



Emmanuel Delhomme dans sa librairie, Livre Sterling, avenue Franklin-Roosevelt à Paris, le 10 juin.

Librairie *hors Champs*

Il y a trente ans, Emmanuel Delhomme ouvrait Livre Sterling à deux pas des Champs-Élysées. Aujourd'hui, ce libraire peine à survivre aux mutations du quartier et de la société.

Par **MARIA MALAGARDIS**
Photos **RAPHAËL DAUTIGNY**

Chaque jour, il les observe, tous ces gens qui passent devant sa librairie. Toujours pressés. «Vous avez vu ? Ça ne sourit pas beaucoup...» constate Emmanuel Delhomme. Comme il a moins de clients, ce libraire parisien a plus de temps pour regarder ses contemporains, foule urbaine qui passe souvent sans le voir : «On se croirait dans un dessin de Sempé.» C'est une petite librairie surchargée de bouquins, coincée entre une boulangerie Paul qui ne désertait pas et un salon de thé asiatique «qui marche si bien qu'il ferme à 16 heures». Au centre du dessin de Sempé, il y aurait ce personnage, barbe poivre et sel, l'air un peu dépité. Ignoré par la foule qui envahit les enseignes voisines. Les librairies de quartier ont du mal à survivre, c'est connu. Cette année, pour la première fois, il a passé des «journées à zéro euro», des mois «jusqu'à - 70% sur les ventes». Du jamais-vu depuis trente ans. Du coup, Emmanuel Delhomme se demande parfois comment payer le loyer, 5 000 euros par mois. C'est cher, comme ce quartier de Paris qui, à coup de spéculations à la hausse, s'est totalement vidé de ses habitants. A deux pas des Champs-Élysées, l'avenue Franklin-Roosevelt, où Emmanuel Delhomme a ouvert Livre Sterling au 49 bis, est devenue un quartier d'affaires. On y vient bosser, pas traîner dans une librairie. Surtout celle-ci, qui snobe les best-sellers. On ne pratique pas ici le culte de la nouveauté. Le livre qu'il défend en ce moment ? *Les Chaussures italiennes*, roman de Henning Mankel publié il y a près de deux ans. «Je joue ma réputation de libraire sur ce livre», est-il indiqué au-dessus de la pile. Pour attirer l'attention, il met des étiquettes sur ses livres préférés : «superbe», «fascinant», «rire». Et puisque les gens «n'osent plus entrer», il a sorti des étalages sur le trottoir. Une femme s'arrête. Elle finit par pousser la porte et lance : «Je vous ai entendu à la radio !» C'est une petite dame qui vient d'Uzès (Gard). De passage à Paris, elle voulait voir la «fameuse librairie».

«Costumes cravates numérisés»

Emmanuel Delhomme a l'avantage d'être un peu connu : il passe à la radio, à la télé, devenu le symbole du «libraire en colère», comme l'annonce la banderole qu'il a accrochée à l'extérieur. C'est

aussi le titre de son livre (1), qui raconte le désarroi d'un amoureux des bouquins face à un monde en pleine révolution culturelle. Un monde hypnotisé par les écrans, connecté en permanence, accro à l'immédiat et aux nouveautés. «On a déjà perdu la génération des 25-40 ans. Toute leur vie se retrouve dématérialisée dans leur portable. Avec leurs photos, leur musique, leur courrier... Les livres ne les fascinent pas», constate le libraire en suivant du regard un groupe de jeunes cadres qui avancent d'un pas décidé sur le trottoir. En groupe, chacun un téléphone portable à l'oreille. Emmanuel Delhomme les appelle «les costumes cravates numérisés».

Il a ouvert sa librairie le 10 mai 1981, ça ne s'invente pas. Peu à peu, il a vu les habitants chassés par les bureaux. Eux-mêmes de plus en plus vides au fil des dégraissages et restructurations. Il a vu les petits commerces et les bistrotts délogés par la restauration rapide. Toujours les mêmes lieux anonymes. Juste en face de la librairie, le premier Hippopotamus ouvert à Paris. «A l'époque, ça semblait original.» Plus haut dans la rue, il y a bien un fast-food chic, très à la mode, design épuré et minimaliste. «C'est un mouiroir glacial, rempli de grandes femmes minces, toutes semblables, qui se nourrissent de légumes crus et de jus compliqués», prévient Emmanuel Delhomme, qui regrette l'époque où dans les bistrotts du coin, tout le monde s'interpellait autour du zinc. «Maintenant, même dans les cafés qui restent, il y a des écrans. Tu ne parles plus avec ton voisin, tu es forcément attiré par les images.» Lui résiste, il n'a toujours pas de téléphone portable et refuse de se laisser «diriger par les machines» : «Quand même, on se demande si ce n'est pas fait exprès : tous ces nouveaux gadgets censés nous faciliter la vie et qui en réalité imposent l'urgence, nous empêchent de réfléchir», constate-t-il.

Face à la dictature du présent, il préfère cultiver la mémoire du quartier, autour des habitués qui viennent le soutenir. Il a bien connu Bernard Girardeau, qui habitait juste en face, en haut de l'immeuble à l'angle de la rue de Ponthieu. Une grande photo de l'acteur-écrivain trône dans la librairie : «Il était heureux ce jour-là, même s'il était déjà malade.» Des gens rentrent, le remercient d'un conseil : «J'ai lu le dernier Mauvignier, vous aviez raison : fantastique !» Un vendeur de vins italiens, entré par hasard, évoque avec gourmandise l'œuvre d'Andrea Camilleri. «Et celui-là, vous le connaissez ? C'est une merveille absolue», lui répond le libraire en montrant l'*Opéra de Vigàta*.

Temples de la culture marchande

Mais il y a tant de livres... Une surabondance qui donne le vertige. «C'est vrai. Un jour, l'éditeur Jé-

«Ce n'est pas une société qui rend les gens heureux. Et on n'est pas disponible pour la lecture quand on est malheureux. On a du mal à se concentrer, on ne veut pas s'isoler. Alors ils préfèrent se divertir, s'étourdir.»

Emmanuel Delhomme

rôme Lindon m'a dit avec justesse que l'édition était peut-être la seule industrie au monde qui produit davantage quand ça va mal. Un homme intervient dans la conversation : «Mais le problème, c'est qu'on n'a plus le temps de lire ! On vit une vie, excusez-moi du terme, où il y a toujours un emmerdement qui tombe !» Un autre renchérit aussitôt : «On nous accélère le temps !» On sent qu'ils ont tous envie de parler, d'exprimer une angoisse diffuse. Salariés plutôt aisés, ils travaillent dans la banque, les assurances. Mais ils semblent opprimés. «Ce n'est pas une société qui rend les gens heureux. Et on n'est pas disponible pour la lecture quand on est malheureux. On a du mal à se concentrer, on ne veut pas s'isoler. Alors ils préfèrent se divertir, s'étourdir», analyse le libraire. A côté de la caisse, un petit livre cite Nietzsche : «L'art des artistes doit un jour disparaître, entièrement absorbé dans le besoin de fête des hommes.»

Juste à côté, les Champs-Élysées sont là pour ça : tous les temples de la culture marchande y sont représentés. Ce jour-là, près du rond-point, il se passe quelque chose : une file d'attente, encadrée par des vigiles musclés, tous munis d'une oreillette. Un événement ? Un spectacle ? Non, la première ouverture en France d'une marque américaine de sportswear. Le «buzz» est savamment entretenu : il n'y a pas tant de monde que ça, mais on a organisé une file d'attente pour créer l'événement. L'ouverture d'un magasin de fringues, désormais, doit ressembler à une inauguration au Grand Palais. La marque occupe un hôtel particulier, redécoré à coups de millions d'euros avec dorures et fresques géantes. A l'entrée, un jeune éphèbe torse nu, en jeans tellement taille basse qu'on devine l'absence de slip, pose de manière langoureuse avec les clientes pour le Polaroid souvenir de ce moment inoubliable. A l'intérieur, la musique est assourdissante, les jeunes vendeuses se trémoussent en permanence. En ce début d'après-midi, les clients ont l'air un peu étourdis, mais prêts à perdre leur temps si précieux dans ce tourbillon d'illusions.

Foule indifférente

«Nous sommes en train de passer de la production industrielle au capitalisme culturel», prédisait Jeremy Rifkin dans *l'Age de l'accès*, ce qui sera valorisé, «c'est tout une gamme d'expériences». Surtout

pour les jeunes, qui «s'adaptent plus facilement aux nombreux univers simulés qui caractérisent la nouvelle économie culturelle». Pour ça, il y a le petit carré magique : «100 000 applications, 100 000 façons de s'émerveiller», annonce une pub dans la grande boutique SFR des Champs-Élysées. Ici, les vendeurs s'appellent des conseillers et sourient de façon un peu exagérée. Un grand chauve avec une oreillette garde l'entrée de ce temple-là. Plus de 82% des Français ont un téléphone portable, 94% chez les 18-24 ans. Plus de 24 milliards de SMS ont été envoyés en France au deuxième trimestre 2010 : 65% de hausse du trafic en un an. Les vols de portables ont aussi augmenté de 40% en un an dans les transports parisiens. En revanche, «plus personne ne songe à voler un livre», constate notre libraire qui vit à l'ombre de la grande artère commerciale. «Ne soyez pas le dernier à changer d'époque», y proclame un grand panneau qui masque l'Atelier Renault, fermé pour travaux. Juste devant la façade et son magnifique slogan, une femme agenouillée, mains jointes, semble en prière, mais il y a un petit gobelet en plastique devant elle. Elle fait la manche, dans l'indifférence des passants chargés de sacs Zara ou Louis Vuitton. En dix minutes, trois d'entre eux, le regard levé vers le panneau Renault, ont failli trébucher sur elle, moins visible qu'une pub.

Mais malgré l'invasion des marques, on vend encore des livres sur la grande avenue. Pas tant que ça à la Fnac : juste un coin, déserté, dans l'ombre des étalages de séries américaines et de DS Nintendo. Il y a aussi Virgin. A l'entrée du mégastore, les meilleures ventes. On y trouve ce manuel de philosophie qui promet de tout vous expliquer «en 30 secondes, 2 pages, 300 mots et 1 image. Soit 3 minutes pour tout comprendre !» Au sous-sol, la librairie est quasi déserte, silencieuse. Une jeune vendeuse déplore elle aussi la baisse des ventes de livres et fustige le site Amazon, «qui vend à perte, pour éliminer toute concurrence». Emmanuel Delhomme sait bien qu'après lui, personne ne reprendra sa librairie. Loyer trop cher, commerce pas rentable, foule indifférente. Avant les *Chaussures italiennes*, son livre favori était *Chaos calme*, de Sandro Veronesi : c'est un peu ce qu'on ressent en observant ce monde en mouvement qui défile devant la librairie. ◆

(1) Un libraire en colère, **L'Éditeur**, 94 pp., 11 €.