ainsi prévu la mise en réseau des bibliothèques des villes centres (mise à niveau des systèmes informatiques, création d'un portail informatique commun, coordination de certaines politiques de conservation). Ce programme d'action porte sur un montant global d'un peu plus de 750 000 euros.

Le contrat de plan comprend également une série de mesures en faveur de la librairie, déterminées après consultation des libraires. Les aides concernent :

- l'informatisation, l'accès aux systèmes bibliographiques numériques et à l'Internet ;
- les animations en librairie ;
- une campagne de promotion de la librairie ;
- une étude sur l'état et l'évolution du réseau de vente du livre.

Ce programme porte sur un montant global de 450 000 euros. Il est engagé depuis l'année 2000 en ce qui concerne les deux premiers axes, qui font l'objet d'appels à projets annuels : vingt-cinq projets en informatisation et autant en animation ont déjà été subventionnés. Le nombre de demandes augmente à chaque session.

La période 2004-2006 verra le maintien des aides à l'animation et à l'informatisation ainsi que la réalisation de l'étude prospective sur le réseau de points de vente du livre en Rhône-Alpes.

ganismes de formation aux métiers du livre... Ces relais de diffusion représentent au total près de 6 000 lieux.

De la mobilisation de ces différents partenaires dépend beaucoup l'impact de la campagne qui constitue une étape supplémentaire entreprise par l'État et la Région, avec l'Arald, dans la promotion de la librairie.

Avril 2003