

[livreshebdo.fr](https://www.livreshebdo.fr)

Comment Taschen compte reconquérir les librairies françaises - Livres Hebdo

Par Laurent Lemire

6-7 minutes

Après un choix stratégique qui a coûté cher à son activité sur le territoire français, l'éditeur international de beaux livres Taschen a relancé un partenariat avec Prisme et s'engage avec Makassar pour la région parisienne afin de redistribuer ses ouvrages.

Ce dispositif à deux têtes vise à reconstituer la capillarité que l'éditeur d'origine allemande avait perdue : atteindre aussi bien les grandes enseignes culturelles que les librairies indépendantes de région.

Centralisation en Allemagne

Jusqu'en 2023, Taschen disposait de forces de vente propres et de la distribution d'Union Distribution (Flammarion - Groupe Madrigall) sur le territoire français. La donne a changé lorsque la maison a décidé de centraliser l'ensemble de ses opérations logistiques en Allemagne, auprès du prestataire Arvato. Une décision qui a rapidement montré ses limites face aux spécificités du marché hexagonal.

« *Contrairement à d'autres marchés européens qui travaillent*

avec des grossistes et des distributeurs locaux, le marché français est composé de gros acteurs - Fnac, Cultura - mais surtout d'un grand réseau de librairies indépendantes », explique à *Livres Hebdo* **Valeriane Moyerso**n, directrice des ventes internationales de Taschen. Or Arvato, taillé pour le commerce en vente ferme avec de grands comptes, n'a pas pu assurer la fluidité que réclament les petites commandes des librairies de quartier. « *On n'arrivait plus à les servir de façon fiable et dans un temps raisonnable* », reconnaît-elle.

La conséquence a été directe sur les ventes. Taschen se refuse à communiquer sur ses chiffres, mais Valeriane Moyerso

en décrit l'impact avec franchise : « *Ce qu'on a écorché, c'est la confiance des revendeurs* ». Le mécanisme est implacable pour un éditeur dont les beaux livres se vendent vite quand ils sont bien exposés : « *Quand nos best-sellers sont vendus en trois jours, si on met trois semaines à livrer, on perd énormément de ventes* », admet-elle.

La librairie parisienne comme laboratoire commercial

La solution est venue d'une avancée technique : la maîtrise du double étiquetage, condition *sine qua non* pour retravailler avec Prisme, le réseau de distribution qui dessert l'essentiel des librairies françaises hors région parisienne. « *On vient de mettre au point la technologie qui nous permet dorénavant ce double étiquetage* », indique la directrice de ventes, précisant que le dispositif est en ordre de marche dès à présent. La région Île-de-France n'étant pas desservie par Prisme, celle-ci sera couverte par Makassar, dont le comptoir de vente offre la proximité et la réactivité nécessaires pour des livraisons rapides.

Pendant ces années de difficultés logistiques, Taschen n'a pas modifié sa ligne éditoriale, pilotée par **Benedikt et Marlene Taschen**, ni réduit sa production. L'éditeur a en revanche profondément reconfiguré sa relation au marché français en faisant de sa librairie parisienne un outil BtoB à part entière. Les équipes commerciales et de vente directe ont été rapprochées afin que les représentants terrain accumulent une expérience client concrète.

« *On sait combien d'exemplaires on vend chaque titre par jour dans notre boutique de Paris* », fait valoir Valériane Moyersoën. Cette donnée en temps réel permet aux représentants de formuler des préconisations précises aux libraires : « *Ne prenez pas 30 livres en un exemplaire, mais prenez plutôt trois références en dix exemplaires, parce que ceux-là, vous allez les vendre dans la semaine* », illustre la commerciale. Une approche qui vise aussi à réduire le risque perçu par des libraires que la baisse sectorielle du beau livre rend plus prudents.

La maison revendique par ailleurs l'absence de cannibalisation entre sa vente directe, via son webshop et sa librairie, et le réseau revendeur. « *Plus les gens voient du Taschen, plus ils ont envie d'en vendre* », défend sa responsable, qui souligne que certains libraires avaient pu interpréter la présence de la boutique parisienne comme une forme de concurrence frontale.

Reconstruire la confiance, titre par titre

Dans un marché du beau livre français sous pression et caractérisé par la montée du numérique et la frilosité des acheteurs face aux ouvrages volumineux et coûteux, Taschen mise sur une stratégie de sélection resserrée. Plutôt que de pousser l'intégralité d'un catalogue riche, la maison encourage

ses partenaires à se concentrer sur les valeurs sûres, les « *machines à cash* » selon l'expression consacrée, et à proposer le reste sur commande client.

L'éditeur maintient par ailleurs sa politique de vente ferme, qui ne facilite pas les relations en période de prudence commerciale, mais considère que la fluidité du réassort, désormais au cœur de sa refonte logistique, est la réponse structurelle à ce problème.

Le projet de l'artiste JR au Pont-Neuf au mois de juin prochain, dont Taschen est l'éditeur pour le catalogue et la future monographie de l'artiste, servira de premier test grandeur nature à ce nouveau dispositif. La maison assure que « *toutes les équipes sont mobilisées* » et que « *chaque jour compte* » dans la course à la mise en place.

Les titres en vogue de Taschen

Déjà parus

- *Ferrari* de **Pino Allievi** (retour stock le 29 avril)
- *Hilma af Klint* de **Janis Mink**
- *Kate Moss by Mario Testino* de **Mario Testino**
- *Italian Palaces* de **Massimo Listri**
- *The History of Graphic Design* de **Jens Müller**
- *Ultimate Collector Watches* de **Charlotte Fiell, Peter Fiell**

À paraître

- *Hal Foster's Tarzan. The Complete Sunday Comics 1931–1937* de **Hal Foster** – mai 2026

- *Marvel Comics Library. Spider-Man. 1962–1964* de **Stan Lee & Steve Ditko** – juin 2026
- *JR. La caverne du Pont Neuf* de **JR** – juin 2026