livreshebdo.fr

NAP renforce sa stratégie dans le livre avec le rachat du Comptoir du Livre - Livres Hebdo

Par Laurent Lemire

5–6 minutes

Le Groupe NAP veut franchir un nouveau cap dans la vente de livre. Après avoir acquis début septembre le Comptoir du Livre, distributeur indépendant implanté à Toulouse, le réseau Maison de la Presse et Point Plus entend s'appuyer sur les stocks et le savoir-faire commercial de l'entreprise pour mieux approvisionner l'ensemble de ses points de vente. Une opération qui doit également permettre au groupe d'élargir son offre en ligne et de développer ses activités auprès de commerçants indépendants.

« *C'est une longue histoire* », explique **Arnaud Ayrolles**, président du Groupe NAP interrogé par *Livres Hebdo*. Les deux entreprises sont implantées à environ un kilomètre l'une de l'autre à Toulouse et collaboraient déjà depuis plusieurs années. Des premières discussions avaient été engagées avant 2020 avec le fondateur du Comptoir du Livre. Le dossier a finalement été rouvert il y a environ un an, dans le contexte de la succession familiale. L'entreprise avait par ailleurs traversé une période difficile depuis 2024, notamment après une cyberattaque ayant affecté son site Octave.

Construire un flux d'approvisionnement pour tout le réseau

Pour NAP, l'enjeu principal est désormais de rationaliser l'approvisionnement en livres de ses magasins. Sur les 1 150 points de vente sous enseigne Maison de la Presse et Point Plus, 543 sont aujourd'hui déclarés comme libraires.

« *L'approvisionnement du parc magasin est très clairsemé : certains le font en direct, d'autres avec des grossistes* », détaille Arnaud Ayrolles. L'objectif est donc de s'appuyer sur le stock du Comptoir du Livre pour construire « *un flux d'approvisionnement global pour tout le parc magasin* ». Le Comptoir du Livre comptait 2 000 clients, dont environ 500 sont déjà communs avec le réseau NAP.

Le chantier reste toutefois à construire. Les points de vente du réseau présentent des profils et des volumes très différents, et NAP devra mettre en place des solutions économiquement adaptées à chacune de ces catégories de magasins. « *Il va falloir construire pour que chaque niveau s'y retrouve économiquement* », reconnaît le président.

Les équipes du Comptoir du Livre sont conservées. NAP entend notamment renforcer son équipe commerciale de terrain et l'intégrer pleinement au groupe. « *On veut l'étoffer* », précise Arnaud Ayrolles.

Cette intégration intervient également dans un contexte de recomposition de la distribution du livre. L'arrêt récent de l'activité de grossiste la Générale Librest notamment, ouvre selon le dirigeant une opportunité pour NAP. Mais celle-ci reste limitée : « *On ne remplacera pas sa salle des ventes.* »

Un réseau qui continue de gagner du terrain dans

le livre

Le livre constitue aujourd'hui le quatrième chiffre d'affaires du réseau NAP, derrière le tabac, les jeux et la presse. Arnaud Ayrolles l'évalue à « *un peu moins de 40 millions d'euros* ». Le dernier bilan publié par le groupe faisait état de 35 millions d'euros en 2025, en progression de 2,1 % sur un marché français en hausse de 0,6 % en valeur selon l'Observatoire de la librairie.

La croissance repose notamment sur l'ouverture de nouveaux linéaires consacrés au livre. Comme l'explique Arnaud Ayrolles, qui souligne la présence récurrente du poche et de la jeunesse dans de nombreux points de vente. Le groupe entend également développer des opérations ponctuelles, à l'image des dispositifs autour d'Astérix, déjà mise en place dans certaines enseignes.

Doubler le référentiel sur le site Maison de la Presse

L'acquisition du Comptoir du livre doit enfin renforcer la stratégie numérique de NAP. L'entreprise travaillait déjà avec le site Maison de la Presse, mais son intégration doit permettre d'élargir fortement le catalogue proposé en ligne. Arnaud Ayrolles évoque un référentiel qui pourrait atteindre environ 70 000 références.

Le groupe veut ainsi multiplier les interactions entre ses magasins et son site : expédition directe aux particuliers, livraison en magasin et Click & Collect doivent permettre de développer un modèle plus intégré.

Cette dynamique rejoint le développement engagé par NAP

dans la seconde main. Lancé en juin avec Recyclivre dans une partie du réseau, le dispositif permet aux clients de faire reprendre leurs livres et de recevoir un bon d'achat utilisable dans les magasins Maison de la Presse et Point Plus. Le groupe entend poursuivre cette évolution en articulant davantage les parcours entre le numérique et les points de vente.