Danielle Cillien Sabatier, manager à la page

SUCCÈS Elle a pris les rênes de la maison Galignani il y a sept ans et fait de cette institution l'une des librairies les plus en vue de la capitale, surtout à l'approche de Noël.

FRANÇOIS BOUCHON/LE FIGARO

Alyette Debray-Mauduy
adebray@lefigaro.fr

En ce soir de novembre, devant la librairie Galignani, on assiste à un va-et-vient de limousines aux vitres teintées. Danielle Cillien Sabatier organise l'une de ses nombreuses soirées « dédicace » où le Tout-Paris se bouscule. Pour l'occasion - la signature du livre de Linda Pinto, consacré à son frère, le décorateur Alberto Pinto -, les boiseries de cette maison centenaire se marient à un décor princier, création du cabinet d'architecte. De quoi transcender un peu plus l'atmosphère envoûtante de la maison. Ses rayonnages en bois, du sol au plafond. Son odeur de cire qui vous transporte dès la porte franchie. Et ses livres, des pépites que l'on mange du regard avant d'oser en feuilleter les pages. Bien plus qu'une simple signature, ce rendez-vous est une invitation à vivre « l'expérience » Galignani. Celle mise en scène par sa directrice, Danielle Cillien Sabatier. Arrivée en 2009 à la tête de la librairie, elle a donné une seconde jeunesse à cette institution parisienne, installée depuis 1851 sous les arcades de la rue de Rivoli, à côté de l'hôtel Meurice, et spécialisée dans les ouvrages franco-anglais. Un vent de modernité, à coups de com' et d'opérations marketing.

Mais un virage abordé tout en douceur... comme elle. Elle qui marche à pas de velours, presque sur la pointe des pieds, comme si elle ne voulait pas déranger. Elle qui parle d'une voix toute douce, bienveillante, mais qui fait preuve d'autorité et d'obstination pour arriver à ses fins. « *Danielle, c'est une main de fer dans un gant de velours,* remarque Antoine Jeancourt-Galignani, le propriétaire des lieux. *Quelqu'un capable de déplacer des montagnes quand elle veut quelque chose.* » Et l'intéressée d'ajouter : « *Ici, chaque matin, je me dis que tout est possible. J'ai immédiatement eu un coup de foudre pour cette librairie. Dès que j'ai été contacté par un chasseur de têtes pour en prendre la direction, je suis allée m'imprégner de son esprit. Et j'ai senti que mon destin était là.* »

Pas question donc de bousculer les codes de cette maison chargée d'histoire. Après une phase d'observation, la nouvelle « boss » apporte son expertise, par petites touches. D'abord avec la création d'un site Internet permettant de consulter les références de la librairie, de connaître la disponibilité de tel ou tel ouvrage mais pas d'acheter en ligne. « *Un site marchand supprime toute opportunité pour le client de vivre cette fameuse expérience Galignani,* explique-t-elle. *C'est un peu comme chez Hermès, si on ne se déplace pas, on se prive d'un plaisir.* » Ensuite, avec un catalogue de Noël, devenu incontournable pour tous les bibliophiles. Enfin, avec des vitrines « griffées » Dior, Jean-Paul Goude, et des soirées, deux à trois fois par mois, qui ont fait de ce lieu l'un des plus courus de la capitale. On y croise des comédiennes, Jeanne Moreau, Charlotte Rampling, des habitués, Antoine de Caunes, Inès de la Fressange, Alain Ducasse ou encore des décorateurs comme Jacques Garcia... Tout ce qu'il faut pour faire le buzz.

Regard neuf

Depuis un an, la librairie offre aussi ses services à des grands hôtels, des particuliers, en leur constituant une bibliothèque sur mesure. « *À la réouverture du Ritz, par exemple, nous leur avons trouvé de beaux livres pour décorer les chambres et ouvert une vitrine dans les couloirs du palace parisien.* » La famille Galignani souhaitait recruter un regard neuf, quelqu'un qui ne venait pas forcément du sérail littéraire. Antoine Jeancourt-Galignani s'avère plutôt satisfait de son casting. « *Danielle a su faire bouger les choses juste comme il faut pour moderniser notre librairie et lui donner un nouveau souffle.* » Les résultats sont là : 170 000 livres vendus chaque année, un chiffre d'affaires en progression de 20 %, 250 000 visiteurs par an, 2 500 les samedis de Noël...

L'élue a fait ses classes dans les médias, tous confondus, télévision et presse écrite. Des univers somme toute assez proches de l'édition. À ses compétences reconnues de tous il faut ajouter une passion pour la littérature, dès le berceau. À 4 ans, elle lit déjà les contes de Grimm en gothique allemand. Cette petite fille modèle, née au Luxembourg, passe ses journées dans l'atelier de couture de sa grand-mère, plongée dans les livres. Lorsqu'elle a 6 ans, la famille s'expatrie en Côte d'Ivoire, où son père dirige une usine d'huile de palme puis d'hévéa. Cette éternelle « première de la classe » y poursuit son initiation littéraire et dévore Kessel, Baudelaire, Rimbaud, Saint-Exupéry... Plus tard, Romain Gary, dont *La Promesse de l'aube* deviendra l'un de ses livres cultes. Elle appellera aussi ses deux fils - aujourd'hui âgés de 19 et 24 ans - Arthur (comme Rimbaud) et Antoine (comme Saint-Exupéry).

Après son bac, la jeune fille monte à Paris. Son rêve. Celui d'une jeune fille qui s'évade au fil des pages. Son diplôme de l'Essec en poche, elle démarre immédiatement une carrière de chef de publicité à *L'Express* puis à La Cinq et à *VSD*. Et s'impose rapidement comme une pro du marketing, département qu'elle dirigera au *Parisien* et à France Télévisions.

Son arrivée à la librairie Galignani, c'est « *le job qui (lui) tient le plus à cœur* ». Un aboutissement. Un songe éveillé. Elle touche du doigt un milieu artistique qu'elle apprécie plus que tout, qui la fascine. Côtoie des éditeurs, des écrivains, des illustrateurs... Certains sont devenus des amis comme Nicolas Vial, Charles Dantzig ou Adrien Goetz, qui lui a dédié une nouvelle de 25 pages, *Intrigue chez Galignani*. D'ailleurs, le soir, lorsqu'elle reste travailler tard, il lui arrive d'entendre un livre tomber de son rayonnage. Elle tressaille. Imagine que les lieux pourraient être habités de fantômes... Des esprits qui s'appelleraient Malraux, Chaplin, Cocteau, Orson Welles - des habitués de la maison. Un raccourci un brin romanesque. ■

Bio EXPRESS

1961 Naissance à Esch-sur-Alzette (Luxembourg).
1982 Diplômée de l'Essec.
1987 Directrice de la publicité de *VSD*.
1996 Directrice marketing et communication au *Parisien*.
2000 Marketing à France Télévisions.
2009 Directrice générale de la Librairie Galignani.

LE FIGARO présente

"BÉRÉNICE BÉJO DANS SON MEILLEUR RÔLE"
TÉLÉRAMA

BÉRÉNICE BEJO CÉDRIC KAHN
L'ÉCONOMIE DU COUPLE
UN FILM DE JOACHIM LAFOSSE

NOUVEAU
LE FIGARO magazine
PRÉSENTE
Le chic intemporel
Tout savoir sur les accords et désaccords vestimentaires