

## SIX LIBRAIRIES 5/6



# Coiffard: la librairie du futur

Tome 1,  
la librairie  
principale.

CÉCILE CHARONNAT, PHOTOS OLIVIER DION

Dans un marché du livre confronté à une révolution des modes de consommation, comment les grandes librairies créées il y a plusieurs décennies en région dessinent-elles leur avenir? La réponse en six épisodes, à travers six institutions, leur histoire, leur « patron ». Notre cinquième étape: Coiffard, qui, sous l'impulsion de son repreneur, se modernise et trouve un nouveau souffle.

**M**ême si leurs personnalités diffèrent, leurs histoires se ressemblent. A l'image de Le Faillier à Rennes (1), la librairie Coiffard, vieille dame de 93 ans aux allures un peu bourgeoises, est en train de retrouver, sous la houlette de son nouveau patron, Rémy Ehlinger, des airs de jeune fille. C'est même, aux dires de Roland Mazurie des Garennes, représentant Albin Michel pour la région, « la librairie qui monte dans un envi-

ronnement très concurrentiel ». Une intuition qui se confirme dans les chiffres. L'institution nantaise, qui occupe la 52<sup>e</sup> place de notre classement *Livres Hebdo* des 400 premières librairies de France, a ainsi rejoint en 2012, après quelques années d'effritement, le chemin de la croissance avec un chiffre d'affaires de 3,5 millions d'euros, en hausse de 5 % environ. « Et l'année 2013 devrait confirmer cette dynamique », révèle, soulagé, Rémy Ehlinger, qui, dès l'année prochaine, sera confronté aux premières – et lourdes – échéances des prêts

contractés cette année pour financer la reprise, quelque 800 000 euros. « Comme tout bon libraire, je n'avais pas un sou en poche et j'ai dû tout emprunter, auprès notamment de l'Adelc et du CNL, sans qui d'ailleurs rien n'aurait été possible », explique le successeur de Marc Guillon, devenu officiellement le nouveau propriétaire en avril 2012. « Il va donc falloir assurer. » S'il dispose, pour consolider la hausse d'activité, de plusieurs atouts structurels, comme un emplacement de choix en plein centre-ville (à quelques mètres de la Fnac) et des locaux mythiques, en





Tome 2, la librairie poche, BD et polar.

## Les grandes dates

**1919** : Achille Coiffard fonde sa librairie au 7, rue de la Fosse, à Nantes, emplacement qui accueille aujourd'hui le Tome 1.

**1965** : Le gendre d'Achille Coiffard, André Blanchard, prend la gérance de l'entreprise.

**1979** : Marc Guyon, libraire chez Coiffard de 1967 à 1973, s'associe à André Blanchard. Le magasin occupe alors 140 m<sup>2</sup>.

**1981** : Agrandissement de la surface commerciale pour accueillir une pochothèque.

**1990** : Juste en face du magasin historique, Marc Guyon ouvre, sur 180 m<sup>2</sup>, le Tome 2, consacré à la pochothèque et à « tout ce qui n'est pas la littérature ».

**1995** : Création des éditions Coiffard. D'abord adossées à la librairie, elles forment quatre ans plus tard une entité indépendante.

**2006** : Ouverture de L'Index, à l'étage du Tome 2 qui abrite les arts graphiques, l'architecture et la BD.

**Août 2010** : Rémy Ehlinger arrive chez Coiffard.

**Avril 2012** : Finalisation du processus de reprise.

## En chiffres

**A mars 2012 :**  
 - 460 m<sup>2</sup> de surface commerciale  
 - 53 800 références  
 - 23 salariés dont 15 libraires et 5 apprentis  
 - 3,553 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, dont 11 % sont réalisés par les collectivités et 7 à 8 % par Amazon.  
 - un blog : [librairiecoiffard.wordpress.com](http://librairiecoiffard.wordpress.com)



deux espaces face à face dans la très commerçante rue de La Fosse, Rémy Ehlinger mise avant tout sur le positionnement de son enseigne. Librairie généraliste par essence, Coiffard ne propose ni scolaire ni universitaire, et est reconnue pour ses rayons littéraires. « Nous avons donc le positionnement idéal pour l'avenir, parce que les clients viennent chez nous uniquement par plaisir. Nous n'avons plus alors qu'à être capables de leur faire plaisir », analyse le dirigeant. Pour cela, il s'est fixé trois axes de développement, qui dessinent le « Coiffard façon Ehlinger ».

La première étape consiste à « assumer du stock ». « Je préfère avoir mon argent sur mes étagères plutôt que sur mon compte en banque, revendique le nouveau directeur, qui a la chance de pouvoir s'appuyer sur une trésorerie très saine. Et c'est notre boulot d'acheter et de porter les livres pour pouvoir ensuite négocier de bonnes remises. » Jugé

“ La librairie qui monte dans un environnement très concurrentiel. ”

ROLAND MAZURIE DES GARENNES, ALBIN MICHEL

insuffisant, l'assortiment de Tome 2, qui accueille depuis 1990, juste en face du magasin principal, la pochothèque, la BD, le polar et la jeunesse, a été le premier à bénéficier de cette politique. L'accent a particulièrement été porté sur la jeunesse. Le rayon a été totalement repensé et

recomposé, enrichi de fonds d'éditeurs tels Gallimard, Actes Sud ou l'Ecole des loisirs parfois travaillés en dépôt. Il bénéficie même de ses propres couleurs, orange et vert, un bouleversement chez Coiffard. Parallèlement, au Tome 1 (littérature, beaux-arts et pratique), un travail de nettoyage et de désherbage est en cours.

« C'est un commerçant dans l'âme, qui n'achète jamais à minima et n'hésite pas à prendre des risques, témoigne Serge Taillandier, représentant pour la diffusion Volumen. Autre avantage, il sait transmettre cette compétence à son équipe. » Pour optimiser ce travail de restructuration et //



OLIVIER DION

**Pourquoi êtes-vous libraire ?**

D'abord à cause de ma mère, qui m'a permis, lorsque j'étais enfant, d'acheter tous les livres que je voulais. J'ai ensuite passé toutes mes journées libres d'adolescent dans les rayons des librairies à discuter avec les professionnels. Au moment de choisir un métier, c'est devenu une évidence.

**Qu'est-ce qui caractérise votre librairie ?**

C'est un lieu emblématique habité par des libraires amoureux des livres. Souvent, les gens entrent chez nous pour admirer notre boutique, mais ils rencontrent nos libraires et ressortent avec des livres.

**Comment voyez-vous votre librairie dans dix ans ?**

Avec les mêmes points forts qu'aujourd'hui – la diversité éditoriale et le conseil – et une image plus ouverte, moins « bourgeoise ». Je souhaite que Coiffard s'inscrive comme un acteur culturel de la ville ouvert à tous.



Rémy Ehlinger

**Rémy Ehlinger, « montrer notre envie »**

Après plus de vingt ans passés dans la profession, il n'a rien perdu de son enthousiasme et de sa passion. « Dès qu'on lui propose un projet, il a l'œil qui brille et il se demande ce qu'il va bien pouvoir faire pour l'accompagner », confirme Valérie Contet, directrice de la communication du théâtre le Grand T à Nantes. A 45 ans, Rémy Ehlinger, originaire de Mulhouse, ne connaît en effet qu'un seul carburant, l'amour des livres et l'envie de le partager, sur lequel il s'appuie notamment pour développer sa librairie.

« Aujourd'hui, pour dynamiser nos commerces, il est essentiel de montrer aux gens notre envie et notre curiosité », martèle ce collectionneur de BD et amateur, très éclairé, de polar devenu libraire parce qu'il ne sait « rien faire d'autre. Le livre, c'était, et cela reste, toute ma vie. Comme, à 20 ans, je ne me voyais pas faire autre chose, j'ai profité de mon service militaire pour envoyer des CV à tous les points de vente du livre d'Alsace. » Peu après, il intègre la librairie strasbourgeoise Berger-Levrault, future librairie Muller, où il apprend le métier et noue une solide amitié avec un de ses directeurs, Philippe Authier, qui le mettra, en 2009, sur la piste de Coiffard. Dix ans plus tard, en janvier 2001, il pose ses valises chez Kléber. Chargé de réorganiser la pochothèque, le polar et la BD, il est propulsé au bout d'un an adjoint de direction. « J'étais l'homme à tout faire, c'était très formateur », reconnaît Rémy Ehlinger qui, au bout de neuf ans, ressent tout de même l'envie de voir du pays. Arrivé en août 2010 chez Coiffard, il lui faudra dix-huit mois pour boucler la reprise de la librairie et se retrouver seul maître à bord. ●

/// d'approfondissement, Rémy Ehlinger a effectivement choisi de redonner de l'autonomie à ses libraires, en rendant à chaque responsable de rayon la main sur les achats. « C'est une autre méthode de travail qui les responsabilise et leur donne une motivation supplémentaire », constate Roland Mazurie des Garennes.

Le personnel constitue le deuxième chantier du dirigeant. S'il a réorganisé son équipe, partageant notamment la gestion du magasin principal (dit Tome 1) avec Stéphanie Biotteau et celle du Tome 2 avec Gaëlle Maindron, Rémy Ehlinger s'emploie surtout à valoriser l'existant. Professionnels et clients s'accordent en effet pour louer les compétences des libraires Coiffard, qui tous partagent le goût de la lecture et du conseil et permettent à la librairie de réaliser d'excellents scores sur une grande variété d'ouvrages. Toutefois, si la qualité de son équipe est primordiale, Rémy Ehlinger s'attache également à en préserver l'effectif, gage d'un service au client indispensable. Avec 20 libraires pour à peine 500 m<sup>2</sup>, Coiffard compte une des plus lourdes masses salariales, à presque 23 % du CA, des librairies françaises. « Un poids énorme, on ne doit pas être loin du record », estime Rémy Ehlinger, qui aggrave son cas en s'adjoignant, au 1<sup>er</sup> février, les services d'un nouveau collaborateur. En pro-

venance de la librairie des Halles à Niort, François Michel sera chargé de seconder la responsable du Tome 1, Stéphanie Biotteau, afin qu'elle se consacre davantage à la communication et à l'animation, le troisième axe de développement de Coiffard.



De quelques-unes par an au temps de Marc Guillon, qui reconnaît « ne jamais avoir aimé cela », les rencontres prospèrent effectivement, au rythme de plusieurs par semaine, sous l'ère Ehlinger. Coiffard s'emploie également à revivifier les partenariats extérieurs avec les acteurs culturels locaux, nombreux et dynamiques. Profitant de cette chance, la librairie fait feu de tout bois. Le but : se montrer partout où c'est possible, pour imprimer sa marque, afficher une image ouverte et éclectique, et renouveler ainsi une clientèle dont la moyenne d'âge s'élève dangereusement. « Cette boulimie d'activités nous a fait un peu peur au début, reconnaît Stéphanie Biotteau, parce que cela représente énormément de travail. Mais désormais, l'expression "être un lieu de vie" exprime quelque chose de réellement concret pour nous. » Avec cette nouvelle dynamique, Rémy Ehlinger compte bien compenser le phénomène d'évasion de la clientèle vers Internet, un chemin que Coiffard « ne veut pas emprunter. Internet et le numérique sont des combats que je ne mènerai pas. De toute façon, je n'en ai pas les moyens », assure Rémy Ehlinger, qui préfère parier sur une étude de l'Insee, qui fait de Nantes la ville qui accueillera le plus grand nombre de nouveaux arrivants à l'horizon 2030. ●

(1) Voir LH 936 du 11.1.2013, p. 18-21.