
ENQUÊTE

Les relations professionnelles
entre **bibliothèques**
et **petits éditeurs**
indépendants

le MOTif

Observatoire du livre
et de l'écrit

 **île de France**



INTRODUCTION

Cette enquête part d'un constat a priori simple : les petits éditeurs souhaitent être plus présents dans les rayons des bibliothèques, tandis que les bibliothécaires peuvent regretter de ne pas connaître ces mêmes éditeurs et par conséquent de ne pouvoir présenter leur travail. Nous avons donc décidé de dresser un état des lieux permettant de comprendre les raisons de ce blocage, puis d'établir une liste de propositions pour permettre à ces deux acteurs de la chaîne du livre de se rencontrer dans de meilleures conditions.

Pour cela, le MOTif a confié à Jean-Luc d'Asciano, des Éditions L'Œil d'Or, le soin de mener des entretiens auprès d'un certain nombre d'interlocuteurs concernés par la problématique :

- 8 médiathèques franciliennes situées sur l'ensemble du territoire régional ;
- 8 fournisseurs de livres : il s'agit des intermédiaires chargés de présenter et/ou de vendre les livres aux bibliothécaires. Il s'agit d'un panel assez représentatif des différents acteurs de ce marché, tant du point de vue de la taille, de leur situation géographique que du catalogue qu'ils sont en mesure de présenter ;
- 2 structures proposant des interfaces de communication entre les bibliothécaires et les éditeurs mais ne vendant pas d'ouvrages en propre.

PLAN

- Les « doléances » des éditeurs
- Qu'est-ce qu'un petit éditeur indépendant ? Essai de définition
- Les quatre modalités de choix d'acquisition de livres par les bibliothèques :
 - L'achat sur place chez les fournisseurs
 - Les offices proposés par les fournisseurs
 - Le passage des colporteurs
 - Les commandes effectuées en amont par les bibliothèques
- Le rôle des interfaces non commerciales
- Les pistes d'amélioration par type d'acteurs concernés :
 - Améliorer la veille (informations sur les nouveautés, catalogue, etc.)
 - Proposer des présentations/animations de catalogues d'éditeurs
 - Proposer des formations en direction des bibliothécaires
 - Penser - ou repenser - les salons liés à l'édition alternative
 - Communiquer sur les procédures « hors marché »

LES « DOLÉANCES » DES ÉDITEURS

Globalement, les éditeurs de petite taille se plaignent d'être peu présents dans les rayons des bibliothèques, aussi bien les autodiffusés que ceux ayant des diffuseurs et des distributeurs.

De fait, les diffuseurs-distributeurs ne démarchent pas les bibliothèques. À la question : « Pourquoi ne les démarchez-vous pas vous-même ? », les éditeurs pointent deux problèmes : la difficulté à établir une relation, au final très chronophage, la non-rentabilité de cette relation (pour peu que le catalogue de l'éditeur implique de travailler sur plusieurs rayons, le temps passé pour l'obtention de rendez-vous est encore augmenté).

Lorsqu'il y a rendez-vous, les bibliothécaires n'achètent pas les livres directement aux éditeurs, il ne s'agit que d'une prise de contact pour connaître le catalogue ; les achats, s'ils ont lieu, se feront ensuite avec le(s) fournisseur(s) détenteur(s) du marché, si ces derniers sont en mesure de fournir les livres de l'éditeur. Enfin, s'il s'agit de démarcher les bibliothèques au niveau national, les simples frais de déplacement rendent ce type d'opération totalement déficitaire.

Notons qu'en jeunesse, il y a deux types d'exception : L'École des Loisirs, et les éditeurs que l'on retrouve dans le catalogue de Letrange. L'École des Loisirs démarche énormément les bibliothèques, principalement pour leur vendre des « abonnements » à leur publication.

Quant à Letrange, une partie de ses éditeurs (Passages piétons, Lirabelle, Poisson Soluble, La Renarde Rouge) ne travaillent pas avec les librairies et ont développé dès l'origine de leur maison des liens avec les bibliothèques, notamment via des animations.

QU'EST-CE QU'UN PETIT ÉDITEUR INDÉPENDANT ?

La définition de ce qu'est une petite édition indépendante, et plus précisément « souffrant d'un manque de visibilité en bibliothèques », semble a priori difficile à établir. De fait, parmi les éditeurs se plaignant des difficultés à entrer en bibliothèques, on trouve une diversité de profils aussi bien chez les éditeurs autodiffusés que ceux diffusés par des

sociétés de bonne taille. Et les définitions varient selon les acteurs interrogés.

Certains bibliothécaires placent le seuil de la petite édition à moins de 500 titres au catalogue, et parlent ensuite de micro-édition ; d'autres, étant peut-être davantage confrontés à la question des acquisitions de ce type d'éditeurs, la situent entre 10 et 100 titres.

Pour d'autres interlocuteurs, cette « petite édition indépendante » se situe en dessous d'un seuil critique de publication et de visibilité médiatique, ce qui la conduit à éprouver de fortes difficultés à s'insérer dans les modèles classiques de distribution et, de manière plus générale, au sein de l'interprofession du livre.

En somme, la petite édition ne représente pas un assez gros volume pour être défendue par les librairies ou les distributeurs.

Nous reprendrons ici la typologie établie par le MOTif dans le cadre de son étude « Éditeurs d'Ile-de-France » (mars 2011) :

Les petits éditeurs : indépendants, ils ont un CA entre 100 000 et 1 million d'euros, 73 % sont en SARL, ils ont un effectif moyen de 3,35 salariés, publient annuellement en moyenne 21 titres, ont 218 titres au catalogue en moyenne, sont diffusés à 70 % et distribués pour 72 %.

Les micro-éditeurs : indépendants, leur CA se situe en deçà des 100 000 euros, ils sont pour 73 % d'entre eux en SARL et 13 % en association, leur effectif moyen est de 1,36 salarié, le nombre moyen de publications annuelles est de 7 et le nombre moyen de titres au catalogue de 44. Ils sont 52 % à être autodiffusés.

Nous nommerons parfois par le terme « édition alternative » petite et micro-édition.

N'entre pas dans cette classification tout ce qui est « littérature grise », qui possède ses propres réseaux de communication et de vente bien spécifiques, et tout ce qui n'est pas nécessairement un livre selon la définition fiscale d'un livre (éditions professionnelles et techniques, les textes sans ISBN, les thèses de doctorat, les rapports d'institution, les textes issus du milieu médical).

LES QUATRE MODALITÉS DE CHOIX D'ACQUISITION

> L'achat sur place chez les fournisseurs

On pourrait considérer que les achats sur place permettent aux bibliothécaires de découvrir des titres d'éditeurs indépendants peu diffusés (connaissance et présence en librairie).

En réalité, cette modalité d'achat est confrontée à plusieurs problèmes, dont celui de l'éloignement physique du fournisseur (lorsque le libraire est un acteur travaillant en national). Si la proximité de la librairie facilite les acquisitions sur place, d'autres difficultés persistent.

Schématiquement, quatre cas de figure apparaissent :

- **la librairie est trop petite** pour avoir en stock des éditeurs à faible diffusion et pour travailler avec ce type de maisons dont les pratiques souvent inhabituelles (liées à l'autodiffusion) impliquent un surcroît d'attention. Elle peut en revanche plus facilement proposer des éditeurs de petite taille mais diffusés ;
- **la librairie est de taille moyenne** et revendique, dans le cadre de son activité, la présence de ces éditeurs. Dans ce cas, il n'y a pas de mise en avant spécifiquement liée à la notion de « petits éditeurs indépendants hors circuits », simplement les livres sont là et peuvent être, le cas échéant, défendus par les libraires, titre par titre et selon leurs coups de cœur ;
- **la librairie est spécialisée** dans la mise en avant des éditeurs alternatifs, et son image de marque repose justement sur cette spécificité ;
- **la librairie appartient à une grande chaîne nationale** qui n'a pas vocation à proposer, dans ses magasins, des éditeurs trop confidentiels.

La réorganisation des relations entre les bibliothécaires et les librairies, liée à la généralisation des appels d'offres, a souvent été avancée par les bibliothèques pour expliquer une homogénéisation des catalogues.

Si la généralisation de cette pratique semble bien avoir eu un impact – fragilité du lien entre bi-

bliothécaires et libraires, critères des appels d'offres soumis à une logique administrative et réglementaire, éloignement des centrales d'achats limitant le choix sur place... –, sa conséquence sur la présence ou non d'éditeurs alternatifs est à minorer.

De fait, les plus petites librairies peuvent avoir du mal à proposer des éditeurs alternatifs en raison du poids que représentent pour elles les frais d'approche.

> Les offices proposés par les fournisseurs

Sauf exception, les offices proposés par les librairies présentent assez peu d'éditeurs alternatifs en raison de la faible remise que touche le libraire sur leurs livres.

Un certain nombre de libraires franciliens font remarquer que s'il est relativement simple de présenter un petit éditeur situé dans un périmètre proche, il est structurellement et économiquement problématique de proposer aux bibliothécaires un petit éditeur de province. En effet, ces derniers n'ayant pas de distributeur et ne pouvant passer par Prisme, ils ajoutent à la commande des frais de port qui ne peuvent être répercutés sur le prix de vente du livre.

Or, entre les 9 % de remise faite à la bibliothèque, les 6 % reversés à la Sofia et les frais de port, le libraire vendrait alors à perte aux bibliothèques. Dans le cas des petits éditeurs ayant un diffuseur, c'est la crainte des retours qui se pose pour les libraires, qui ont par ailleurs le sentiment que les bibliothécaires ne sont pas particulièrement en demande de titres alternatifs.

La problématique des coûts d'approche varie en fonction de la taille et du niveau d'activité des fournisseurs : par exemple, les grosses structures spécialisées pratiquant la vente en ligne auront déjà référencé les éditeurs dans une base qui centralise l'ensemble des commandes, permettant structurellement de baisser les coûts globaux.

Les témoignages de deux importantes structures de vente sont intéressants à ce titre :

La SFL (Société Française du Livre) explique avoir déjà proposé dans ses offices des catalogues thématiques autour de l'édition alternative, et aussi édité une brochure entièrement dédiée à la petite édition. Si cette dernière avait remporté un franc succès de curiosité auprès des bibliothécaires, elle n'aurait pas généré suffisamment de commandes pour qu'un changement notable apparaisse dans les ventes.

De son côté, la Générale du Livre essaie de développer un service, cette fois-ci à destination des librairies, qui les conduit à vouloir identifier le maximum d'éditeurs alternatifs. Selon eux, la notion de petite édition est uniquement structurelle, ne correspond nullement à un type de publication qui ferait catalogue et n'est en rien un gage de qualité. Au final, les titres proposés par les libraires sont choisis au nom d'un double facteur d'efficacité : l'assurance d'un bon rapport remise/rentabilité pour le libraire, l'assurance pour le bibliothécaire d'avoir un livre qui soit régulièrement emprunté parce que facilement identifiable par le lectorat. Deux critères qui ne poussent pas à mettre en avant la petite édition.

L'absence de tout petits éditeurs en bibliothèques ne viendrait donc pas forcément d'une absence de savoir-faire des libraires.

> Le passage des colporteurs

Les visites de représentants de maisons d'éditions sont très rares en bibliothèques.

En revanche, il y a longtemps eu une tradition de « colporteurs » proposant aux bibliothèques des catalogues d'éditeurs alternatifs, se composant en grande partie de micro-éditeurs ou d'éditeurs auto-diffusés, mais aussi d'éditeurs n'étant absolument pas présents, parfois par choix, parfois en raison d'impossibilités techniques, dans les librairies (livres objets, livres d'artistes, tirages très limités, formats hors normes n'entrant pas dans les rayonnages, refus de se plier au dépôt légal, absence d'ISBN, refus des librairies en raison de frais d'approche trop élevés, etc.).

Ce type de structure est généralement très fragile. Au commencement de cette enquête, nous en avons identifié trois : Collines, Lettrange et Lettres & Arts. Or, Collines venait de fermer en raison de difficultés financières, et Lettres & Arts, après l'enquête, s'est vu mise en danger par la défection de l'un de ses membres et les mauvais résultats de son site de vente en ligne. En revanche, dans le même temps s'est montée Sur Papier Libre, qui a intégré en amont les difficultés économiques auxquelles est confronté ce type de structures.

Les colporteurs démarchent eux-mêmes les bibliothèques, tissant avec les années un réseau assez fidèle qui apprécie leurs visites et la qualité de leur catalogue.

Le travail du colporteur intègre parfois un volet formation sur le fonctionnement de ces structures,

ou en donnant des clefs pour pouvoir ensuite faire de la médiation autour de ces ouvrages. Néanmoins, le principe du colportage implique de travailler en vente directe, hors offices ou commande effectuées en amont par les bibliothécaires. L'arrivée des règles des marchés publics a donc eu un impact sur l'activité de ce type de structures.

Lors de cette enquête, aucune des huit bibliothèques rencontrées ne travaillait avec des colporteurs. En revanche, le réseau de Plaine Centrale avait organisé une table ronde sur l'édition avec, entre autres, deux éditeurs travaillant avec Lettrange.

> Les commandes effectuées en amont par les bibliothèques

Lorsque les bibliothèques établissent en amont les listes des livres devant leur être fournis, la présence ou non d'éditeurs alternatifs dépend de trois critères :

- leur niveau de connaissance de l'édition alternative et de leurs nouveautés ;
- le département dont dépendent ces commandes : jeunesse, poésie, documentaire, fiction ;
- la capacité du fournisseur à répondre à ces commandes.

Les bibliothécaires rencontrés s'accordent à dire qu'ils n'ont qu'une très faible connaissance du fonctionnement et des catalogues des éditions alternatives, qui ne sont jamais abordés dans le cadre de leurs formations.

Certains reconnaissent avoir découvert le monde de l'édition alternative par leurs propres moyens, et souvent, à l'origine, à travers des démarches ou des goûts personnels. Mais même alors, ils ne reçoivent pas ou très peu d'information concernant leurs nouveautés et leurs parutions en général, et ne peuvent donc les intégrer dans leurs commandes.

La situation semble néanmoins différente pour les départements poésie et jeunesse :

Concernant la **poésie**, une grande part des éditeurs sont des éditeurs alternatifs, il est donc difficile de développer ces rayons sans s'intéresser à cette part du monde éditorial.

Pour la **littérature jeunesse et les albums**, les raisons sont multiples. D'une part, la proximité des albums jeunesse avec certains livres d'art, le fait

qu'une partie des illustrateurs se revendique plasticiens a conduit à une porosité entre les éditions jeunesse traditionnelle et alternative. Ainsi, les bibliothécaires, en suivant par exemple le travail d'un auteur sur le long terme, sont amenés à « découvrir » des ponts entre ces deux territoires.

On remarque ensuite que les éditeurs alternatifs jeunesse peuvent avoir des démarches plus offensives vis-à-vis des bibliothèques, n'hésitant pas à leur proposer des animations, des expositions, voire un travail d'animation sur le long terme avec le jeune public, comme le font par exemple les éditions Nemo, les Trois Ourses ou Passages piétons.

Pour les documentaires, la relation est complexe, car la réputation d'un éditeur lui sert de label. De fait, un bibliothécaire peut prendre le risque d'acheter une fiction sur la base d'une simple intuition littéraire (au pire, le public sera confronté à un mauvais roman...), pas sur un essai, qui peut contenir des erreurs voire porter une idéologie douteuse.

Les bibliothécaires préfèrent donc ne pas piocher dans les catalogues d'éditeurs inconnus, la notion même de « petite édition » n'étant pas un gage de qualité.

Demeure la problématique de la fiction. Les éditeurs alternatifs sont peu représentés dans les commandes des bibliothécaires, sauf exception venant plus des goûts personnels d'un bibliothécaire que d'une politique prédéfinie. Néanmoins, lors d'une action thématique, par exemple autour des « premiers romans », les bibliothécaires s'efforcent de regarder ce qui se passe dans l'édition alternative, mais déplorent dans ce cas le peu de médiation à disposition (présence sur le net, dans les réseaux sociaux, communication par catalogue ou par mail, presse, etc.).

Cette absence de médiateur complique par ailleurs les réponses données par les fournisseurs à ces commandes. Les bibliothécaires sont conscients que les commandes trop pointues ne pourront pas ou difficilement être traitées par les petites librairies.

LE RÔLE DES INTERFACES NON COMMERCIALES

Dans le cadre de cette enquête ont été rencontrées deux structures qui manifestent le souhait de faire le lien entre éditeurs alternatifs et bibliothécaires : Libfly et Fontaine O Livres.

Libfly est une émanation d'Archimed, société de vente de portails, de logiciels et de bases de données pour les bibliothèques.

En 2009, Archimed décide de créer un réseau social du livre, Libfly, pour que les animations des bibliothèques se retrouvent sur Internet : propositions de livres, comptes rendus d'événements ou d'expositions, etc., partant du constat de leur présence lacunaire sur la Toile. Tous les contenus sont consultables gratuitement, y compris pour les bibliothèques qui ne sont pas clientes d'Archimed.

Rapidement, Libfly s'est rendu compte que le développement d'une communication autour de l'édition alternative serait l'une des actions les plus pertinentes à mener, en raison du vide médiatique existant.

Depuis moins d'un an, Libfly développe cette politique en envoyant aux bibliothécaires des services de presse d'éditeurs alternatifs, leur demandant en échange de mettre en ligne leurs critiques, ou encore en allant filmer des interventions d'éditeurs indépendants en librairie ou en médiathèque qui seront accessibles sur leur portail. Si peu de bibliothécaires étaient allés en propre sur le site, presque tous le connaissent et/ou avaient des collègues participant aux mises en ligne de critiques.

De son côté, Fontaine O Livres, association loi 1901 ayant pour but de soutenir et de promouvoir les acteurs de la chaîne du livre de l'Est parisien, développe depuis plus d'un an un travail de mise en contact entre les éditeurs adhérents de son réseau (moyennant un forfait supplémentaire à l'adhésion) et les bibliothécaires franciliens : envoi de newsletters, présentations des catalogues de leurs adhérents au sein des bibliothèques départementales.

L'association souhaite, à terme, organiser avec et dans les médiathèques des salons et des formations autour de la petite édition.

Néanmoins, ces deux expériences sont encore trop récentes pour pouvoir mesurer leur impact.

LES PISTES D'AMÉLIORATION PAR TYPE D'ACTEURS CONCERNÉS

Elles sont principalement de deux ordres : améliorer la circulation de l'information et l'apport en formation. Cinq propositions ont été listées, allant dans ce sens et pouvant faire intervenir différents acteurs :

- Améliorer la veille sur l'édition indépendante
- Proposer des présentations et animations de catalogues d'éditeurs
- Proposer des formations aux bibliothécaires
- Penser ou repenser les salons liés à l'édition alternative
- Communiquer sur les procédures « hors marché »

À noter : toute communication sur un événement, pour être efficace, doit être transmise deux ou trois mois avant la date dudit événement afin que les bibliothécaires puissent organiser leur présence.

> Améliorer la veille (informations sur les nouveautés, catalogue, etc.)

Les éditeurs semblent dans l'incapacité de faire circuler correctement les informations tant liées à leurs nouveautés qu'à leurs activités en général auprès des bibliothécaires : confrontés au très grand nombre de bibliothèques, ils ne savent pas à qui envoyer leurs newsletters ni identifier les têtes de réseaux.

Par ailleurs, si les bibliothécaires s'efforcent d'être attentifs aux informations reçues via le net, il leur est parfois difficile d'extraire la bonne information de la masse reçue.

> Il pourrait être intéressant de disposer d'un relais recensant et regroupant les informations de tous les éditeurs franciliens dans une lettre hebdomadaire ou mensuelle clairement identifiée par les bibliothécaires.

L'idée d'un site regroupant l'ensemble de ces éditeurs a aussi été évoquée comme projet en cours via Fontaine O Livres, projet partiellement réalisé par l'association L'Autre Livre, et totalement réalisé par Lettres & Arts, qui note le relatif échec de ce site tant du point de vue des consultations que des

ventes. Là encore, les bibliothécaires notent que ce type de site pourrait être intéressant s'il était régulièrement enrichi de contenus (vidéos d'entretiens, de présentations, etc.).

Un tel projet nécessite en revanche un budget relativement conséquent quant à sa mise en place, mais aussi pour le suivi du site et sa mise à jour.

Le catalogue papier a quant à lui été évoqué de manière équivoque : pour certains bibliothécaires il est obsolète, pour d'autres, au contraire, il est très utile car pérenne. Ces derniers ont d'ailleurs conservé le catalogue édité par la Région Île-de-France à l'occasion du Salon du livre de Paris.

Notons que si le salon de L'Autre Livre, qui réunit principalement des éditeurs alternatifs, éditait précédemment un catalogue de présentation des éditeurs, pour l'édition 2013, ce catalogue ne sera pas publié pour des raisons financières. L'Autre Livre n'a par ailleurs jamais pensé à envoyer ce catalogue aux têtes de réseaux des bibliothèques.

> Proposer des présentations et animations de catalogues d'éditeurs

Les éditeurs rechignent à démarcher les bibliothécaires, trouvant la démarche fastidieuse et peu rentable.

En réalité, ils ont surtout mal identifié la demande des bibliothécaires : ceux-ci seraient intéressés par des présentations groupées du travail de plusieurs maisons d'édition sous forme de table ronde éventuellement accessible au public, pouvant s'apparenter à des animations.

Cela permettrait aux éditeurs de participer alors activement au travail de médiation nécessaire pour permettre à leurs livres d'être présents et empruntés dans les bibliothèques.

> Si cette initiative ne peut venir que des éditeurs, un organisme extérieur peut néanmoins les aider pour la prise de contact ou encore l'identification des têtes de réseaux.

Par ailleurs, les bibliothécaires, dans l'absolu, semblent intéressés par des modules associant présentation et lecture de textes par des comédiens.

> Proposer des formations aux bibliothécaires

Les bibliothécaires sont majoritairement en demande de formation, ou du moins de sensibilisation à l'édition alternative : fonctionnement économique, choix éditoriaux, particularité des autodiffusés, porosité avec les livres d'artistes, place dans l'histoire de l'édition, type de médiation possible, etc.

Ces formations devraient aussi être l'occasion de rencontrer des éditeurs indépendants en propre. Les fournisseurs peuvent aussi être en mesure de proposer des temps de rencontres/débats/initiations – sous réserve que cela ne crée pas de distorsion de concurrence (il s'agirait alors d'animations).

À noter, une bibliothécaire avait décidé d'assister au passage des diffuseurs dans une librairie. Si l'expérience n'a pas été prolongée, elle n'en est pas moins intéressante.

> Penser ou repenser les salons liés à l'édition alternative

L'organisation de salons dédiés à l'édition alternative demeure le meilleur moyen de faire se rencontrer éditeurs, bibliothécaires et lecteurs. Ces salons peuvent être conçus de trois manières :

– **des salons professionnels non ouverts au public.** Si cette idée est régulièrement évoquée, elle présente au moins un inconvénient pour les éditeurs : ces salons n'étant pas ouverts au public et ne permettant pas d'accomplir réellement de ventes, ils peuvent craindre de « travailler à perte ». Lors du congrès de l'ABF qui s'était tenu en 2012 à Paris, le MOTif avait loué un espace pour accueillir des éditeurs indépendants, mais peu de bibliothécaires étaient venus rencontrer les éditeurs présents.

> Ce type de salon devrait donc se tenir sur une durée très courte, et bénéficier d'une bonne affluente des bibliothécaires pour s'avérer utile.

– **des salons ouverts au public** avec, le cas échéant, une matinée dédiée aux professionnels, avec débats ou visite guidée. Cette option est en soi la plus simple – il est à noter que certains bibliothécaires avaient apprécié la visite organisée par la Région Île-de-France sur son stand au Salon du livre. Néanmoins, les petits éditeurs n'ont pas nécessairement les moyens d'être sur les grands salons : on les retrouve plutôt sur des salons alternatifs comme

L'Autre Livre, le salon des revues, les librairies FMR de la Halle Saint-Pierre, le Marché de la poésie, le Salon des sciences-humaines, le Salon libertaire... Or, mis à part le Marché de la poésie, les bibliothécaires connaissent peu ou pas ces salons, ou reçoivent l'information beaucoup trop tard pour pouvoir s'y rendre.

> Là encore, comme pour les newsletters liées aux nouveautés, il faudrait aider les éditeurs à mieux transmettre les informations liées à ces salons.

– **des salons organisés ou co-organisés par des bibliothèques.** Cette expérience a déjà été tentée par divers regroupements de bibliothèques – tels les salons *Les P'tits Zed* (Seine-et-Marne) et *À plein volume* (organisé par le réseau des médiathèques de la Communauté d'agglomération du plateau de Saclay). De tels salons ont le mérite de développer des liens assez forts entre bibliothécaires et éditeurs – et parfois avec un libraire du département qui y tient un stand.

Les bibliothécaires insistent aussi, devant le risque de faible affluente du public, sur l'importance des soutiens politiques locaux en termes de communication.

> Ces initiatives doivent être lancées par les regroupements de médiathèques, dans leurs équipements, et demandent un fort soutien local de communication.

> Communiquer sur les procédures « hors marché »

Les règles des marchés publics et les complexités inhérentes à ce type d'achat ont été pointées comme problématiques par les petites librairies (qui ne peuvent généralement pas y répondre), les bibliothécaires (qui se voient parfois exclus de l'élaboration même du marché), les colporteurs (exclus de fait de par la spécificité de leurs catalogues et de leurs modes de fonctionnement).

> Éditer un fascicule simple rappelant les règles du hors marché afin de faciliter cette modalité d'achat, en direction des villes et des communautés d'agglomération.

PERSONNES RENCONTRÉES

- **Colibrije** (93) : librairie spécialisée dans la vente aux collectivités (catalogues jeunesse principalement). Entretien mené auprès d'Aurélié Forget, libraire.
- **La Générale LIBR'EST** (75) : groupement (GLE) de neuf librairies indépendantes de l'Est parisien, elle a repris en 2009 les activités de La Générale du livre. Entretien mené auprès de Renny Aupetit, cofondateur de la librairie Le Comptoir des mots (75 020 Paris).
- **Librairie Liragif** (91 190 Gif-sur-Yvette) : entretien mené auprès d'Hélène Pouquier et Pierre Morize, libraires.
- **Société Française du Livre (SFL)** : SAS créée en 1951 et filiale du groupe Fnac depuis 2000, elle emploie 60 personnes en Île-de-France. Entretien mené auprès de Romuald Verrier, responsable commercial.
- **Librairie Mollat** (33 080 Bordeaux) : elle emploie 102 personnes et répond aux marchés publics sur le territoire national. Entretien mené auprès d'Emmanuelle Robillard, directrice projets.
- **L & A** (59 000 Lille) : l'association Lettres & Arts aide à la promotion des petits éditeurs indépendants. Entretien mené auprès de Rachel Burrow, Anna Rizzello et Laurence Leneutre.
- **Lettrange Édition Diffusion** (75 010 Paris) : SARL d'édition, de diffusion et de distribution. Entretien mené auprès de Jovana Kerkour, gérante.
- **Sur papier libre** (Pays-de-Loire) : SARL créée le 31 mai 2013 pour la diffusion de livres en bibliothèques. Entretien mené auprès de Sophie Richard, gérante.
- **Libfly** (Lille/Paris) : émanation d'Archimed (société de vente de portails, logiciels et de bases de données pour les bibliothèques), Libfly est un réseau social du livre qui permet la présence sur Internet des animations en bibliothèques. Entretien mené auprès de Lucie Éple, *community manager*.
- **Fontaine O Livres** (75 011) : association loi 1901 ayant pour but de soutenir et promouvoir les acteurs de la chaîne du livre de l'Est parisien. Entretien mené auprès de Yann Chapin, Gaëlle Bohé et Emmanuelle Perrier-Lopez.
- **Bibliothèque Louise Michel** (75 020 Paris) : entretien mené auprès d'Hélène Certain, directrice.
- **Médiathèque départementale de Seine-et-Marne** (77 350 Le Mée-sur-Seine) : entretien mené auprès de Mélanie Preteux, responsable du développement documentaire, secteur Melun-Torcy.
- **Bibliothèque départementale des Yvelines** (78 320 Le Mesnil Saint-Denis) : entretien mené auprès d'Armelle Faure, directrice adjointe.
- **Médiathèque d'Orsay** (91 400) : appartient au réseau de lecture publique de la communauté d'agglomération du plateau de Saclay. Entretien mené auprès de Claudie Guillem, directrice.
- **Médiathèque de Boulogne-Billancourt** (92 100) : entretien mené auprès d'Hélène Menand, responsable de la section roman adulte.
- **Médiathèque de Bagnolet** (93 170) : entretien mené auprès de Dominique Macé, bibliothécaire en charge de la littérature et du numérique.
- **Bibliothèques de la communauté d'agglomération Plaine Centrale** (94 000 Créteil) : entretien mené auprès de Marie Calmet, directrice adjointe des médiathèques de Créteil et coordinatrice des politiques documentaires auprès du réseau intercommunal.
- **Cible 95** : association des bibliothèques du Val-d'Oise. Entretien mené auprès de Catherine Postal, membre de l'association.
- **Point de vue sur les revues en bibliothèque** : entretien mené auprès de Caroline Hocan, auteur, éditrice et ancienne libraire.

Nous les remercions ici pour leur contribution et le temps qu'elles ont bien voulu nous consacrer.