

Sincèrement, je crois l'économie du livre menacée. Elle vit *encore* un certain âge d'or du fait de la pugnacité de quelques très bons éditeurs, d'une génération de lecteurs toujours fidèles, et d'une merveilleuse complicité avec les éditorialistes de la presse et des médias. Dans cette euphorie apparente nourrie de bonnes statistiques, je dois avoir l'air de jouer les Cassandre. Mais, j'en fais le constat : quand on se promène à l'intérieur de l'édifice, la grande maison du Livre est vraiment trop fragile.

Les Français lisent peu. Une enquête réalisée en 2002-2003 par Ipsos pour le journal Livres Hebdo révèle que 44 % des Français n'ont acheté aucun livre en un an. Ce chiffre atteint 58 % en province. Et n'allez pas croire que l'explication réside dans la fréquentation des bibliothèques : les 19 % de Français qui fréquentent ces espaces publics se recrutent déjà dans le camp des acheteurs. Pas étonnant dans ces conditions que seulement 25 % de nos concitoyens fréquentent une librairie.

En fait, il y a une frange de lecteurs boulimiques et gourmets qui animent le marché. Les autres sont des lecteurs de plus en plus occasionnels. Dans le passage de génération, il y a d'énormes désertions. Et comment pourrait-il en être autrement ?

La préconisation et l'incitation à la lecture restent difficilement audibles. C'est la conséquence du délitement du rôle pédagogique des parents et de la faible place accordée à la lecture dans nos écoles. Les Français consacrent trois heures de leur journée à regarder une télévision de divertissement. Nos enfants y apprennent tout des jeux vidéo, des derniers CD-Rom, des DVD, des nouvelles consoles Nintendo, Séga ou Sony. Mais aux heures de grande écoute, il faut tendre l'oreille pour pouvoir entendre une information sur les dernières parutions des livres pour enfants, pourtant publiés par les excellentes maisons Gallimard Jeunesse, l'École des Loisirs et Nathan. L'édition littéraire n'a pas les moyens de consacrer de gros budgets à la publicité. Et de toute façon, la profession ne s'est pas mis d'accord pour y accéder : elle est obsédée par le poids du groupe Hachette. Même pas une petite publicité collective à l'heure du goûter pour passer le relais à nos têtes blondes ! Sauf soubresaut, la partie est perdue...

Au fond, on a un peu l'impression que, partageant une même crainte sur l'avenir de l'économie du livre, vous cherchez à vous rapprocher des éditeurs et des libraires. Peut-on dire que la crainte d'un dépérissement culturel vous a transformés en « alliés objectifs » ?

Les débats interprofessionnels ne m'intéressent que s'ils servent un objectif socialement utile. Je le répète : ce qui compte, c'est de favoriser l'accès à la culture. Et même si nous n'avons pas réussi à convaincre les éditeurs sur la question du prix, je me sens plus proche des préoccupations de la profession du livre que de celles de mes collègues des hypermarchés concurrents. Je milite pour une politique très extensive de la distribution des produits culturels. Contrairement à l'achat alimentaire qui est impulsé par la demande, la vente des biens culturels procède de l'économie de l'offre. Qui achètera le dernier livre de Jérôme Garcin ou d'Enki Bilal si personne ne sait que ces livres sont publiés. Il faut des livres dans les supermarchés, dans les librairies, dans les rayons spécialisés ou sur les étals généralistes. Il faut multiplier les occasions de contact entre l'auteur et le public. Puisque maintenant la loi Lang garantit la même marge à tout le monde, alors il n'y a pas d'argument pour s'opposer à la diversité du réseau de librairies.

Il n'y a plus lieu de faire une fixation sur les grandes surfaces. Hachette possède de très belles librairies de fond, mais joue son rôle aussi dans la diffusion du livre via les Relay installés jusque dans les aéroports et les plus petites gares. Les Centres E. Leclerc réservent leur offre spécialisée aux espaces culturels qui sont dédiés à la spécialisation du livre. Mais à chaque fois qu'on pourra présenter des livres dans des supermarchés ou dans des galeries marchandes, ce

sera l'occasion de gagner un lecteur. Le marché va, de toute façon, se développer aussi sur Internet et par l'adhésion à des clubs du livre. La rentrée littéraire de l'automne 2003 présentait 650 titres, principalement des romans ! Compte tenu de la difficulté de proposer tous ces livres dans des surfaces forcément limitées, qui se plaindra de ce que nous cherchions à en élargir la diffusion. Ne soyons pas petits joueurs : vive la pluralité des réseaux ! Vive la librairie dans tous ses états... et sur tous les étals !