

Les libraires vont devoir se diversifier pour survivre

Ces dernières années, la rentabilité des marchands de journaux a dramatiquement chuté. Un libraire gagne en moyenne 1.666 euros bruts par mois.

JEAN-PAUL BOMBAERTS

Pour ouvrir son press-shop aujourd'hui, il faut avoir la foi. Depuis quelques années en effet, le nombre de marchands de journaux indépendants est en chute libre. Fin 2011 d'après le SPF Économie, 3.950 libraires étaient encore actifs dans notre pays. Cinq ans plus tard, fin 2016, ce nombre ne s'élevait plus qu'à 3.248 unités. Soit une baisse de 17,8%. Le syndicat neutre des indépendants (SNI) tire la sonnette d'alarme: «Chaque semaine 1,5 librairie disparaît.»

Les classes moyennes flamandes de l'Unizo dressent un constat tout aussi alarmant: quatre press-shops sur dix travaillent à perte et le salaire brut moyen d'un exploitant est de 1.666 euros bruts par mois.

Le commerce en ligne

Les libraires comptent sur trois principales sources de revenus: la presse, le tabac et les billets de loterie. Or,

chacun des trois segments est mis sous pression.

Pour les journaux et magazines, les éditeurs incitent les lecteurs à prendre un abonnement, ce qui plombe la vente au numéro. En outre, le support digital (smartphone ou tablette) ne cesse de gagner du terrain. En ce qui concerne les articles de tabac, les ventes souffrent des campagnes anti-tabac. Quant aux ventes de billets de loterie, ils subissent la concurrence des jeux de hasard en ligne, les paris sportifs notamment fort appréciés chez les jeunes. De son côté, la Loterie nationale mise également sur les jeux de hasard en ligne, ce qui diminue la vente des billets à gratter et autres jeux de loterie dans les librairies.

«La librairie du quartier pourrait devenir un magasin de quartier.»

LUC ARDIES
UNIZO

Pour enrayer l'hémorragie, le SNI conseille aux libraires d'élargir leur gamme de produits et services. Vu que l'essor des achats en ligne, les libraires peuvent par exemple fonctionner comme point d'enlèvement. Ils pourraient également élargir la gamme de produits qu'ils proposent (jouets, livres, cartes de vœux, papeterie). Une offre plus diversifiée devrait attirer davantage de clients.

Se diversifier

Tel est également le conseil formulé par l'Unizo, qui a lancé hier l'opération «Red de krantenwinkel» (sauvons le libraire). L'idée est d'accompagner les libraires qui souhaitent élargir et diversifier leur offre. «La librairie du quartier pourrait devenir un magasin de quartier», explique Luc Ardies (Unizo).

Mais il insiste pour que la diversification se fasse en fonction des besoins spécifiques du quartier. «Le libraire qui se situe à proximité d'une école pourrait offrir un service de photocopies. Dans un quartier plus huppé, il pourrait proposer des cigares ou des alcools forts. Dans un village où il n'y a plus de boulangerie, le libraire pourrait vendre du pain.»