

Cherche libraire désespérément...

Les uns après les autres, les magasins de journaux ferment boutique, victimes, entre autres, de la mutation de la presse. Pour éviter que ce métier ne disparaisse, le secteur – au sens large – se mobilise.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Depuis 2010, plus de 450 librairies ont disparu de la carte en Belgique. Certes, il y a encore près de 5.200 points de vente où l'on trouve les produits traditionnels – presse, tabac, Loterie – mais moins de la moitié d'entre eux sont tenus par des libraires indépendants, la majorité sont des stations services, des supérettes, etc.

Le métier est en crise. Les ventes de presse s'érodent et migrent de plus en plus vers le digital, le tabac a de plus en plus mauvaise... presse, l'e-commerce est en plein boom, les marges sont faibles et les conditions de travail pénibles: il faut se lever, tôt, il y a beaucoup de paperasse, les bons endroits sont difficiles à trouver... «Si on ne fait rien, ce métier, qui est vecteur de démocratie et de lien social, surtout dans les villages, est menacé», observe Xavier Deville vice-président de Prodi-
presse, le lobby des libraires francophones.

«On trouve de plus en plus difficilement d'entrepreneurs prêts à ouvrir une librairie», confirme Nicolas Meire, CEO d'Ubiway, filiale de bpost regroupant les AMP (distribution de journaux aux points de vente), Press Shop et Relay (réseau de 213 librairies) et Kariboo (service de livraison de colis). «Pour-
tant, le métier a changé: si la presse, le tabac et la Loterie restent l'ADN de la librairie (de 75 à 95% des ventes selon Ubiway, NDLR), celle-ci a bien plus à offrir: des produits comme du snacking et des boissons, mais aussi des services comme le retrait de colis commandés en ligne, des points poste, etc. Tous ces produits et services génèrent du trafic en magasin.» La librairie reste, de fait, un acteur économique important: elle pèse 300 millions d'euros de chiffre d'affaires par an pour la presse, représente 74% des ventes de la Loterie, alors que 40% des 675 points poste sont des libraires indépendants.

Union sacrée

Pour redresser la barre, une sorte d'union sacrée s'est constituée entre acteurs pourtant régulièrement en conflit ces dernières années. Initiée il y a trois ans par le SPF Économie, elle regroupe les principaux acteurs du secteur: Ubiway, les éditeurs de presse (Ros-
sel, Persgroep, Roularta, IPM, Sanoma, L'Avenir, Mediahuis, etc.), la Loterie Nationale, Prodi-
presse et son équivalent flamand, VFP. Ceux-ci ont cofinancé le lancement de

www.lelibraire.be, une plateforme en ligne destinée à soutenir le libraire au quotidien.

Elle est organisée en trois grandes sections. D'abord, la formation. C'est via ce site que le candidat libraire pourra s'inscrire et

suivre les formations adéquates: comment ouvrir une librairie? quelles sont les procédures à suivre? comment doper ses ventes? comment utiliser Distriweb (plateforme électronique des AMP)? etc. «Il faut quatre mois et demi en moyenne entre l'introduction d'une demande et l'ouverture effective d'une librairie», indique ainsi Filip De Koster, responsable des ventes à la Loterie Nationale. *L'idée est d'abrèger ce délai et de rendre le libraire plus vite opérationnel.* «Cela peut être très pointu, nous devons par exemple former les libraires à conseiller le client qui souhaite acheter des cigarettes électroniques», ajoute pour sa part Tom Vermeirsch, directeur commercial des AMP.

Un «quality check» sous-forme d'interview de deux heures sera préalablement organisé afin de voir si le candidat a réellement la volonté et les capacités d'embrasser ce métier exigeant. Gratuites ou payantes, les for-

mations seront organisées sous l'égide d'Ubiway, de la Loterie et des fédérations de libraires.

Le site propose ensuite une place de marché mettant en connexion ceux qui cherchent à céder leur affaire ou des franchiseurs à la recherche de candidats pour exploiter un magasin de presse. Elle doit permettre aussi aux commerçants de trouver les meilleurs emplacements. Enfin, une foire aux questions permettra de répondre à toutes les interrogations des commerçants. Un call-center sera également à leur disposition.

«Cette plateforme n'est qu'un début, nous devons aller beaucoup plus loin pour permettre au libraire d'améliorer sa rentabilité», conclut Nicolas Meire. Si, d'après Ubiway, la marge brute peut aller de 6 à 65% en fonction des produits, la marge nette est, selon l'Unizo, riki-
ki: à peine 1%...

«La librairie est vecteur de démocratie et de lien social.»

XAVIER DEVILLE
VICE-PRÉSIDENT DE PRODIPRESSE

LES CHIFFRES CLÉS

**5.197
magasins**

On compte près de 5.200 magasins qui vendent les trois produits phares des diffuseurs de presse: tabac, presse, Loterie.

**45%
sont des indépendants**

Moins de la moitié des 5.197 revendeurs de presse sont des librairies gérées par des indépendants. La majorité sont des stations services, des enseignes de magasin de proximité (Proxy Delhaize, Carrefour Express...). Il y a quelques années, la tendance était inverse.

**452
fermetures**

Entre 2010 et 2016, plus de 450 librairies ont fermé leurs portes en Belgique.

**1%
de marge**

La rentabilité d'un libraire indépendant est très faible: à peine 1% de marge nette. La marge brute, elle, peut aller de 6% (Loterie) à 65% (multimédia).

**3
produits clés**

Selon Ubiway, le tabac représente 35 à 45% du chiffre d'affaires d'une librairie, les jeux de hasard (Loterie...) 25 à 30% et la presse 15 à 20%. Le solde est généré par les snacks, boissons, télécoms, services divers, etc.

**de 15.000 à 30.000€
d'investissement**

C'est le montant minimum (hors loyer) à avancer pour lancer une librairie.