

# JOURNAL DU BON DU LIVRE

**Marco  
nous emmène  
au Tessin**



Sommaire

**Editorial**

Page 2

**Brèves**

Page 3

**C'est parti !**

Page 4

**42 réponses**

Page 5

**Tu scrolles  
ou tu lis ?**

Page 6

**Des lieux de  
reconnexion**

Page 7

**Rapide, sécurée,  
simple**

Page 10

**Vision sur tous  
les canaux**

Page 11

**Le meilleur**

Page 12



**Roue de la  
fortune : grâce  
à Andrea Kalt  
et Noémie  
Hieber, la  
chance sourit  
à tout le monde.**

Page 4



**Service : avec  
Print@home,  
il est possible  
d'acheter des  
bons du livre  
dans la bou-  
tique en ligne  
et de les imprim-  
er directe-  
ment chez soi.**

Page 10

# BONJOUR



## Très chères et chers collègues

Dans cette édition, nous vous emmenons au Tessin. Marco Ambrosino a sillonné la Suisse italienne pour aller à la rencontre de la réalité des librairies dans une région que je connais bien. Le Tessin est souvent présenté comme le jardin ensoleillé de la Suisse, une terre de vacances et de palmiers. Mais, au-delà de cette image touristique, il abrite un monde de librairies dynamique, porté par des relations quotidiennes, des choix audacieux et une véritable passion.

Notre marché se distingue par deux caractéristiques majeures : un nombre restreint de maisons d'édition tessinoises et des publications majoritairement importées d'Italie. Cette configuration façonne l'assortiment, influence le fonctionnement du marché et les habitudes de lecture, et crée un contexte différent de celui de la Suisse alémanique ou romande.

En plus, il n'existe que des librairies indépendantes : il n'y a ni grandes enseignes ni chaînes de librairies, juste des structures de petite ou moyenne taille, d'ailleurs plutôt petite que moyenne.

Ces spécificités ne nous éloignent pas du reste de la Suisse. Elles soulignent au contraire ce qui nous unit : la passion pour le livre, pour le conseil personnalisé et pour la transmission du rôle culturel des librairies dans notre pays.

**C'est précisément sur cette passion commune que repose la force du Bon suisse du livre : un outil qui fédère les régions linguistiques, qui soutient concrètement les librairies indépendantes, et qui apporte un levier efficace pour attirer les lecteur·ice·s en magasin.**

Faire connaître le Bon suisse du livre, le promouvoir et l'utiliser au quotidien est une tâche commune qui sert toute la branche et assure l'avenir du livre en Suisse.

Nous vous souhaitons une excellente lecture et plein succès dans vos activités !

**Prisca Wirz Costantini, membre du conseil d'administration du Bon suisse du livre**

## Impressum

### Éditeur

Bon suisse du livre  
6371 Stans

### Rédaction

Christian Hug  
Loïc von Matt

### Texte

Christian Hug  
Marco Ambrosino

### Collaborations pour ce numéro

Prisca Wirz Costantini

### Concept

Von Vorteil GmbH

### Mise en page

syn für Gestaltung und Kommunikation, Stans

### Correction

Agi Flury, Anne Dürr  
Prisca Wirz Costantini

### Traduction

Francesca Baranzini  
Véronique de la Motte

### Photos

© avec les photographes

### Imprimerie

Druckerei Odermatt, Dallenwil

### Tirage

700 Exemplare

### Imprimé en Suisse

© 2026 Bon suisse du livre

### Online

bondulivre.ch

### Suivez-nous sur les réseaux sociaux

@buchbon  
#buchbon

# QUELQUES BRÈVES

## Enfin sponsor principal



Toujours aussi beau : manifestation dans le parc du musée, à l'occasion des Journées littéraires de Soleure.

Image: fotomtina



Le festival des Journées littéraires de Soleure est le plus grand festival littéraire multilingue de Suisse et sans doute le plus renommé. Depuis cette année, la coopérative du Bon

suisse du livre est, aux côtés de la librairie Lüthy, sponsor principal. Une situation gagnant-gagnant pour tout le monde.

## À propos de Julia

« Je m'appelle Julia Muff, je viens de Neuenkirch et je travaille depuis septembre 2025 pour le Bon suisse du livre. Je me trouve au plein milieu des histoires, et je suis responsable de la communication digitale, des campagnes et des médias. En bref : de tout ce qui contribue à rendre le Bon suisse du livre plus visible. Ce qui me motive avant tout, c'est de rassembler les gens autour des livres, d'offrir des moments de lecture privilégiés et de contribuer à la richesse du paysage littéraire suisse. Le Bon suisse du livre est plus qu'un simple bon cadeau : c'est un symbole pour davantage de temps, pour plus de conscience et pour toutes les histoires qui attendent en-



Julia Muff, responsable des réseaux sociaux

core d'être découvertes. Cette motivation me tient particulièrement à cœur. Je suis très heureuse de contribuer à faire connaître le Bon suisse du livre et à porter sa diversité là où elle peut être vue. »

## Soutien à la lecture

ISJM – un acronyme difficile à prononcer, mais une mission claire. L'Institut suisse Jeunesse et Médias a pour objectif de donner le goût de la lecture aux enfants et aux adolescent-e-s partout en Suisse. Du point de vue des librairies, on pourrait parler de fidélisation des lecteur-ice-s dès le plus jeune âge. L'événement phare

de l'année pour le ISJM est la Journée de la lecture à voix haute, prévu cette année le 27 mai – Avez-vous déjà organisé quelque chose dans votre librairie ? Cet événement est soutenu par le Bon suisse du livre à hauteur de 10'000 francs sous forme de bons du livre.



En 2024, l'acteur Dimitri Stapfer est venu lire des textes à l'école SKB de Zürich (école pour enfants et jeunes présentant des handicaps moteurs et multiples). Image: ISJM/Goran Basic

## Les réseaux sociaux aiment Vali



Responsable de clics pour le Bon suisse du livre : Valentina Gallo

Beaucoup d'humour et un talent naturel pour raconter des histoires : Valentina « Vali » Gallo de Langenthal est désormais partenaire du Bon suisse du livre sur Ins-

tagram et TikTok. Vali est véritablement attachée aux bons du livre, elle en offre elle-même. Cet attachement se ressent dans chacun de ses contenus. Les livres y appa-

raissent tout naturellement, avec légèreté et humour, sans mise en scène. C'est précisément ce qui rend cette collaboration crédible.

Pourquoi le Bon suisse du livre s'engage-t-il dans ce type de partenariats ? Parce qu'aujourd'hui, l'attention se capture là où les gens partagent leur quotidien, c'est-à-dire sur les réseaux sociaux. Cela permet au Bon du livre d'élargir sa portée, de toucher de nouveaux groupes cibles et de développer sa notoriété de manière cohérente.

# 133'704

C'est le nombre de bons papier achetés en 2025. Si on les mettait bout à bout, cela formerait une bande de plus de 20 kilomètres de long.

La roue de la fortune du Bon suisse du livre

# C'EST PARTI POUR UN TOUR

**Les premiers essais ont été plus que concluants. Désormais, la roue de la fortune part en tournée et fait le bonheur de tous. Mieux encore : les librairies peuvent emprunter gratuitement cette merveille pour animer leurs propres événements.**

« Mais si ! », assurait à chaque fois Martin von Matt, le Monsieur Bon-du-livre, avec un sourire radieux et dans son français charmant, « Vous avez quand même gagné, à savoir ce futur bouquet de fleurs », ajoutait-il en remettant à l'heureux-se non-ga-

« Et les gens faisaient la queue pour tourner la roue. »

Après ce succès à Morges, les deux von Matt étaient unanimes : « La roue de la fortune est une excellente idée, il faut continuer », raconte Loïc. Depuis, partout où elle passe, la

## À peine lancée, les librairies se pressaient pour pouvoir l'emprunter.

gnant-e un papier ensemencé de graines de fleurs en guise de lot de consolation.

Tout a commencé en septembre 2024, lors du festival « Le livre sur les quais » à Morges, au bord du Léman. Pour la première fois, la coopérative du Bon suisse du livre prenait part à ce grand rendez-vous littéraire avec son propre stand – ou plutôt avec sa roue de la fortune, qui effectuait là ses tout premiers tours. « Nous voulions essayer quelque chose de nouveau », explique Loïc von Matt, gérant actuel de la coopérative.

roue rencontre le même engouement. Chacun gagne d'une manière ou d'une autre et si ça tombe sur un bon du livre, c'est le gros lot. Et il faut bien l'admettre, l'équipe du Bon suisse du livre sait créer une ambiance chaleureuse et conviviale.

Les experts comptables diraient que 2025 correspond à une phase de consolidation et de croissance pour la roue de la fortune. À peine lancée, les librairies se pressaient pour pouvoir l'emprunter, exactement ce que nous espérions. La roue de la fortune est expé-

diée par la poste, accompagnée d'un lot de bons du livre en guise de soutien sponsorisé. Les librairies l'utilisent pour leur événement, puis la renvoient une fois l'animation terminée.

Face à l'intérêt grandissant, la direction du Bon suisse du livre a fait de la roue un véritable instrument de promotion et de communication : roll-ups, flyers informatifs, lots de consolation variés se sont ajoutés – comme des sacs en toile et toujours plus de Sugus. Une équipe attirée a été mise en place pour

les manifestations où le Bon suisse du livre est présent officiellement : Noémie Hieber et Céline Chatelaine, étudiantes à Zürich, ainsi qu'Andrea Kalt, enseignante à Buochs, font déjà partie de l'aventure. Engagées et passionnées de lecture, elles interviennent par équipes de deux, vêtues à l'image du Bon suisse du livre, – avec des sweats à capuche et des T-shirts jaune éclatant –, et transmettent au public leur enthousiasme pour le bon du livre.

D'autres équipes se mettent en place pour des engagements en Suisse italienne et en Suisse romande. À la date de clôture rédactionnelle de ce numéro, des animations avec la roue de la fortune sont confirmées pour les festivals littéraires de Chiasso, Locarno, Soleure, Thalwil, St. Gall, Zofingen et, bien entendu, pour Morges – d'autres viendront certainement s'y ajouter. Nous nous en réjouissons.



**Festival et météo : un doublé parfait ! Martin von Matt au Livre sur les quais à Morges, les visiteurs font la queue.**



**Gros lot: Loïc von Matt remet un bon à l'heureuse gagnante.**



**Un vrai succès : Andrea Kalt (links) et Noémie Hieber ont animé le stand du Bon suisse du livre lors du dernier Zürich liest.**

### Voici un petit rappel de la marche à suivre à l'intention des libraires :

- Vous pouvez emprunter la roue de la fortune pour votre propre événement.
- Le prêt est gratuit.
- Nous expédions la roue et ses accessoires par la poste, vous nous les renvoyez après l'événement.
- Vous constituez vous-mêmes votre équipe d'animation.
- Et en plus : nous offrons des bons d'une valeur totale de 150 francs –il ne vous reste qu'à prévoir les autres lots.

**Bonne chance !**



# 42 RÉPONSES – ET UNE QUI GAGNE

Des questions adressées aux libraires, d'autres questions qu'on ne vous a jamais posées, dont vous détenez pourtant les réponses. Et aux questions suivantes, que répondriez-vous ? Il y a un cadeau à gagner.



La vie est pleine de bonnes surprises... comme les fortune cookies. Nous en mettons 42 en jeu qui récompenseront la meilleure réponse !

1. Vous avez le livre qui est passé hier à la télé ?
2. Pourquoi vous n'avez pas le guide du savoir-vivre dans votre magasin ?
3. Pourquoi n'avez-vous pas de classiques dans votre stock ?
4. Avez-vous du blanc ouvert ?
5. Combien y a-t-il de mots dans votre magasin ?
6. Pourriez-vous me conseiller un livre pour quelqu'un qui ne lit jamais ?



## 7. La journée de travail se termine quand ?

« Quand je me balade avec un super livre au bord de la mer ou en montagne, bien loin de la librairie Chinderbuechlade. »

Ruth Baeriswyl, copropriétaire Chinderbuechlade à Berne

8. Vous vantez souvent un livre que vous n'avez pas lu vous-même ?
9. Combien de livres pouvez-vous porter à la fois ?
10. Si vous étiez un-e auteur-ice, ce serait qui ?
11. Selon vous, quel-le auteur-ice ferait mieux d'arrêter d'écrire ?
12. Quel-le auteur-ice aimeriez-vous épouser ?
13. Où donc est le bonheur ?  
Merci, Victor Hugo
14. Vous avez une lettre (de l'alphabet) préférée ?

15. Y a-t-il un livre que vous vendez à contre-cœur ?
16. Est-ce que le chef est là ?
17. Quel livre correspond à votre humeur du lundi ?
18. Vous buvez quoi quand vous lisez ?
19. Lire, c'est du travail ?
20. Vous tikez encore... ou vous tokez déjà ?
21. À quoi ressemblera votre librairie dans 20 ans ?
22. Quel est le livre le plus drôle de votre magasin ?
23. Savez-vous à l'avance ce que vos clients vont acheter ?
24. Peut-on payer chez vous en euros ? (Le prix indiqué sur le livre est plus bas en euros.)
25. Reconnaissez-vous les clients qui achètent des livres pour eux-mêmes ... mais qui ne les liront jamais ?
26. Pour quel travail êtes-vous fait ?  
Merci, Thierry M. Carabin
27. À quoi ressemble un canapé de lecture ?
28. Vous préférez vous occuper des gros lecteurs ou de ceux qui ne lisent jamais ?
29. Quel livre se vend le plus... sous le manteau ?
30. Il y a trois mois, il y avait un livre ici... (montre du doigt une étagère). Vous l'avez encore ?
31. Est-ce que quelqu'un vous a déjà offert un livre ?

32. Vous vous achetez des livres pour vous-même ?
33. Si une fée apparaissait, vous auriez quel souhait ?
34. Dieu a-t-il de l'humour ?
35. À quoi vous sert l'AI ?
36. Qu'est ce que la littérature ?  
Merci, Jean-Paul Sartre



## 37. Qu'avez-vous appris aujourd'hui ?

« Aujourd'hui, j'ai découvert que c'est rassurant de savoir qu'on peut compter sur ses collègues ! »

Silvio Kohler, gérant de la librairie Hirschmatt à Lucerne

38. Ce matin, en vous levant, vous étiez content-e d'aller travailler ?
39. Quand vous avez fini un livre, vous faites quoi après ?
40. Vous scrollez encore ou vous lisez déjà ?
41. Les boîtes à livres publiques sont-elles une bonne idée ?
42. Des questions ?

Envoyez-nous votre réponse préférée sur une carte postale de votre choix. Parmi toutes les réponses reçues, nous tirons au sort une boîte de 42 fortune cookies.

Coopérative du Bon suisse du livre  
Questions sur le bonheur  
Case postale 246, 6371 Stans

Retour à la réalité

# TU SCROLLES ENCORE, OU TU LIS DÉJÀ ?



Comment nous resituons la voiture rouge de la page 270 : les livres ont trois dimensions. Ce qui est bénéfique pour notre cerveau.  
Illustration: Diego Balli

**Les effets négatifs des médias numériques sur notre société redonnent au livre papier toute son attractivité. C'est une vraie opportunité pour les librairies. Et c'est précisément ce qui est mis en avant par le nouveau slogan du Bon suisse du livre pour 2026.**

Lire plutôt que scroller, revenir au tangible et au réel : les lecteur-ice-s redécouvrent le livre comme alternative aux écrans miroitants. Cette évolution, très positive pour la profession, repose sur deux facteurs essentiels : l'évolution biologique et la cohésion sociale.

Premier point : le vertical et l'horizontal. Selon la neuroscientifique et chercheuse en lecture américaine Maryanne Wolf, notre cerveau s'est structuré, au fil de millions d'années, en réseaux interconnectés. Concrètement, pour nous orienter et comprendre notre environnement, le cerveau active simultanément différentes régions cérébrales. Maryanne Wolf parle de circuits associant motricité, langage, vision, toucher, et autres modalités. Ceux-ci doivent être connectés pour nous permettre une perception globale et guider nos actions. Parmi eux, le circuit de la perception spatiale – la perception tridimensionnelle – joue un rôle central.

Selon Maryanne Wolf, le circuit « lecture », autrement dit celui de la langue écrite, est apparu il y a environ 6000 ans. Aujourd'hui, ce circuit est étroitement connecté aux autres, particulièrement à celui de la perception spatiale. Quand, par exemple nous lisons un roman de 300 pages et qu'une voiture rouge réapparaît à la page 270, notre cerveau sait qu'elle a été mentionnée pour la première fois à la fin du premier tiers du livre. Le cerveau établit ainsi des connexions en trois dimensions et « classe » l'histoire dans son ensemble, ce qui nous permet de nous en souvenir et de la raconter avec nos propres mots. Les neuroscientifiques appellent cela « lecture profonde ».

La lecture sur smartphone, tablette ou ordinateur suit une autre logique. L'écran est ici bidimensionnel, la profondeur manque. Il n'y a pas de pages à tourner, pas d'odeur de papier, pas de coins cornés. Le cerveau se souvient certes que la voiture rouge de la page 270 a déjà été évoquée, mais il ne situe plus cette information dans un espace tridimen-

sionnel. La mémorisation globale de l'histoire s'en trouve réduite, car les circuits nécessaires au traitement de la lecture n'ont pas tous été sollicités. Maryanne Wolf parle ici d'un fonctionnement « horizontal » du cerveau.

Venons-en au point numéro deux : les réseaux sociaux, et plus précisément la manière

le manque d'activité physique peuvent encore amplifier ces difficultés, car là-aussi le cerveau fonctionne en circuits interconnectés.

Depuis quelque temps, dans de nombreux pays, des mesures sont envisagées pour contrer cette évolution : interdiction des téléphones portables à l'école, limitation du temps d'écran, détox digitale, interdiction d'accès aux réseaux sociaux pour les mineurs, reconnaissance des fake news, entre autres.

## Le réel et le tangible retrouvent de la valeur – c'est aussi le cas des livres.

dont leur usage quotidien nous submerge. Longtemps séduits par les possibilités offertes par ces plateformes, nous commençons aujourd'hui, sur le plan collectif, à mesurer l'ampleur de leurs effets négatifs. Le défilement permanent peut conduire à une perception altérée de la réalité, à la dépression et à d'autres troubles. D'autres facteurs, comme une alimentation déséquilibrée ou

Dans ce contexte, le livre revient sur le devant de la scène et avec lui, les librairies. Toutes ces contre-mesures ont provoqué un effet de balancier : le réel et le tangible retrouvent de la valeur, comme en témoigne déjà le retour du vinyle et désormais celui du livre. L'essor des titres New Adult en est l'illustration la plus marquante : le livre papier séduit à nouveau les jeunes, même si les BookTokers s'adressent à leur communauté via TikTok.

le livre imprimé retrouve sa place. Des études récentes indiquent d'ailleurs que les personnes qui lisent beaucoup vivent plus longtemps et que la lecture réduit le stress. La lecture agrandit l'âme – déjà Voltaire l'affirmait.

Ce regain d'intérêt pour le livre ouvre aux librairies de nouvelles perspectives pour stimuler leur chiffre d'affaires. C'est le moment de faire place à des idées créatives, audacieuses, qui dépassent le cadre habituel : des actions qui soulignent l'importance de la lecture profonde et qui affirment haut et fort que le livre est la solution.

Cette année, Le Bon suisse du livre donne l'impulsion avec un message clair : Tu scrolles encore, ou tu lis déjà ? Autrement dit : plutôt lire que scroller. Un slogan que vous pouvez naturellement reprendre dans votre librairie.



Lors de son voyage dans le Tessin, notre auteur Marco Ambrosino rencontre Luana Albertini.

# DES LIEUX

## OÙ L'ON SE RECONNECTE À SOI-MÊME

**Au Tessin, plus qu'ailleurs en Suisse, les librairies jouent un rôle central : elles sont de véritables espaces de rencontre où les Suisses italophones cultivent et affirment leur identité. Marco Ambrosino, le secrétaire d'Alesi, est allé à leur rencontre afin de recueillir leurs témoignages.**

**« Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages, mais à avoir de nouveaux yeux. »**

Cette citation du romancier français Marcel Proust a plus d'un siècle et semble pourtant n'avoir rien perdu de son actualité. Pour ma part, elle résonne toujours avec force : je me sens exactement comme lui lorsque, un peu égaré dans mes pensées et mes préoccupations, j'entre dans une librairie, que je parcours les rayonnages sans but précis et que j'en ressors – le plus souvent avec un portefeuille allégé. Je me sens alors régénéré, renforcé dans mon être. Comme si j'avais voyagé loin sans quitter les lieux, découvrant alors le monde avec un regard neuf, peut-être même avec celui de Proust – ce serait merveilleux !

Mais un instant, je vais un peu trop vite... la passion me joue parfois ce genre de tours. Revenons en arrière : je suis Marco Ambrosino et, depuis près de trois ans, le secrétaire d'Alesi, l'association qui défend les intérêts des maisons d'édition et des libraires de Suisse italienne. Le Tessin – haut lieu du tourisme estival, canton aux paysages enchanteurs – est aussi un territoire culturel doté d'une importante tradition littéraire. C'est également un canton où des éditeurs et des libraires s'engagent personnellement pour la cause du livre et la beauté de la langue italienne. Et c'est précisément ce que nous allons explorer.

Avant de partir à la découverte de nouveaux paysages, je me suis demandé quelles nouvelles perspectives permettraient d'affiner mon regard. Quels traits caractéristiques de notre région faut-il mettre en avant pour les membres non tessinois du Bon suisse du livre ? Qu'est-ce qui distingue véritablement la Suisse italienne des autres régions du pays ?

J'ai rapidement compris que la description du quotidien des librairies tessinoises prendrait la forme d'une mosaïque plutôt que celle d'un portrait, tant notre petit monde est diversifié et peu homogène. On pourrait même dire que le Tessin ressemble à une librairie : un lieu où l'on voyage dans de multiples directions sans but précis et où l'on trouve toujours quelque chose qui nous interpelle, dans laquelle on se reconnaît. J'ai donc décidé d'entreprendre un voyage vers quatre librairies : au sud,

**Qu'est-ce qui distingue véritablement la Suisse italienne des autres régions du pays ?**

les librairies Al Ponte à Mendrisio et Il Segnalibro à Lugano ; au nord du Monte Ceneri – véritable ligne de partage géographique et culturelle du canton – la librairie papeterie Lulibri à Grono, qui appartient certes au canton des Grisons mais qui est italophone ; enfin, un peu avant le Gothard, la librairie Ecolibro à Biasca. Allons-y !

Premier arrêt : au cœur de Mendrisio, la librairie Al Ponte. Une librairie où les familles se retrouvent et où l'on se sent presque chez soi. Ici, les client-e-s sont également des ami-e-s. On n'y vient pas seulement pour acheter des livres, mais aussi pour partager un moment entre personnes animées des mêmes centres d'intérêt, dans une atmosphère littéralement familiale. Antonella Janett dirige sa librairie avec trois collaborateur-ric-e-s et le formule avec une touche de poésie : « Je veux que ma librairie soit un lieu de rencontre entre les livres et les gens. Mais surtout un lieu où les gens se rencontrent grâce aux livres. » Adultes en quête d'une parenthèse hors du quotidien et jeunes, pour lesquels un espace est spécialement aménagé, y trouvent leur place.



**Antonella Janett: La librairie Al Ponte s'étend sur plusieurs étages, et sa propriétaire nous guide à travers la boutique avec l'enthousiasme qui la caractérise. Dans cette librairie, on trouve non seulement des romans, mais aussi des livres de cuisine, de la science-fiction, des bandes dessinées et même des ouvrages pour les tout-petits – une véritable passerelle entre les générations et les sensibilités.**

La librairie-papeterie Lulibri a un rayonnement encore plus vaste. Elle se trouve dans la commune de Grono sur la route du Saint-Bernard, dans le Misox, et est politiquement rattachée au canton des Grisons. Unique librairie de la partie italoophone des Grisons, elle constitue un lieu de rencontre incontournable pour la population locale. Sa propriétaire Luana Albertini explique :

« Enfants, adolescent-e-s et adultes y trouvent des livres en italien, ce qui est essentiel pour l'identité des habitants du Misox, puisqu'ils vivent dans un canton dans lequel l'italien n'est pas la langue principale. »

À Biasca, la librairie Ecolibro connaît une situation comparable : avec la fermeture des librairies dans les vallées de Blenio, Leventina et Riviera, elle est devenue un véritable point de repère pour les habitants des Tre Valli, et s'est transformée en



**Giorgia Schmid: Installée au centre de Biasca, la librairie Ecolibro est petite, pleine de charme et on peut facilement passer du temps dans le labyrinthe de son assortiment. On y découvre que Giorgia ne se limite pas aux livres : elle propose également des jeux de société, des tisanes philosophiques et quantité d'autres objets qui transforment la librairie en un lieu de rencontre vivant et convivial.**



**Luana Albertini: La librairie-papeterie Lulibri à Grono est dirigée par une jeune libraire qui s'est déjà bien établie dans notre secteur. Luana nous présente sa librairie avec plaisir : elle y propose les principales nouveautés de l'édition italophone, ainsi que des articles de papeterie.**

On constate ainsi que les librairies tessinoises évoluent de plus en plus vers de véritables lieux socioculturels et identitaires, notamment dans les vallées isolées, d'autant que leur nombre a diminué de façon continue au cours des dernières années ou décennies.

Le développement du numérique et des réseaux sociaux, ainsi que les nouvelles attentes de la clientèle à l'égard de leur librairie de confiance, préoccupent les librairies tessinoises depuis un certain temps. La librairie Il Segnalibro, ouverte en 2002 dans le centre de Lugano, illustre parfaitement cette évo-

**« Puisqu'ils vivent dans un canton dans lequel l'italien n'est pas la langue principale. »**

Luana Albertini

lution. La copropriétaire Prisca Wirz Costantini l'explique ainsi : « Autrefois, le bouche-à-oreille était le meilleur outil publicitaire. Mais aujourd'hui, cela ne suffit plus. Depuis la création de notre librairie, nous avons constamment cherché à suivre les innovations technologiques : bien avant la crise du Covid, nous avons déjà mis en place un site web avec boutique en ligne, ce qui nous a beaucoup aidés pendant les confinements. Cet investissement a largement porté ses fruits. Entre-temps, nous avons également créé des comptes Facebook et Instagram. Les tenir à jour demande beaucoup de temps et de moyens, et il faudrait investir davantage pour les gérer vraiment efficacement. »

À l'inverse, les réseaux sociaux se sont imposés comme un outil promotionnel efficace. Les BookTokers sur TikTok et Instagram stimulent les ventes et ramènent physiquement les jeunes lecteurs dans les librairies.

Telles sont, en substance, les principales pierres qui composent la mosaïque du paysage libraire tessinois. Le tableau n'est pas complet, bien d'autres éléments mériteraient d'y figurer, mais la place manque ici pour tous les évoquer.

Un point doit néanmoins être souligné, et Prisca, Giorgia, Antonella et Luana l'ont affirmé d'une même voix : en Suisse italienne, la promotion et la préservation du bien culturel qu'est le livre priment souvent sur la rentabilité de chaque titre. Cela vaut autant pour les auteurs-ice-s du Tessin que pour les librairies. Car la culture rend le débat possible ; le dialogue forge l'identité, et celle-ci est encore plus importante au Tessin qu'ailleurs en Suisse.



**Prisca Wirz Costantini: Située sur une artère principale de Lugano, la librairie Il Segnalibro donne l'envie de s'installer pour lire dès qu'on y rentre. Le magasin s'étend sur deux étages. La copropriétaire Prisca Wirz nous explique qu'au rez-de-chaussée, on trouve des ouvrages de la Suisse italienne, les nouveautés incontournables, ainsi qu'un rayon entier consacré aux éditions Adelphi, tandis que les livres en langue originale et les guides de voyage sont à l'étage.**

un lieu de vie communautaire. Sa propriétaire, Giorgia Schmid, va au-delà du cadre du livre en proposant d'autres produits culturels porteurs d'identité : « Autrefois, nous vendions aussi des vinyles. Progressivement, j'ai intégré des jeux et des tisanes littéraires à mon assortiment. Ces produits accompagnent bien la lecture et permettent à la librairie de remplir une fonction qui dépasse parfois la simple vente de livres. » Les propos de Giorgia Schmid montrent clairement que le métier de libraire – comme toute forme d'art – peut trouver sa propre expression, sa manière singulière d'interagir avec le monde environnant, sans avoir à suivre un chemin tout tracé.



Print@home

# EN SEULEMENT TROIS CLICS – RAPIDE, SÉCURE, SIMPLE



Facile à utiliser et parfaitement adapté aux attentes de la clientèle : des bons du livre achetés à la maison et à imprimer soi-même.

**La possibilité d'acheter des bons du livre en ligne et de les imprimer à domicile nous permet d'étendre notre gamme de services à l'intention des clients.**

Dans le secteur de l'événementiel, acheter ses billets en ligne, les imprimer chez soi ou les sauvegarder en PDF sur son smartphone est depuis longtemps une pratique établie. Depuis octobre dernier, la boutique en ligne de la coopérative du Bon suisse du livre propose elle aussi ce service : sur [bondulivre.ch](http://bondulivre.ch), les bons du livre s'achètent en quelques clics et peuvent être directement imprimés. Autre nouveauté, pour la première fois dans l'histoire du Bon suisse du livre, les bons sont disponibles à partir de dix francs, pour un montant au choix. En moins d'une minute, l'achat est effectué, et les bons du livre sont utilisables aussi bien en magasin que dans les boutiques en ligne des librairies membres.

Dans votre librairie, le processus d'encaissement est simple et rapide. Trois clics permettent de finaliser l'achat en quelques secondes. Cette simplicité est rendue possible par l'intégration de Print@

Le décompte des bons Print@home est établi à la fin de chaque mois et figure sur le même relevé que les autres bons électroniques. Aucune étape supplémentaire, aucune adaptation technique n'est né-

**Les bons du livre sont disponibles à partir d'un montant de dix francs, pour un montant au choix.**

home à notre système de cartes cadeaux déjà existant, ce qui évite tout terminal spécifique ou infrastructure supplémentaire. Un simple smartphone doté d'une caméra suffit pour scanner le code QR et encaisser le bon Print@home. Pour chaque transaction, un reçu est automatiquement envoyé par mail à la librairie.

cessaire et il n'y a aucun coût additionnel. Print@home tient en trois mots : rapide, sécurisée et simple.

Le bilan des premiers mois d'utilisation des bons Print@home est positif et confirme l'intérêt des clients pour un achat de cadeaux en ligne rapide et facile.

## PRINT@HOME EN 3 ÉTAPES

### 1. Boutique en ligne

Le ou la client·e va sur notre site [www.bondulivre.ch](http://www.bondulivre.ch), clique sur « Acheter un bon » et entre le nombre de bons souhaités et leur valeur dans le premier champ, puis paie avec Twint ou carte.

### 2. Print

Le PDF du bon acheté est envoyé par mail au client/à la cliente qui clique sur « Commande » puis sur « Imprimer », et le cadeau sort de l'imprimante. Il peut être emballé joliment pour offrir (version romantique) ou bien, transféré par mail (version digital-native).

### 3. A la caisse de votre magasin

Le ou la client·e utilise le bon Print@home. C'est là que votre travail commence. C'est très simple : scannez le code QR du bon avec un smartphone (personnel ou celui du magasin), vous serez immédiatement connecté(e) à notre site, le bon du livre correspondant y est enregistré : le NIP, le numéro du bon et le montant s'affichent automatiquement. Cliquez sur « Je suis une librairie » → saisissez le nom de la librairie (il se remplit automatiquement dès les premières lettres) → entrez le prix de l'article → vérifiez → cliquez sur « imprimez le reçu » et c'est terminé ! Le reçu est envoyé simultanément en version numérique à l'adresse mail de votre librairie. Avec le système de caisse mi.solution ou beeline, utilisé en Suisse alémanique, un simple scan du code-barres vous redirige directement vers votre propre système de caisse.

**Essayez dès maintenant! Scannez le code et testez Print@home par vous-même.**



## Marketing

# « VISION 28 » EST PRÉSENTE SUR TOUS LES CANAUX

**Le Bon suisse du livre est sur la bonne voie : la diversification et l'intensification des mesures de marketing déjà mises en place le montre clairement. Petit tour d'horizon.**

En septembre, il y a trois ans, lors de l'assemblée générale extraordinaire à Berne, les dés ont été jetés : les membres de la coopérative ont approuvé la stratégie « Vision 28 » et ainsi orienté le Bon suisse du livre vers un nouvel avenir. Objectif affiché : renforcer la visibilité du Bon suisse du livre et accroître sa notoriété.

L'année 2024 a été particulièrement intense : élaboration d'une stratégie publicitaire, refonte des bons, renforcement de la présence numérique, actions lors d'événements – autant de projets qu'il a fallu concevoir et

mettre en œuvre. Vous avez pu suivre les avancements dans notre newsletter mensuelle, également une nouveauté. Dès 2025, les premiers résultats concrets étaient visibles. Loïc von Matt, gérant du Bon suisse du livre à Stans, en dresse un bilan très positif. « Les mesures se sont avérées pertinentes et efficaces. Nous le savons pour deux raisons : d'une part, la portée sur les réseaux sociaux peut être mesurée au clic près, le numérique étant au cœur de notre stratégie et d'autre part, nous avons testé et évalué sans relâche d'autres actions. Nous pouvons désormais concen-

trer nos efforts sur une mise en œuvre encore plus large et efficace de nos actions publicitaires. »

Dans le jargon marketing moderne, les actions se répartissent en quatre domaines : awareness, action, engagement et loyauté. En d'autres mots : accroître la notoriété, inciter à l'achat, interagir avec la clientèle et renforcer l'attachement émotionnel au Bon suisse du livre.

Côté notoriété, le Bon suisse du livre a investi tous les canaux : annonces classiques dans la presse écrite et en ligne, et renforcement de la présence sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn. Puis l'exploitation d'un nouveau canal avec la diffusion de publicité sur les écrans des espaces publics, et des partenariats numériques renforcés avec Google Ads et Display Ads.



**Le Bon suisse du livre est « présent sur tous les canaux » : traditionnels, numériques et au contact des gens.**



**Loïc von Matt, gérant du Bon suisse du livre**

Les annonces publicitaires sont utiles, mais ne se suffisent plus à elles-seules. Aujourd'hui, il faut aussi des personnes qui présentent les produits et qui sont crédibles, parce qu'elles incarnent elles-mêmes le style de vie associé au produit promu. Il s'agit des influenceur-euse-s et des ambassadeur-ice-s qui ne font pas

Tout cela représente beaucoup de travail, et il a fallu s'y mettre activement. Loïc von Matt se réjouit donc tout particulièrement de l'arrivée d'une nouvelle collaboratrice :

« Avec Julia Muff, nous avons trouvé une communicante qui est fervente défenseuse du livre. Elle maîtrise

**« Les mesures se sont avérées pertinentes et efficaces. »**

Loïc von Matt

directement de la publicité, mais transmettent des messages. Le Bon suisse du livre a noué des collaborations avec plusieurs influenceur-euse-s qui soutiennent le Bon du livre non seulement sur leurs réseaux sociaux, mais également dans la vie réelle, lors d'événements publics, créant ainsi un contact direct avec les lecteur-ice-s et du coup un lien émotionnel avec le Bon du livre.

Bien entendu, le Bon suisse du livre va lui-même aussi à la rencontre du public : le sponsoring de festivals littéraires et d'autres événements en lien avec les livres a été affiné et renforcé, lui assurant ainsi une forte visibilité sur le terrain. Grâce à la roue de la fortune, des échanges directs et positifs avec le public des festivals sont maintenant possibles. Enfin, avec de nouveaux services comme Print@home, le Bon suisse du livre répond aux besoins de la clientèle.

parfaitement le terrain des réseaux sociaux, sait détecter les tendances et mettre en place des collaborations ciblées. Pour nous, c'est un vrai coup de chance de l'avoir trouvée. »

Et enfin, le monde de l'entreprise n'a pas été oublié. Loïc précise : « Les entreprises et les services de l'administration ont des besoins spécifiques, pour leurs collaborateur-ice-s et pour leur clientèle. Pour le Bon suisse du livre, ils font figure de multiplicateurs. C'est pourquoi nous voulons approcher davantage d'entreprises de tous horizons et leur proposer des collaborations. » Une bonne idée et les premières grosses commandes sont déjà confirmées.



# Le meilleur pour la fin

# 4/30

**Une newsletter digitale ... mais pas que !  
Cette fois-ci, quatre bonnes raisons de sourire.**



Selon une étude de l'Université de Cambridge, l'ordre des lettres dans un mot n'a pas d'importance, la seule chose importante est que la première et la dernière soient à la bonne place. Le reste peut être dans un désordre total et vous pouvez toujours lire sans problème. C'est parce que le cerveau humain ne lit pas chaque lettre elle-même, mais le mot comme un tout. La preuve

**Soutien à la lecture** Avec Lesebox, la coopérative du Buchzentrum lance un projet sur cinq ans : librairies et maisons d'édition unissent leurs efforts pour offrir aux enfants scolarisés, dès six ans, des activités destinées à éveiller le plaisir infini de la lecture. Le Bon du livre reconnaît l'importance de cette initiative et la soutient par une contribution financière significative.

**À propos lecture** Petite curiosité amusante : vous le savez peut-être déjà, le cerveau humain ne lit pas chaque lettre séparément, mais reconnaît les mots dans leur ensemble. C'est pourquoi il est possible de perturber certaines lettres sans nuire à la compréhension. Mais ce qui est moins connu, c'est qu'il existe un terme officiel pour ce phénomène qui s'appelle – l'effet de supériorité du mot. Étonnant, non ?



**Joyeux anniversaire** La librairie Buchzeichen de Egg, dans le canton de Zürich célèbre ses dix ans – félicitations, ça se fête ! Mais avec l'interdiction des feux d'artifice dans la commune depuis le mois de mars, la fusée sera tirée de chez nous, à Stans. Au passage, on réalise qu'il manque encore les marque-pages dans nos articles promotionnels... mais plus pour longtemps !



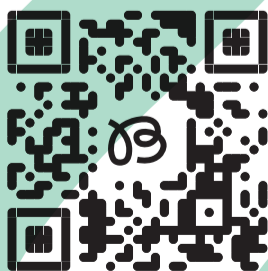
**Bonjour** En août dernier, deux jeunes libraires fraîchement diplômés ont repris la librairie L'Entremonde à Sion, assurant ainsi l'accès aux BD, mangas et romans en Valais – du moins en français. L'Entremonde est notre tout dernier nouveau membre – Bienvenue ! Et une fusée de plus pour fêter ça !

**Voilà, c'est déjà tout. Au prochain dernier jour du mois.**

**AVENTURES, ANNONCES,  
HISTOIRES DE RÉUSSITES ET  
INFORMATIONS, C'EST TOUJOURS  
À LA FIN DU MOIS.**

**Abonnez-vous à notre newsletter.  
Il suffit de scanner le code QR  
et envoyez-nous un e-mail.**

**Vous allez adorer !**



**Contact**  
Bon suisse du livre  
Case postale, 6371 Stans  
bondulivre.ch

**Suivez-nous sur  
les réseaux sociaux**  
@buchbon  
#buchbon

 **BON SUISSE  
DU LIVRE**