

«La clé, c'est de fidéliser sa clientèle»

La journée du «Libraire/Presse» ce samedi met le client à l'honneur. Chaque libraire a son truc pour satisfaire le client.

● **Margot DEVILLE**

Les clients se succèdent dans la librairie wépionnaise. «N'hésitez pas à parler du spectacle à vos clients», glisse la dame se dirigeant vers la sortie à la vendeuse.

«On est un peu la gazette vivante du village», plaisante Laurence Massaux. Pour elle et son mari André Platton, libraires depuis plus de 30 ans, «ce métier implique d'être sans arrêt à l'écoute et au service du client. La clef pour se maintenir, disent-ils, est de fidéliser sa clientèle».

Chaque jour, ils comptent entre 300 et 350 passages dans leur librairie, située sur la chaussée de Dinant à Wépion, dans la province de Namur. «Mais ces seules visites ne suffisent pas à notre chiffre d'affaires», reconnaît André Platton. *Je me rends aussi directement chez le client».*

Créer du service

Pour élargir sa clientèle et la conserver au fil des années, André Platton a trouvé un moyen : il a développé un service de livraison de journaux et de revues à domicile. Chaque matin, il démarre à 5 h pour faire le tour de 250 maisons. «C'est grâce à cette tournée que nos ventes de titres de presse restent stables», estime-t-il.

«Se diversifier, oui. Mais pas n'importe comment...»

Déposer revues et journaux dans la boîte aux lettres de ses clients est la tactique d'André

Platton pour se diversifier. En effet, le secteur des librairies/presse doit de plus en plus jouer la carte de la diversification. «Oui, mais pas n'importe comment !», s'exclame le couple wépionnais.

Laurence et André mettent un point d'honneur à rester spécialisés dans la presse. Si le tabac et le lotto sont devenus incontournables dans les rayons des librairies, «hors de question de faire entrer ici des produits alimentaires, en dehors des confiseries et boissons habituelles!». Le credo de la librairie wépionnaise, c'est la vente de livres et d'articles de papeterie.

Ils reconnaissent pourtant que la variété des produits et des services proposés reste importante. «Plusieurs libraires dans les environs ont dû mettre la clé sous la porte ces dernières années... ils proposaient essentiellement presse, tabac et billets à gratter.» ■

«500 clients par jour au lieu de 700»

Sur la rive droite de la Meuse, dans la commune de Jambes, un deuxième libraire nous accueille. La librairie/presse «Au bia bouquin» est implantée avenue Jean Materne depuis maintenant 25 ans.

Hugues Lessire, le fils du gérant, constate : «Ces dernières années, plusieurs petites librairies jamboises ont baissé définitivement leurs volets». Il affirme que la baisse de fréquentation de ces établissements en est la

cause.

«Regardez chez nous : aujourd'hui, on dénombre entre 400 et 500 clients par jour... Il y a 10 ans, on en comptait 700 !»

Mais il en faut plus pour défaire le moral du libraire. Lui aussi a fait le pari de la diversification. «Depuis peu, nous faisons également office de point poste et de relais colis. Et depuis un an, nous avons un accord pour réceptionner les recommandés. Cela permet d'augmenter le trafic dans notre magasin.» ■

VITE DIT

Libraire/presse Cette appellation correspond à la nouvelle définition du libraire

spécialisé dans la presse, élaborée par ProdiPresse. Elle a été validée auprès du SPF Économie pour identifier la catégorie de magasins de presse spécialisés et

indépendants.

1 000 C'est environ le nombre de librairies/presse indépendantes qui ont fermé boutique en Belgique depuis 2010.

1 090 C'est le nombre de libraires indépendants en Fédération Wallonie-Bruxelles à la date du 1^{er} janvier 2016. Ils étaient 1 479 en 2010.

Librairie de demain : vers plus de services ?

Point poste, réception de recommandés, paris sportifs...

Les libraires-presse indépendants doivent encore et toujours se diversifier.

• Margot DEVILLE

«**P**our attirer des clients dans son magasin, la presse, le tabac et la loterie ne suffisent plus !»

Cette affirmation de Walter Agosti, président de Prodipresse, l'ASBL de promotion et de défense des libraires-presse indépendants, rejoint les témoignages récoltés sur le terrain.

«20 % seulement du chiffre d'affaires des libraires indépendants correspondent aujourd'hui à la vente de titres de presse, estime Walter Agosti. C'est une chute de 10 % sur ces dix dernières années.»

Si la presse ne représente plus la raison principale de pousser la porte d'une librairie, pour Walter Agosti, «c'est parce que les habi-

tudes des consommateurs changent, explique-t-il. Le nombre de lecteurs

VENTE
20 %
du chiffre d'affaires des libraires concernent les titres de presse

de journaux, et surtout de quotidiens, diminue.» Et le président de Prodipresse d'ajouter : «Imaginer l'avenir d'une librairie/presse sans la vente de quotidiens, il y a 10 ans cela me choquait. Mais aujourd'hui, plus vraiment...»

Diversification intelligente

Les libraires indépendants spécialisés dans la presse doivent aussi faire face à une concurrence grandissante du côté des stations-service et des supermarchés.

Pour se démarquer et attirer des clients dans leur commerce, Walter Agosti préconise une «di-

versification intelligente, qui doit se faire dans le développement de services.»

Par services, il entend proposer : un point poste, la réception de recommandés et de colis commandés sur internet, une borne de paris sportifs, ou l'étalage d'une variété de petites collations et boissons. «En entrant pour venir retirer son courrier, un colis, parier sur un match ou acheter une cannette ou des chewing-gums, on peut espérer que la personne reparte aussi avec un journal ou un magazine. Quoi qu'il arrive, cela crée du trafic dans les librairies, ce qui est positif.»

Des horaires différents ?

Autre constat de l'ASBL Prodipresse, le changement des comportements des consommateurs liés à leurs horaires de travail. Pour Walter Agosti, les clients semblent plus disposés à venir chercher des colis ou recommandés le soir.

«Cela pourrait influencer les horaires d'ouverture des librairies à l'avenir, conçoit Walter Agosti. Elles pourraient être amenées à ouvrir plus tôt le matin et fermer plus tard le soir...» ■