

32 pages
spécial toulouse

Magazine littéraire

occitanie

une culture en péril?



n° 76 mensuel 4 f
belgique : 50 fb - suisse : 5 fs

Moretti

était vrai pour le Languedoc l'était aussi pour toutes les régions de France, et nous avons créé la collection *Univers de la France* qui fait actuellement travailler au moins vingt-cinq équipes de chercheurs. Pour chaque région, ces volumes reconstituent le passé depuis la Préhistoire. Les recherches sont faites par des équipes d'universitaires dont chacun est le spécialiste de cette région pour une époque et dans un domaine particulier. Cette équipe fait une synthèse que nous publions dans un volume d'environ 500 pages, illustré, accompagné souvent d'un second volume, qui contient la substance des documents dont on a tiré cette Histoire. En comptant les Documents, nous avons déjà publié dix-huit volumes de cette collection, et il n'y a pas de région de France sur laquelle il n'y ait un volume en préparation.

D'autre part, c'est nous qui avons publié les deux volumes de *Mélanges Braudel*, qui ont été offerts en hommage au grand historien par ses élèves pour son 70^e anniversaire.

Enfin nous avons l'importante collection *Bibliothèque Occitane*, dirigée par Michel Roquebert.

On peut se demander pourquoi, éditeurs à Toulouse sans concurrence importante, nous limitons-nous à ce que les Américains appellent la non-fiction, et ne publions-nous pas de livres de fiction ? C'était un impératif inévitable pour un éditeur de province. L'édition « littéraire », sauf l'édition littéraire régionale, obéit à des règles très particulières. La littérature française est un phénomène beaucoup plus parisien que les sciences humaines ou n'importe quel autre secteur. Nous aurions donc encouru d'énormes risques financiers et causé le malheur de nos auteurs.

Mais il ne se passe pas de semaine sans que je ne reçoive des manuscrits littéraires, sans que de jeunes écrivains se plaignent de ne pas pouvoir s'exprimer à Toulouse. Ce qui nous tourmentait beaucoup. Nous avons donc créé une petite collection, *la Contre-Horloge*, dirigée par André Rimaïlho, qui publie des textes poétiques ou littéraires, illustrés de lithographies. C'est une collection un peu luxueuse et un peu chère que nous avons lancée il y a quelques mois.

Mais cette collection ne correspond pas à ce que nous avons le devoir de faire à l'égard des jeunes auteurs, notamment des jeunes poètes de la région, et nous devons inventer une forme d'édition qui à la fois ne soit pas chère et soit très sévère dans le choix des textes. Nous devons le faire, mais cela restera toujours pour nous une activité limitée. Les sciences humaines sont notre tâche principale.

propos recueillis par
Jean-Jacques Brochier



Christian Baylon (à gauche) et Robert Lafont enregistrent un cours audiovisuel d'occitan.

deux libraires à toulouse

Comme partout, il y a à Toulouse deux types de librairie : une librairie traditionnelle, où le libraire joue presque le rôle de critique pour ses clients, et qui, dans une librairie exigüe, conserve un fonds considérable. Une autre forme de librairie, plus grande, très rangée, propose toutes les nouveautés, « promotionne » les livres à succès, satisfait les ambitions et les goûts de la clientèle générale. Nous avons demandé à M. Ousset, qui anime La Bible d'Or, et à M. Bezagu, de La Librairie Castella, de nous exposer ce qu'étaient leurs clientèles, leurs méthodes de vente, leurs goûts.

M. Bezagu

— Vous dites que vous êtes un marchand de livres, non pas un libraire. Quelle est la différence ?

Elle est importante. On a parlé récemment, sur un poste périphérique, des difficultés de la librairie. Pour ma part je travaille pour que mon entreprise soit rentable. C'est là où il y a une grande différence entre le libraire traditionnel, classique, et le marchand de livres d'aujourd'hui. Au cours de la même émission, on a dit à peu près qu'il y a cinq ans, les éditeurs faisaient 60 % de leur chiffre d'affaires avec les libraires, et qu'ils n'en font plus aujourd'hui que 40 %. Cette constatation visait certainement certains éditeurs et les modes de vente des grandes surfaces.

Il a été possible, pendant un certain temps, et c'était un privilège, de diffuser le livre de manière traditionnelle. Je crois que ce n'est plus possible aujourd'hui et que si le syndicat des libraires, auquel je n'appartiens pas, voulait se battre contre ce qui existe déjà, ce serait un combat d'arrière-garde. En revanche, quand le syndicat des libraires a contré la Librairie Hachette, qui voulait implan-

ter de grandes surfaces de vente sur tout le territoire national, c'était possible à mon sens puisqu'il combattait un projet, non pas quelque chose qui existait déjà. Pendant trente ans, les libraires, forts de leurs privilèges, ont laissé leur profession dans le même état. Il était facile de penser que l'évolution de notre société, avec ses qualités et ses défauts, et à plus forte raison celle de demain, verrait la disparition des privilèges. Pourquoi le livre aurait-il échappé aux nouveaux modes de distribution et de vente qu'ont adoptés tous les autres produits ?

Il y a donc maintenant les libraires traditionnels, ceux qui le sont restés — et j'en connais d'excellents dans la ville de Toulouse — et d'autres libraires, qui s'attachent à la rentabilité de leur affaire, qui ont su investir, prendre des risques, améliorer la présentation des livres, les rendre plus attrayants. C'est ceux-là que j'appelle des marchands de livres, et je pense en être un.

— Vous avez une grande librairie, où l'on peut se promener, regarder les livres. Vous vendez aussi, à côté, des livres scolaires, qui constituent un marché différent, et des articles de bureau. Quelle est votre clientèle ?

Je crois que c'est la vente du livre qu'on

peut décomposer, davantage que la clientèle. La clientèle est multiple, vient de tous les milieux, a un pouvoir d'achat très variable. Mais il y a deux sortes de livres : les livres de besoin et les livres de loisir. Le livre de besoin, on vient l'acheter chez vous pour une raison précise : le plombier achète un ouvrage sur les installations sanitaires, la secrétaire un manuel pour apprendre à rédiger une lettre. Il y a d'ailleurs des libraires à Toulouse qui se sont spécialisés et qui ne vendent plus que des livres de besoin. Il y a d'autre part le livre de loisir. Je pense que dans un magasin comme le nôtre on doit pouvoir trouver tout ensemble, et plus encore. Ainsi les articles de bureau. Je pense que la secrétaire qui vient doit pouvoir trouver la papeterie dont elle a besoin, son patron, le mobilier de bureau qui lui convient, et tous les deux les ouvrages techniques qui les intéressent ; et aussi les livres de détente qui peuvent leur plaire. Quant aux classes de clientèle, les jeunes sont ceux qui achètent le plus, beaucoup plus que les adultes qui ont moins le temps de lire. Ce qui est remarquable, c'est qu'ils achètent beaucoup plus de livres que, par exemple, les gens de ma génération à leur âge. Ils ont davantage le goût de la lecture. On reprend la lecture beaucoup plus tard, près de l'âge de la retraite quand à nouveau on a davantage de temps.

M. Ousset

— *Quelle est la fonction du libraire ?*

Pour être libraire, il faut manifester un tempérament. Le libraire est une sorte de sous-critique ou de sous-écrivain. Un critique raté ou un écrivain raté, ou qui ne daigne pas, et je crois qu'il compense par cette profession.

C'est plus qu'un intermédiaire entre la littérature et le public. A sa manière, il recrée un peu le livre. Par exemple, s'il a une clientèle suivie, il saura trouver dans l'amas des livres les pages qui donneront à tel ou tel de ses clients une réelle satisfaction.

Je lis deux ou trois livres par jour, mais il y a au moins dix ans que je n'ai pas ouvert un journal littéraire. Les plus gros impairs que j'ai commis de ma carrière, c'est lorsque je lisais des journaux littéraires et que je croyais pouvoir me passer ainsi du contact avec le livre. Je répétais ce que disaient les critiques et je disais d'énormes bêtises.

Quand je dis que je lis trois livres par jour, cela ne veut pas dire que je lise chaque page. Mais assez pour savoir ce qu'il y a dedans. Et quand un livre me plaît, je le lis du début à la fin. Ça n'arrive pas souvent. Deux ou trois fois par mois.

— *Est-ce qu'on vient chez vous trouver un livre précis, ou aussi bien un livre dont on n'a pas encore entendu parler.*

Plutôt un livre à découvrir. Je crois que mes clients me font une relative confiance, quitte à m'engueuler si je me suis trompé. Cela fait partie du jeu. Il y a bien une centaine de personnes qui jouent avec moi au go littéraire.

— *Est-ce que vous avez plutôt tendance à les pousser ou à jouer la sécurité ?*

Pas du tout. Quand un livre me plaît, je les force à l'acheter. Ce qui arrive quatre ou cinq fois par an. Les habitués de la librairie l'achètent automatiquement, ne serait-ce que par jeu, pour me dire : tu t'es trompé, ça ne vaut rien.

Je crois que nous travaillons avec à peu près deux cents clients réguliers. Quand un livre me plaît, je crois que je peux en vendre deux cents. Parfois plus : j'ai bien dû vendre deux mille *Le Maître et Marguerite* (de Boulgakov), et *Bilbo le Hobbit*, plus de cinq cents.

— *Et Le Seigneur des Anneaux ?*

J'en suis à soixante-dix, mais c'est l'exemple du livre dangereux à conseiller : les femmes n'aiment pas ça, mais je ne me le suis fait reprocher jusqu'à maintenant par aucun homme. C'est un livre très exigeant.

— *Est-ce que vous pensez qu'il y a beaucoup de libraires comme vous ?*

Je ne sais pas. Sans doute plus qu'on ne croit. Mais sur le plan financier, ce n'est pas forcément souhaitable. Je crois que nous chassons les gens. Je ne crois pas être d'un abord très désagréable, il y a des clients qui passent et je fais ce que je peux pour trouver un livre qui leur convienne, mais je sais qu'ils ne reviennent pas, parce qu'ils sentent, je ne sais comment, que la boutique n'est pas faite pour eux. Sur le plan du commerce, c'est donc une très mauvaise habitude. Le client qui demande le dernier best-seller et à qui on donne *Bilbo le Hobbit* est surpris. Il arrive qu'on en fasse un habitué de la boutique, mais, à vrai dire, je ne crois pas que ma clientèle croisse.

— *Vos habitués achètent combien de livres par mois ?*

Beaucoup. Certains jusqu'à 500 francs. Mais ceux qui m'achètent le plus de livres n'achètent pas que des romans, ils se constituent plutôt une bibliothèque de critique littéraire. J'ai vendu au moins 150 exemplaires du livre de René Girard.

— *Vous avez donc presque une clientèle de professionnels ?*

De fanatiques de la lecture plutôt, et ils m'apportent au moins autant que je leur apporte. Il y a une osmose constante. Je crois qu'à un certain moment le client est reconnaissant au libraire du service rendu : il a appris quelque chose, il en est augmenté. Je ne fais pas de remise à mes clients, ce qui ne les empêche pas d'être fidèles, et je ne crois pas qu'ils iraient ailleurs.

Propos recueillis par J.-J. Brochier

JEAN GRAVE

QUARANTE ANS DE PROPAGANDE ANARCHISTE

Une vivante initiation
à l'histoire de l'Anarchisme.
Un témoignage militant sur la lutte des classes
sous la Troisième République.

L'HISTOIRE/FLAMMARION