



LA LIBRAIRIE  
AUTREMENT

# LE LIVRE D'OCCASION

EN LIBRAIRIE

GUIDE PRATIQUE

# SOMMAIRE

## DÉFINITIONS 4

## LE MARCHÉ DU LIVRE À MOINDRE COÛT VUE D'ENSEMBLE 6

Indicateurs de marché • Les circuits physiques • Les grands concurrents • Les circuits de vente en ligne • Qui achète des livres d'occasion et pourquoi ? • Liste comparative des sites et des plateformes

## SE FOURNIR EN LIVRES D'OCCASION 12

Modalités d'achat • Typologie d'achat / par lots • Typologie d'achat / à l'unité • Typologie d'achat / à des soldeurs • Rythme des achats et gestion physique du stock

## UN PEU DE MARKETING 18

L'interclassement • L'espace dédié • Un rayon à part entière • Usages dynamiques • Autres moyens de faire vivre son stock de livres d'occasion

## CALCULER SON PRIX DE RACHAT ET DE REVENTE 21

S'adapter au prix du marché • Établir une grille de rachat • Fixer le prix de revente en fonction du gain sur la marge • Repenser sa carte de fidélité

## NOTES 28

## SOLDEURS-GROSSISTES POUR LES PROFESSIONNELS 29

### FOCUS

- |                                                                      |                                                   |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1. TVA ET ASSIETTE D'IMPOSITION 12                                   | 7. TOTAL MOBILE 16                                |
| 2. BESOIN PAR LE STOCK 13                                            | 8. BOURSES AUX LIVRES SCOLAIRES 17                |
| 3. CAS DES ÉDITIONS ORIGINALES ET/OU RARES 14                        | 9. PROCÉDURE D'ACHAT À DES PERSONNES PHYSIQUES 17 |
| 4. CONSERVER SON LOGICIEL DE GESTION OU CRÉER UN OUTIL SPÉCIFIQUE 14 | 10. MOBILISATION DU PERSONNEL 19                  |
| 5. L'ÉTAT DU LIVRE, UNE CONDITION SINE QUA NON 15                    | 11. PARTENARIATS 20                               |
| 6. PRIX DE REVENTE DES SOLDES ÉDITEURS 16                            | 12. LA VENTE À DISTANCE 20                        |
|                                                                      | 13. LOI SUR LE PRIX UNIQUE DU LIVRE 21            |

# ÉDITO

Soucieux de renforcer leur attractivité, élargir et fidéliser leur clientèle, améliorer leur marge, certains libraires éprouvent aujourd'hui le besoin de diversifier leur offre. Afin de leur apporter des pistes de réflexion concrètes, l'Agence se propose de développer une collection de guides pratiques, dont l'objectif sera de présenter atouts et contraintes des produits ou services à même d'apporter cette diversification. L'approche se veut tant informative qu'économique.

Les solutions sont multiples. L'achat et la revente de livres d'occasion constituent le premier opus de ces guides pratiques.

## INTRODUCTION

Le livre d'occasion en librairie, cela sonne un peu comme un vieux serpent de mer. Certains libraires de neuf le travaillent depuis des années, quand d'autres sont persuadés que non seulement la cohabitation est impossible mais encore qu'il s'agit d'un autre métier. L'étude menée par l'ObSoCo en 2013<sup>1</sup> souligne pourtant que 72 % de la clientèle est favorable à l'existence d'un service d'achat et de vente de livres d'occasion en magasin.

Mais entre livre d'occasion, livre soldé, solde d'éditeur – total ou partiel –, livre rare, livre numérique d'occasion, bourse aux livres scolaires, de quoi parle-t-on au juste et qu'englobent ces différentes terminologies ?

Une fois le lexique apprivoisé, comment déterminer la bonne stratégie pour son magasin ? Comment mettre en place cette offre ? Que la question vous effleure seulement ou que vous soyez déjà décidé à proposer des livres d'occasion, ce guide vise à faciliter vos démarches.

## MÉTHODOLOGIE

L'Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur a confié la réalisation de ce guide à Mathilde Rimaud, consultante au cabinet L'Épaulette, et Michel Ollendorff, consultant librairie au cabinet l'Esperluette ; elle en a assuré l'organisation d'ensemble et le suivi éditorial. Une enquête de terrain a été menée auprès d'une vingtaine de librairies d'avril 2015 à février 2016, parallèlement à la recension des études et bonnes pratiques existantes.

## DÉFINITIONS

- **Le livre d'occasion** à proprement parler, correspond à une offre de livres de seconde main, dont le détaillant fixe le prix d'achat et de revente comme il l'entend. Il peut s'agir d'éditions courantes (valeur faible) ou de livres rares (d'une valeur aléatoire, l'ancienneté et la rareté faisant le prix). Le livre d'occasion n'entre pas dans le cadre de la Loi du 10 août 1981.

- **Le livre numérique d'occasion** est un fichier numérique, revendu par un premier acquéreur.

- **Le livre soldé** est un livre neuf dont le prix a été baissé soit par le détaillant lui-même dans des conditions légales précises [voir ci-après « Solde détaillant »], soit par l'éditeur dans le cadre d'une politique de baisse de prix ou de déstockage [voir ci-après « Solde total / partiel éditeur »], soit par un soldeur, là encore dans des conditions légales précises.

- **Le livre ancien (ou livre rare)** : le Syndicat de la Librairie ancienne et moderne donne une définition large du livre ancien, regroupant « aussi bien des livres anciens proprement dits (imprimés depuis Gutenberg jusqu'en 1800) et des livres modernes des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles ». Il s'agit globalement des livres non disponibles chez les éditeurs, dont la valeur augmente avec l'âge et la rareté. Les professionnels

des bibliothèques<sup>2</sup> s'entendent à utiliser aujourd'hui la définition de l'Unesco : tout livre de plus de 100 ans est un livre ancien. La frontière est donc mouvante.

- **Le livre défraîchi** : la notion de défraîchi n'est pas juridiquement définie. Au sens courant, cette notion recouvre des réalités différentes (défectueux, ouvrages millésimés, ouvrages abîmés dans le transport ou lors de leur exposition dans une vitrine ensoleillée...). Rappelons que quel que soit l'état du livre, le détaillant n'est autorisé à le solder que dans le strict cadre de la loi sur le prix unique (voir [Focus 13](#)).

### ENCADREMENT LÉGAL

D'après la définition de la Direction générale de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique<sup>3</sup>, les soldes sont des ventes précédées de publicité visant, par une réduction des prix, à l'écoulement accéléré des stocks. Il existe deux périodes annuelles de soldes légaux (été, hiver), d'une durée de 6 semaines.

#### Pour le livre :

- **Solde détaillant** : la Loi du 10 août 1981 encadre le solde des livres neufs<sup>4</sup>. Un détaillant peut solder un ouvrage si le livre est paru depuis plus de 2 ans [date de dépôt légal ou achevé d'imprimer en cas de réimpression à l'identique]

et qu'il est depuis plus de 6 mois en stock (date d'entrée en magasin et non de facturation). Cette règle ne connaît aucune dérogation : on ne peut pas solder un livre plus tôt, ni sous prétexte qu'il serait abîmé ou défraîchi, ni en cas de faillite ou de liquidation. Pour éviter d'avoir à solder, les libraires retournent majoritairement leurs invendus dans le temps imparti par les fournisseurs.

- **Solde total éditeur** : un éditeur peut décider de sortir un titre de son catalogue [arrêt de commercialisation] et de revendre le stock restant à un ou plusieurs revendeurs soldeurs. Dans ce cas, il lui faut respecter une obligation d'information aux auteurs [qui peuvent exercer un droit de préemption sur les ouvrages restants] et aux points de vente [lettre circulaire, annonce *Livres hebdo*, changement de la fiche ouvrage au sein du FEL<sup>5</sup>]. Les grossistes et les libraires rachetant les stocks sont alors libres de vendre les ouvrages au prix qu'ils souhaitent puisqu'ils sortent du cadre de la Loi du 10 août 1981.

- **Solde partiel éditeur** : les éditeurs pratiquent parfois le solde partiel pour diminuer leur stock sur des ouvrages à rotation lente : ils revendent à des soldeurs une partie seulement du stock total de l'ouvrage. Cette pratique contrevient la plupart du temps à la Loi sur le Prix unique. Un même ouvrage

se retrouve en effet en vente en même temps à des prix différents : à prix diminué via les soldeurs (grossistes ou libraires lorsqu'ils s'approvisionnent par ce biais), à prix fort au catalogue de l'éditeur et dans le réseau habituel de vente de livres neufs.

- **Livre à prix réduit** : les éditeurs peuvent décider de baisser fortement le prix de vente de certains titres de leur catalogue afin de leur redonner une chance sur le marché. Ils peuvent proposer alors une remise à l'office dans le cadre d'une opération du diffuseur, et positionnent des stickers mentionnant la baisse de prix sur le livre afin de faciliter sa vente en magasin. Ces opérations sont devenues courantes dans le domaine des beaux-arts notamment. Le livre est toujours au catalogue de l'éditeur mais le prix a été changé : les éditeurs doivent respecter les modalités d'information auprès de l'ensemble des revendeurs [lettre circulaire, annonce *Livres Hebdo*, changement de la fiche ouvrage au sein du FEL] et ceux-ci doivent respecter le nouveau prix.

## INDICATEURS DU MARCHÉ

Volonté d'économie, évolution des modes de consommation, prise en compte de l'impact écologique... Autant de facteurs qui expliquent que l'occasion est un marché en pleine expansion depuis 10 ans.

• **Pour 2013**, on rapporte que 21 % du volume global des achats de livre (quel que soit le lieu d'achat, physique ou numérique) auraient été réalisés en occasion [étude Rec+ / GFK<sup>8</sup>] ; la Sacem estimait alors que « *pour le livre comme pour le CD, le taux de substitution de l'offre d'occasion à l'offre de neuf est de 45 %, correspondant au taux de personnes qui citent le prix comme justification d'un achat d'occasion entre particuliers, quel que soit le produit échangé* »<sup>7</sup>.

• **Pour 2014**, une simple recherche internet ramène le marché de l'occasion en France à des valeurs qui oscillent entre 1,4 milliard et 6 milliards d'euros ! Le cabinet Xerfi se place dans la fourchette haute, voiture et immobilier compris (*La distribution de biens de consommation d'occasion*, Cabinet Xerfi, 2014), quand site-annonce.fr se place dans la fourchette basse de 1,4 milliard... hors immobilier et voiture.

Principal objet de transaction de particulier à particulier, le livre représenterait 36 % des produits achetés et 31 % des produits vendus<sup>8</sup>. Durant cette année, 10 % des Français ont acheté au moins un livre imprimé d'occasion<sup>9</sup>.

Le sociologue Vincent Chabault quant à lui, estime que le marché français du livre d'occasion représenterait 800 millions d'euros de chiffre d'affaires<sup>10</sup>.

## LES CIRCUITS PHYSIQUES

Entre présence en librairie de neuf ou d'occasion, bourse aux livres, vide-grenier, vente de particulier à particulier, brocantes solidaires type Emmaüs, *bookcrossing*, boîte aux livres, don, échange, marchés, partage, les circuits de vente et de diffusion du livre d'occasion sont nombreux.

- **Les échanges entre particuliers** : en 2013 ils représentaient 30 % de la circulation de livres d'occasion (en nombre d'exemplaires), dont 23 % via des intermédiaires marchands<sup>11</sup>.
- **Les points de vente exclusifs de livres d'occasion** : ils résistent à internet ; le Syndicat national de la Librairie Ancienne et Moderne compte 250 adhérents et le site livre-rare-book.com<sup>12</sup> recense quant à lui 3 995 libraires d'ancien.

- **Les grandes surfaces culturelles** sont de plus en plus nombreuses à proposer de l'occasion, par exemple les Espaces culturels Leclerc de Quimper et Landerneau.

- **Les librairies indépendantes** : peu développent ce service [seulement 28 % selon les clients interrogés<sup>13</sup>].

- **Le *bookcrossing*** : correspond à des échanges ou des dons de livres entre particuliers via des « boîtes aux livres », lors de rencontres littéraires, etc.

Notons que 30 % des achats de livres d'occasion s'opèrent via des circuits physiques et 23 % via internet<sup>14</sup>. Soulignons par ailleurs que tous les cabinets d'étude tablent sur une croissance annuelle forte de 10 à 20 % dans les 5 ans à venir. Les librairies indépendantes ont donc encore une place à prendre sur ce marché.

## LES GRANDS CONCURRENTS

Un tableau comparatif des plateformes présente ici les principaux revendeurs (inter)nationaux, ainsi que leur politique de vente en ligne et physique (pp 8-9).

## LES CIRCUITS DE VENTE EN LIGNE

**Les plateformes de vente en ligne**  
Les plateformes de vente en ligne, ou *marketplaces*, favorisent la vente ou l'échange de biens entre acheteurs et vendeurs, professionnels ou particuliers. Ces plateformes se rémunèrent par des commissions sur les ventes et/ou sur les services associés.

**Les sites de vente en ligne**  
Contrairement aux plateformes, les sites de vente en ligne ne proposent que

leurs propres stocks de livres. Il s'agit plutôt de sites de grosses librairies.

**Les plateformes d'échange de livres**

Des initiatives se développent, permettant des échanges de livres d'occasion numériques ou papier. Par exemple la plateforme Bookcrossing compte aujourd'hui 1,6 million d'utilisateurs dans le monde<sup>15</sup> ; on peut également citer Booksquare, Booxup ou encore l'initiative parisienne Circul'livre.

## QUI ACHÈTE DES LIVRES D'OCCASION ET POURQUOI ?

**Les différentes tribus du livre, définies par les libraires**

- **Les économes** : font attention à leurs achats, ils cherchent les petits prix.
- **Les décroissants** : l'achat d'occasion est une façon de participer à la décroissance et de trouver des livres qui sortent de l'ordinaire, des livres chargés d'histoire.
- **Les impulsifs** : s'autorisent un livre de plus dans leur panier parce qu'il est moins cher.
- **Les passionnés** : ne jurent que par le livre d'occasion, et empruntent le neuf en bibliothèque.
- **Les prudents** : veulent s'initier à un nouveau domaine éditorial, découvrir un auteur, un sujet... Sans prendre de risque trop important.
- **Les opportunistes** : neuf ou occasion, l'essentiel reste de trouver le bon livre.
- **Les rebutés** : n'achèteront jamais de livres d'occasion parce qu'ils n'aiment que le neuf.

## LISTE COMPARATIVE DES SITES ET DES PLATEFORMES

	PROPRIÉTAIRE	LIVRE NEUF	LIVRE OCCASION	LIVRE RARE	ABONNEMENT MENSUEL	COMMISSION SUR LES VENTES	FRAIS DE GESTION
<b>PLATEFORMES DE VENTE EN LIGNE</b>							
<b>Abebooks</b>	Amazon.com Inc, Seattle (USA)	Oui	Oui	Oui	Proportionnel au nombre de titres vendus / mois	Oui	Oui
<b>Amazon</b>	Amazon.com Inc, Seattle (USA)	Oui	Oui	Non	Au-delà d'un certain nombre de titres vendus / mois	Non	Non
<b>Cdiscount</b>	Groupe Casino, Saint-Etienne (France)	Oui	Oui	Non	Oui	Oui	Non
<b>Ebay</b>	EBay Inc., San José (USA)	Non	Oui	Oui	Système de boutiques	Oui	Oui
<b>Fnac .com</b>	Groupe Fnac-Darty, actionnaire majoritaire : Groupe Artémis, holding française de contrôle de Kering [ex PPR]	Oui	Oui	Non	Oui	Oui	Oui
<b>Le bon coin</b>	Schibsted média group, Oslo (Norvège)	Non	Oui	Non	Non	Non	Non
<b>Price Minister</b>	Rakuten Crimson House, Tokyo (Japon)	Oui	Oui	Non	Oui	Oui	Oui
<b>SITES DE VENTE EN LIGNE</b>							
<b>Boulinier</b>	Groupe familial créé en 1845	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
<b>Chapitre .com</b>	Actissia (France Loisirs, Le grand Livre du mois) racheté en mars 2015 par International Technology Solutions, (Luxembourg)	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
<b>Decitre.fr</b>	Guillaume Decitre	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non
<b>Gibert .com</b>	Groupe familial Gibert Joseph	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non

PRÉSENTATION DE L'OFFRE	PARTICULARITÉS
<b>PLATEFORMES DE VENTE EN LIGNE</b>	
Rayons thématiques ; liste critérisable ; moteur de recherche.	Pour professionnels uniquement.
Sur chaque fiche article, l'offre disponible est classée par prix ; une page dédiée occasion.	Amazon ne propose plus son service « Amazon rachète » depuis le 31 août 2015.
Liste critérisable.	Decitre est partenaire; possibilité de créer une boutique en marque blanche sur « C le marché ».
Liste critérisable ; 2 625 436 ex. (déc. 2016)	Les vendeurs, particuliers ou professionnels, mettent en vente sous forme d'enchères ou de ventes immédiates un ouvrage ou un lot d'ouvrages via une simple annonce. EBay a développé d'autres sites de revente proposant notamment des livres, comme secondemain.fr
Une rubrique dédiée, organisée par rayon ; sur chaque fiche article neuf, la liste des autres offres, dont les occasions, est proposée.	Les adhérents Fnac bénéficient de 10 % de rabais sur le montant des commissions dues. La Fnac propose de payer les revendeurs sous forme de chèques-cadeaux virtuels à valoir sur le site Fnac.com. Des groupes de libraires (Gibert Jeune, chapitre.com, Decitre) ou des librairies indépendantes comme Le Failler, proposent à la vente des livres neufs via la plateforme, atteignant parfois un nombre de ventes impressionnant.
Liste non organisée ; recherche par mot clé ; tri par zone géographique ; 1 898 151 ex. (déc. 2016)	Les professionnels se distinguent à l'aide d'un onglet spécifique et peuvent profiter d'un compte pro qui offre plus d'avantages. Le site se rémunère grâce aux services complémentaires proposés (remontée des annonces, photos supplémentaires...).
Fiche article proposant différents formats et des offres classées par prix ; présélections de titres à prix réduits (tri sélectif). 2 030 840 ex. (déc. 2016)	Outre les particuliers, bon nombre de revendeurs en occasion et neuf sont des libraires, proposant parfois eux-mêmes une offre en ligne de livres d'occasion et jouant une stratégie de multi canal pour élargir leur capacité à toucher le public. Le système permet aux revendeurs pro, moyennant un abonnement mensuel, de créer une vitrine à leur nom. Decitre, par exemple, a développé plusieurs marques dédiées en plus de sa vitrine en nom propre.
<b>SITES DE VENTE EN LIGNE</b>	
Pas de vente en ligne.	Reprise des livres d'occasion aux particuliers. Paiement cash. Propose également quelques livres neufs et soldés. 7 magasins à Paris et en région parisienne.
Fiche article proposant l'ensemble des formats et prix disponibles ; rubriques dédiées sur le site (livres d'occasion, livres neufs à prix réduit) ; 600 000 ex. (déc. 2016)	Signe des partenariats avec des librairies physiques : les librairies partenaires rachètent les livres en magasin, et selon une charte commune de qualité, une grille tarifaire calcule automatiquement le prix d'achat ; les clients sont payés par le libraire qui stocke les ouvrages collectés ; les livres seront ensuite récupérés (et payés au libraire collecteur) par chapitre.com qui en assure la revente via son site internet.
Fiche article proposant l'ensemble des formats et prix disponibles ; rubrique dédiée livres d'occasion ; 3 521 ex. (déc. 2016)	Les livres sont proposés sous plusieurs formats, dont l'occasion. Le livre d'occasion est expédié en trois jours depuis les entrepôts Decitre. L'offre n'est pas proposée en magasin.
Fiche article proposant l'ensemble des formats et prix disponibles ; rubrique dédiée livres d'occasion. En magasin, l'offre d'occasion est présentée de façon interclassée avec le neuf et repérée par un bandeau jaune indiquant le prix. 150 381 ex. (déc. 2016)	Les achats sont faits en magasin (espaces dédiés) ou via le site internet du groupe. Le vendeur crée un compte et propose les ouvrages à la vente. En entrant l'ISBN, il obtient la cotation de rachat. Les livres sont ensuite expédiés à Gibert et, s'ils sont conformes à la charte qualité, donnent lieu au reversement du montant indiqué lors de la cotation. Le paiement peut s'effectuer de plusieurs façons, via PayPal, via un compte spécifique géré par Gibert (Tirelire) qui permet l'achat en magasin ou par internet. Le site stipule que « Gibertjoseph.com propose la cotation de référence sur le marché des biens culturels d'occasion. »

### Les acheteurs de biens d'occasion

Les coutumiers de l'occasion sont plutôt jeunes (49 % ont moins de 35 ans), diplômés (52 % à bac+2 minimum), parents (56 %) et 47 % perçoivent plus de 3 500 € mensuels par foyer<sup>16</sup>.

Leurs motivations principales d'achat sont : faire des économies (28 %), se faire plaisir (24 %), s'inscrire dans une démarche de développement durable (15 %), s'offrir des biens inaccessibles au prix du neuf (13 %), augmenter son pouvoir d'achat (10 %) ou un besoin (6 %).

### Les clients de la librairie indépendante et l'occasion

Quelle que soit leur typologie, les clients des librairies indépendantes<sup>17</sup> sont fortement intéressés par une offre en livres d'occasion :

- quand le service existe déjà dans la librairie, 61 % sont acheteurs au moins « de temps en temps » ;
- quand le service n'existe pas, 72 % se disent intéressés, dont 22 % envisageraient d'utiliser « souvent » ce service.

Concernant le rachat des livres<sup>18</sup> :

- quand le service n'existe pas, 68 % se disent potentiellement intéressés, dont 20 % estiment qu'ils auraient « souvent » recours à ce service.
- quand le service existe, les clients revendeurs se trouvent principalement parmi la catégorie des « fidèles technophiles<sup>19</sup> » (64 %), et des 25-34 ans (63 %).

La variété des motivations d'achat et des profils d'acheteurs confirme que l'offre en livres d'occasion peut permettre d'enrichir la relation client et de toucher une nouvelle clientèle.

### Autres raisons de développer une offre d'occasion en librairie

Bien que la concurrence soit rude, les raisons sont nombreuses :

- écouler un stock âgé trop conséquent (lors d'un rachat de librairie par exemple) ;
- construire une offre complète pour répondre à une typologie de clientèle la plus large possible ;
- offrir un service de reprise de titres pour fidéliser la clientèle ;
- étoffer son fonds à moindre coût ;
- animer son stock de livres neufs par des offres couplées originales ;
- créer un rayon spécialisé et le faire connaître.

Autant de bonnes raisons à mettre en regard du tableau (voir page suivante) qui synthétise sous forme de SWOT<sup>20</sup> les éléments clés, positifs et négatifs, qui caractérisent le développement d'une offre de livres d'occasion dans son magasin.

### Développer une offre d'occasion : le pour et le contre

	FORCES	FAIBLESSES
POINT DE VENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer des prix bas pour répondre à la demande d'une partie de la clientèle</li> <li>• Étoffer l'offre</li> <li>• Renforcer l'attrait du neuf dans le cadre d'offres couplées</li> <li>• Diversifier la clientèle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appétence nécessaire pour l'occasion</li> <li>• Développement de compétences spécifiques</li> <li>• Espace disponible dans le magasin</li> <li>• Risque de dégradation de l'image de marque du magasin</li> <li>• Risque de surstock</li> </ul>
ENVIRONNEMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement du marché global de l'occasion</li> <li>• Conscience écologique plus forte</li> <li>• Augmentation de l'offre d'occasion dans les points de vente physiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De grands concurrents déjà en place</li> <li>• Surabondance de l'offre en occasion</li> </ul>
	OPPORTUNITÉS	MENACES

### TÉMOIGNAGE LIBRAIRIE MCL, ANGOULÊME

▲▲ Proposer de l'occasion permet de marquer la différence par rapport aux autres commerces de livres, notamment en termes d'accueil et de prix. On contre ainsi l'argument selon lequel le livre est trop cher. L'occasion permet un accès véritablement démocratisé à la culture. Tout dépend du regard que le libraire porte sur le livre d'occasion. La loi Lang n'autorise pas une élasticité et une attractivité de prix : l'occasion est une façon de répondre à ce besoin. Il s'agit avant tout de faire plaisir au client. Faire de l'occasion invite également au plaisir de la découverte ou redécouverte de titres épuisés. ▲▲

### FOCUS 1 TVA ET ASSIETTE D'IMPOSITION

▲ Le livre d'occasion répond à la définition fiscale du livre et bénéficie du même taux réduit de TVA : 5,5 % [source Ministère de la Culture et de la Communication, service du Livre et de la Lecture].

▲ Comme tout bien d'occasion, le livre est taxable sur la marge bénéficiaire, c'est-à-dire la différence entre le prix de vente TTC et le prix d'achat. Si les livres sont achetés à un revendeur soumis à la TVA, le mécanisme est identique à celui d'un achat de livres neufs.

### MODALITÉS D'ACHAT

#### En dépôt-vente

Le libraire établit un bon de dépôt qu'il remet au client, attribue aux différents livres un code barre spécial et définit son prix de vente. Lorsqu'il fait la vente (enregistrée sur un compte « occasion »), le livre est débité sur le dépôt en question. Il peut alors payer au client ce qui lui revient. Si le libraire prend plusieurs fois le même titre, il devra créer un code barre différent pour chaque exemplaire.

#### Au comptant

Les ouvrages sont payés directement au revendeur (chèques, espèces, etc.).

#### Échanges

Le montant de rachat est immédiatement

utilisé, le vendeur choisit des livres pour une valeur similaire. Il est possible de générer un avoir pour couvrir la différence le cas échéant.

#### Rachat avec avoir

Plusieurs modalités existent :

- **via un compte spécifique** : c'est le cas du compte Tirelire<sup>21</sup> proposé par Gibert Joseph. Il s'agit d'un compte client géré via le site internet, ouvert aux personnes majeures, qui permet de vendre et d'acheter. Le client peut choisir de se faire créditer le montant de ses ventes sur son compte Tirelire.

- **via des bons d'achat** : il s'agit d'avoirs pour le montant des livres vendus, à valoir sur les prochains ouvrages achetés dans le magasin. Attention : il est important de limiter l'utilisation des bons d'achat dans le temps (par exemple 2 mois au Furet du Nord, 6 mois à la librairie Doucet du Mans), et de limiter les champs de l'avoir (exclusion de certains produits – presse, restauration... – ou des promotions).

Les libraires encouragent le paiement en bons d'achat en surcotant le montant du rachat (d'environ 10 % dans les cas étudiés). Cela permet :

- d'éviter de payer cash,
- de fidéliser la clientèle,
- d'inciter à l'achat,
- de générer des achats complémentaires.

On estime que 30 à 35 % des bons ne sont pas utilisés dans le temps imparti.

### Impacts potentiels d'un fonds d'occasion sur la trésorerie

L'impact sur la trésorerie dépend de la façon dont les livres sont achetés et de la profondeur du fonds développé.

- **Achat en dépôt-vente** : impact nul car le libraire ne règle les livres qu'une fois la vente effectuée.
- **Achat ferme** : impact direct car le libraire doit régler les livres au comptant.
- **Achat sur carte de fidélité** : impact uniquement quand le client réclame sa remise.
- **Achat en bons d'achat** : impact uniquement à l'utilisation des bons.
- **Dons** : aucun impact, si ce n'est d'améliorer le coût des ventes et donc de diminuer sensiblement le besoin par le stock (voir [Focus 2](#)).

De manière générale, le livre d'occasion peut améliorer le niveau de la marge et la rotation, mais ne modifiera que très sensiblement le besoin par le stock.

### FOCUS 2

#### BESOIN PAR LE STOCK

▲ Cela correspond à la différence entre le temps mis par le libraire à vendre son stock (la rotation) et les délais fixés pour payer les fournisseurs (les délais fournisseurs). Le besoin par le stock s'exprime en multipliant le résultat en nombre de jours par le montant des achats journaliers TTC de la librairie. Ce montant correspond peu ou prou au besoin en fonds de roulement (BFR) des librairies (hors créances clients).

### TYPOLOGIE D'ACHAT ACHAT PAR LOTS

Un achat par lots signifie acheter un ensemble de livres et permet une dégressivité du prix.

#### Principaux intérêts :

- constitution rapide d'un fonds ;
- redécouverte (ou découverte) de titres ;
- choix des périodes d'achat.

#### Principales difficultés :

- demande une capacité d'expertise de l'état, de l'intérêt et de la valeur des lots ;
- on ne sait pas toujours exactement ce qui compose le lot (sauf si celui-ci est détaillé) ;
- nombreux déplacements ;
- avance de trésorerie pour l'achat du lot ;
- redondance des titres ;
- espace et temps nécessaires pour le stockage, le déballage et le tri.

L'achat par lots est le mode d'achat à privilégier lorsqu'on souhaite développer une offre importante en livres d'occasion, sans volonté de réaliser un assortiment fin, mais demande une appétence pour la manipulation de livres de seconde main.

#### Les fournisseurs

Les particuliers sont une source importante d'offres (déménagement, succession, vide-grenier...). Cela nécessite pour le libraire de passer régulièrement des annonces indiquant qu'il cherche des lots, de définir une zone géographique de recherches afin d'éviter de perdre du temps dans des déplacements trop longs, de ne pas hésiter à poser des questions au revendeur avant d'aller voir la collection pour vérifier qu'elle répond a minima aux critères de recherche. Si le lot se révèle d'une grande qualité,



l'acquéreur le revendra plutôt dans une salle de vente ou à un libraire de livres rares, plutôt que dans sa librairie.

Les salles de ventes proposent parfois des lots de livres, mais ce mode d'approvisionnement se révèle vite chronophage. Idéalement, il faut se faire connaître auprès des salles proches de sa librairie pour être tenu informé.

### FOCUS 3 CAS DES ÉDITIONS ORIGINALES ET/OU RARES

► Lorsqu'un libraire non spécialiste repère des livres potentiellement rares, mieux vaut faire estimer leur prix de revente que de se baser sur les informations trouvées sur internet. Pour cela, le libraire peut se rapprocher d'un libraire d'ancien reconnu par ses pairs (par exemple les libraires qui réalisent les expertises pour les salles de ventes), ou du Syndicat national de la Librairie Ancienne et Moderne<sup>22</sup> (SLAM).

#### La valeur

L'estimation de la valeur se fait pour l'ensemble du lot, en fonction du type de livres, de leur état et de leur nombre. 20 % des livres doivent justifier l'achat des 80 % autres (rareté ou récurrence des demandes). Ne pas hésiter à désherber le lot acheté, en en détruisant une partie ou en pratiquant des prix très bas sur les ouvrages les moins intéressants. Une partie du lot doit pouvoir se vendre rapidement. La pertinence s'acquiert avec l'expérience !

**Pré-requis pour l'achat :** bon état minimum, intérêt d'une partie des titres, présence de thèmes recherchés, besoins du libraire (en fonction de ses stocks).

### FOCUS 4 CONSERVER SON LOGICIEL DE GESTION OU CRÉER UN OUTIL SPÉCIFIQUE ?

► Il est préférable de tout gérer à partir du même outil de gestion, y compris l'existant si possible, mais en fonction du logiciel des développements spécifiques peuvent s'avérer nécessaires.

► Il est important de bien négocier ce coût d'intégration auprès du développeur. Le point essentiel consiste à bien différencier le fonds d'occasion du neuf afin de :

- prévoir un traitement spécifique lors de l'inventaire ;
- connaître précisément l'âge du stock ;
- distinguer les marges, celle de l'occasion pouvant atteindre 100 % dans le cadre de dons ;
- pour un même titre en stock, être capable de dissocier le neuf de l'occasion (avec des codes à barre différents) ;
- pouvoir traiter les titres d'occasion comme un dépôt dans la mesure où les livres proviennent de dons (s'il y a achat les titres seront intégrés en stock pour ne pas fausser les marges).

#### TÉMOIGNAGE

**LIBRAIRIE CAMILI BOOKS&TEA, AVIGNON**

►► Je n'achète plus par lots, car je n'ai plus la place, ni la trésorerie, ni besoin de tout ce qu'ils proposent. Je préfère trier à l'achat. Lorsque j'ai repris la librairie, en plus du stock existant, j'ai beaucoup acheté, je n'y connaissais rien, je ne savais pas trop comment faire, du coup je n'osais pas dire non, je prenais tout, et aujourd'hui je me retrouve avec plein de livres sur les bras ! ▲▲

#### La restauration

Certains titres peuvent nécessiter un toilettage : gomme, couverture, cire d'abeille... Il faut veiller à ne pas sous-estimer le temps nécessaire à la réalisation de ces tâches.

#### Le cas des dons de particuliers ou de fournisseurs

Ces lots se révèlent souvent peu intéressants et occupent espace et temps pour peu de résultats. Attention cependant, les dons génèrent une marge de 100 % et l'assiette de calcul de la TVA s'en ressent (voir [Focus 1](#)).

### TYPOLOGIE D'ACHAT ACHAT À L'UNITÉ

Il s'agit principalement du rachat d'ouvrages auprès des clients de la librairie, dans le magasin.

#### Principaux intérêts :

- élargissement de la clientèle ;
- fidélisation de la clientèle (cf. carte de fidélité [p.26](#)) ;
- choix plus fin de l'assortiment ;
- gestion au cas par cas des achats.

#### Principales difficultés :

- nécessite l'organisation d'un espace dédié et le cas échéant la formation du personnel ;
- demande de rédiger des conditions générales d'achat précises ;
- en cas de rachat cash, nécessite de la trésorerie ;
- risque de redondance dans l'offre ;
- risque de mécontentement du client en cas de refus du rachat.

#### Les Conditions Générales d'Achat

Si le libraire pratique l'achat à l'unité, il doit rédiger et rendre accessibles les Conditions Générales d'Achat<sup>23</sup> (CGA)

des livres d'occasion. Elles peuvent par exemple contenir les clauses suivantes :

- **Champs d'application :** les parties entre lesquelles s'appliquent les conditions énumérées dans le document (l'acheteur et le vendeur) ; la description de l'acheteur ; le refus éventuel de rachat à des revendeurs professionnels (cela peut éviter de nombreux démarchages).
- **Capacité d'engagement du contractant et acceptation des CGA :** le client doit accepter les CGA et être en capacité juridique de le faire (voir [Focus 9](#)).
- **Offre d'achat :** les critères de validité de l'offre (état des ouvrages, nombre de titres maximum acceptés ou toute autre limite posée aux types d'offres que le client peut être amené à faire) ; l'estimation

### FOCUS 5 L'ÉTAT DU LIVRE : UNE CONDITION D'ACHAT SINE QUA NON

► Il est primordial de définir précisément les conditions de reprise a minima d'un livre, particulièrement concernant son état, notamment lorsque plusieurs personnes sont en charge des reprises. Un rayon d'occasion n'est pas un rayon de brocante.

► L'offre devant ressembler à ce que l'on trouve habituellement en librairie, certaines typologies de livres peuvent être exclues : les éditions club (type France Loisirs), les livres vendus par courtage (type *Encyclopédia Universalis*),

► La charte élaborée par Gilbert Joseph<sup>24</sup> offre un bon exemple de liste exhaustive des raisons de refus.



de la cotation (sans forcément donner la grille tarifaire, mentionner comment le libraire va indiquer le montant de rachat de l'offre) ; la durée de validité de l'offre (si le rachat est différé dans le temps) ; les conditions de réception des ouvrages ; la présence du titre dans le fonds ; intérêt de l'ouvrage...

- **Modalités de paiement** : décrire les différentes modalités de paiement et les éléments utiles pour procéder au paiement.
- **En cas de litige** : indiquer le nom de la personne référente au sein de la librairie.

### TYPOLOGIE D'ACHAT ACHAT À DES SOLDEURS

Il existe des grossistes (voir p.28) spécialisés dans la revente de soldes d'éditeurs aux professionnels (suite à un arrêt de commercialisation de titres). Ces soldeurs proposent des catalogues en ligne et ont parfois un local (magasin, entrepôt...). Ils indiquent un prix public conseillé et vendent en ferme aux professionnels les ouvrages à 50 % de ce prix.

Il peut arriver qu'un libraire trouve par ce circuit un ouvrage soldé en quantité, alors qu'il est toujours en vente au prix fort dans les circuits classiques ; il s'agit alors vraisemblablement d'un solde partiel de l'éditeur, une pratique qui contrevient à la Loi sur le prix unique.

À noter : certains libraires indépendants accueillent désormais des espaces Maxilivres dans leur magasin, afin de proposer des livres à petits prix. Il s'agit généralement d'une licence.

### FOCUS 6 PRIX DE REVENTE DES SOLDES ÉDITEUR

▲ **Lorsqu'un libraire achète des ouvrages en arrêt de commercialisation chez l'éditeur (solde), il est libre de fixer le prix de revente qu'il souhaite, bien qu'un prix public soit souvent conseillé par le grossiste.**

▲ **Rappelons que la vente à perte est proscrite : le prix de revente ne sera jamais fixé en dessous du prix d'achat.**

### RYTHME DES ACHATS ET GESTION PHYSIQUE DU STOCK

#### Rythme des achats

Une grande prudence est recommandée dans le rythme des achats.

#### Quelques conseils à suivre :

- prendre le temps d'estimer le potentiel de chaque ouvrage ; mieux vaut être très prudent que d'avoir un stock trop conséquent à gérer ;
- ne jamais se priver des valeurs sûres ;
- vérifier les taux de rotation du titre en neuf avant d'accepter un rachat en occasion ;
- surveiller l'évolution des ventes sur plusieurs mois en total mobile (voir [Focus 7](#)) pour estimer si le rayon est toujours en progression.

### FOCUS 7 TOTAL MOBILE

▲ **Méthode de calcul du chiffre d'affaires, lissée sur les 36 derniers mois d'activité et permettant de dégager une tendance générale d'évolution en éliminant les variations saisonnières.**

### Gestion physique du stock

• **En cas de rachat par lots**, il est impératif de prévoir un espace de stockage et de déballage suffisant : réserves, espace dédié hors du magasin... Étagères de stockage et table pour le traitement des livres ne sont pas à négliger non plus.

• **En cas de rachat à l'unité**, il est conseillé de prévoir un lieu spécifique pour recevoir les cédants, choisir les livres, photocopier les pièces d'identité (voir [Focus 9](#)), et éviter d'engorger la caisse. Un poste informatique dédié permet en outre de créer les fiches articles au fur et à mesure de l'entrée d'un titre et de donner les cotes de reprise.

### FOCUS 8 BOURSES AUX LIVRES SCOLAIRES

▲ **Certaines librairies proposent de prendre en dépôt les livres scolaires pour en proposer la revente en occasion. Les livres doivent être au programme de l'année scolaire et en bon état. Les déposants sont payés ou remboursés sous forme d'avoirs dans le magasin. Le prix de la vente est partagé entre le libraire et le déposant. Le libraire doit prévoir l'espace nécessaire à cette bourse et organiser les dépôts (bons de dépôts, CGA). Chronophage et peu rémunérateur, ce service offre en revanche l'intérêt de faire venir le public scolaire dans le magasin.**

▲ **Attention, certaines associations de parents proposent ce service, notamment via des plateformes internet gratuites de mises en lien acheteurs/vendeurs. Mieux vaut se renseigner sur leur existence avant de mettre en place un tel service dans son magasin.**

### TÉMOIGNAGE

#### LIBRAIRIE CAJELICE, PERPIGNAN

▲▲ *Les clients viennent déposer leurs livres et le libraire choisit ce qui est repris. L'espace dédié est circonscrit dans le magasin, du coup nous ne prenons que les grandes ventes pour éviter trop de volumétrie.* ▲▲

### FOCUS 9 PROCÉDURE D'ACHAT À DES PERSONNES PHYSIQUES

Lorsque l'achat des biens d'occasion se fait auprès de personnes physiques ou morales qui ne les fabriquent pas ni n'en font le commerce (notamment les particuliers), le libraire doit accomplir plusieurs démarches et se plier à certaines règles, détaillées sur le site [service-public.fr](http://service-public.fr)<sup>25</sup> :

▲ **Déclaration préalable** : un formulaire de demande d'inscription sur le registre des revendeurs d'objets mobiliers est à adresser à la préfecture.

▲ **Registre de police [ou registre de brocante]** : sa tenue est obligatoire. Il doit être paraphé en amont par le maire ou le commissariat de police de la commune. Ce registre [papier] comporte identité des vendeur et acheteur ainsi que le descriptif des objets échangés. À noter : en-dessous d'une valeur unitaire de 60,98 €, il n'est pas indispensable d'attribuer à chaque produit acheté un numéro individuel.

▲ **Par ailleurs** : il est impératif de demander la **carte d'identité du vendeur** lors de l'achat ; les mineurs doivent venir avec leur propre carte d'identité, ainsi qu'une autorisation parentale de revente accompagnée de la pièce d'identité du signataire de l'autorisation.

L'ensemble de la procédure est valable également en cas d'échanges ou de dons.

## UN PEU DE

## MARKETING

Interclassement ou espace dédié ?  
Quelle que soit l'option retenue, l'emplacement des livres doit être réfléchi d'emblée puisqu'il conditionne les modalités d'accès à l'occasion, traduit le positionnement du magasin et révèle la clientèle visée.

## L'INTERCLASSEMENT

## Modalités de mise en œuvre

Les livres d'occasion sont rangés exactement comme les livres neufs et l'on peut trouver côte à côte le même titre neuf ou d'occasion.

## Conseils

Apposer une étiquette ou une gommette de couleur sur le dos et/ou la tranche du livre (voire sur la couverture si le livre est présenté sur table ou en facing) afin de différencier neuf et occasion. Cette étiquette peut indiquer le prix neuf rayé et le prix d'occasion en dessous.

## Atouts :

- répond aux contraintes du lieu, lequel ne permet pas toujours de séparer les fonds ;
- augmente le fonds visible ;
- touche plusieurs types de clientèle en même temps ;
- peut déclencher un achat d'impulsion ;
- crée une image d'exhaustivité de l'offre et de prix bas (à condition que l'image de la librairie de neuf soit déjà fortement ancrée).

## Contraintes :

- oblige à un rangement fin de l'offre ;
- peut nécessiter la création d'une pochothèque à cause du développement de l'offre ;
- peut défavoriser le livre neuf, voire créer une image de bouquiniste si le stock d'occasion prend trop de place au regard du neuf ;
- satisfait moins les amoureux de la « farfouille ».

## L'ESPACE DÉDIÉ

## Modalités de mise en œuvre

Un espace du magasin est dédié à l'offre d'occasion. Les bacs sont souvent privilégiés pour faciliter l'exploration des fonds.

## Conseils

Imaginer un espace convivial incitant à la lecture, en continuité avec le reste du magasin et réfléchir à l'ambiance que l'on souhaite créer : un lieu de mise en scène de pépites ou un espace hors du temps, où le client aura le sentiment de « dégoter » la perle rare.

## Atouts :

- rangement aisé, notamment dans les bacs ;
- ne perturbe pas l'image et le positionnement du magasin sur le neuf ;
- touche plus directement une clientèle qui ne cherche que le livre d'occasion ;
- peut être pensé comme un espace de

mise en scène alternative de l'offre ;

- apporte une meilleure lisibilité du stock (une fois les étagères pleines, on arrête d'acheter).

## Contraintes :

- l'espace peut vite ressembler à une brocante, d'où l'importance de penser la mise en scène ;
- peut nécessiter la réorganisation du magasin et d'une partie du mobilier ;
- peut sembler un peu mort si le rayon n'est pas régulièrement travaillé.

## UN RAYON À PART ENTIÈRE

Le rayon d'occasion doit être considéré comme un rayon à part entière et travaillé comme tel :

- intégration régulière dans les tables thématiques et dans les sélections de livres neufs, facing...
- mise en vitrine de coups de cœur afin d'attirer une clientèle spécifique ;

## FOCUS 10 MOBILISATION DU PERSONNEL

► **L'achat de livres d'occasion et le suivi du rayon est chronophage et demande du personnel. Or les libraires ne se sentent pas tous une appétence pour l'occasion. Les barrières psychologiques ne doivent pas être sous-estimées ; il est important :**

- d'expliquer les enjeux pour le magasin,
- de bien formuler objectifs et attentes,
- de former aux techniques d'achat,
- de responsabiliser les libraires et de les rendre actifs dans la gestion du stock,
- de prévoir des points réguliers, au moins pendant la première année d'activité dans ce domaine.

- surveillance de l'obsolescence des stocks (ne pas hésiter à baisser les prix des ouvrages à faible rotation !).

## USAGES DYNAMIQUES

Il s'agit d'utiliser le livre d'occasion comme outil d'animation du stock et de fidélisation. Par exemple :

- **comme « livre surprise » ou « cadeau du libraire »** : pour 1 € (ou 2 ou 3), un livre d'occasion surprise empaqueté, choisi par le libraire et que le lecteur découvrirait chez lui ;
- **dans une liste thématique** : autour d'un auteur, d'une actualité, comportant un livre neuf et deux livres d'occasion ;
- **comme « livre suspendu »** : basé sur le concept du « café suspendu<sup>26</sup> », un livre est acheté par un client afin d'être offert à une association, ou au prochain client afin de créer du lien entre clients...

## AUTRES MOYENS DE FAIRE VIVRE SON STOCK DE LIVRES D'OCCASION

## La vente en ligne

Compléter une partie de ses ventes par le biais d'une offre en ligne (voir [liste comparative des plateformes pp 8-9](#)) peut s'avérer être non seulement une bonne idée mais inévitable à partir d'un certain volume de livres ou dans le cas d'ouvrages rares.

Mais attention, cela demande du temps (création de comptes vendeurs, intégration des références) et parfois un investissement initial (abonnement mensuel sur des sites spécialisés par exemple).

### Les lieux extérieurs

Le libraire peut proposer son stock de livres d'occasion de façon régulière ou ponctuelle hors les murs.

- **Régulière** : lors de salons, marchés, festivals où le livre d'occasion joue souvent le rôle de produit d'appel. Les braderies municipales et autres périodes de soldes sont également des moments opportuns pour valoriser cette offre et écouler les stocks qui n'ont pas bougé depuis 6 mois.
- **Ponctuelle** : à anticiper en cas de surstock. Il existe de nombreux salons du livre d'occasion, dont celui de Belfort<sup>27</sup> qui propose chaque année une vente massive (280 000 livres en 2015 !) pendant 3 semaines.

### FOCUS 11 PARTENARIATS

► **L'arrivée des géants de l'internet a contraint nombre de libraires dont ceux d'occasion à replier leur activité « en chambre »<sup>28</sup>.** Pour définir les contours d'une offre d'occasion adaptée à la spécificité de sa clientèle, il est recommandé de se rapprocher d'un collègue spécialisé et de bénéficier de son savoir-faire. Celui-ci peut même devenir fournisseur (grossiste). Un travail conjoint sur le choix d'un fonds permet d'adapter l'offre de façon fine.

### FOCUS 12

#### LA VENTE À DISTANCE

##### ► Vente à distance de livres physiques

Elle est encadrée depuis le 8 juillet 2014 par la loi n°2014-779 : le détaillant ne peut plus appliquer les 5 % de rabais autorisé sur le prix public neuf. Il peut en revanche appliquer une décote de 5 % du prix du livre sur les frais de port, lesquels ne peuvent néanmoins pas être gratuits.

##### ► Cas du livre numérique d'occasion

La question de la légalité de la revente des produits numériques en occasion est à l'agenda du Conseil supérieur de la Propriété littéraire et artistique (CSPLA) depuis 2013 [précisons que lors de l'affaire Oracle<sup>29</sup> en juillet 2012, la Cour européenne de Justice avait confirmé la légalité de la revente de logiciels d'occasion]. Le CSPLA a rendu le 26 mai 2015 un rapport informatif sans conclusion sur le sujet. Cependant, la Cour européenne n'a toujours pas inscrit cette question à son ordre du jour. Profitant du vide juridique, des services de revente de livres numériques apparaissent, comme Aquadima<sup>30</sup> ou Booxup<sup>31</sup>, qui proposent une rémunération des ayants droit.

► **Rappel** : le livre d'occasion n'entre pas dans le champ d'application de la Loi sur le prix unique. Cependant il faut être très explicite en cas d'affichage de prix multiples pour un même titre (neuf, occasion) et il est recommandé de bannir le terme « comme neuf » qui prête à confusion.

## CALCULER SON PRIX

### DE RACHAT ET DE REVENTE

### FOCUS 13 LOI SUR LE PRIX UNIQUE DU LIVRE

La Loi sur le prix unique du livre du 10 août 1981<sup>32</sup> ne s'applique que sur les ouvrages neufs édités ou importés. Le libraire est donc libre de fixer le prix de vente qu'il souhaite pour le livre d'occasion (voir Focus 6).

### S'ADAPTER AU PRIX DU MARCHÉ

Cela consiste à opérer une veille sur les sites internet concurrents ou auprès des acteurs physiques locaux pour estimer le prix moyen de revente par catégories d'ouvrages. Dans le cas du livre de poche par exemple, les libraires interrogés proposent des prix compris entre 1 et 5 € en fonction de l'état et de la rareté ; le prix moyen constaté se situe en effet entre 2 et 3 €.

#### Atouts :

- souplesse de fonctionnement ;
- catégories de prix simples à comprendre pour le client, lequel vérifie souvent les prix sur internet et compare avant de se décider à acheter ;

#### Inconvénients :

- demande de « sentir » le marché ;
- tire les prix vers le bas (les prix proposés sur les plateformes de vente en ligne par des particuliers ne répondent pas aux mêmes impératifs de rentabilité).

### ÉTABLIR UNE GRILLE DE RACHAT

Établir une grille tarifaire indiquant les prix de rachat par catégories d'ouvrages permet de gagner du temps et de la clarté. La règle du calcul du prix de rachat peut être affichée ou rester à la discrétion du libraire. Mais le client vendeur doit connaître le prix de rachat proposé pour chacun des titres vendus.

Chaque libraire crée sa propre grille, en choisissant une approche :

**Liée au prix fort de l'ouvrage neuf<sup>33</sup>** : le livre est racheté par exemple à 40 % du prix facial (voir tableaux pages suivantes) ;

**Liée au prix de revente** : avec calcul d'une marge bénéficiaire en fonction d'un prix de revente par catégories d'ouvrages ; par exemple 70 % de marge pour les livres de poche, 50 % pour les grands formats... (voir tableaux pages suivantes).

Certains logiciels de gestion de stock permettent la création d'un rayon occasion, géré à partir de la base de données du livre neuf. Le libraire crée alors autant de coefficients de calcul de prix de rachat qu'il le souhaite. Il peut également choisir de ne pas indexer le prix d'achat sur le prix facial.

#### Atouts :

- marge assurée pour le libraire ;
- le client sait ce qu'il gagne par rapport au livre neuf ;
- permet d'éviter certains marchandages...

**Inconvénients :**

- demande de l'expérience car certaines catégories de livres peuvent être surcotées ou sous-cotés. La valeur du livre d'occasion ne dépend pas uniquement de la valeur initiale du livre ; les prix éditeur varient également et demandent un travail de mise à jour fastidieux ; cette méthode est à recommander pour les ouvrages récents.

Les libraires appliquent souvent un mélange des deux approches : ainsi un libraire spécialisé BD estime que la règle de revente à 2/3 du prix neuf est globalement bonne, sauf dans le cas de la BD franco-belge pour laquelle le prix maximum psychologique est de 8 €, ce qui l'oblige à acheter moins cher pour revendre en-dessous de ce plafond constaté.

### FIXER LE PRIX DE REVENTE EN FONCTION DU GAIN SUR LA MARGE

Précisons que pour l'occasion, la TVA est payée sur la marge bénéficiaire.

**Exemple d'un livre acheté neuf à 20 € avec une marge libraire de 30 %**

PRIX FACIAL DU LIVRE NEUF	REMISE LIBRAIRE	PRIX D'ACHAT LIBRAIRIE	MARGE NEUF
20 €	30 %	14 €	6 €

Cherchons à déterminer à quel prix pourrait s'acheter le même livre en occasion :

- en essayant d'obtenir la même marge,
- en cherchant à voir si la marge pourrait être supérieure.

**Simulation de différents prix de rachat :**

RACHAT EN % DU PRIX FACIAL	PRIX DE RACHAT
50 %	10,00 €
40 %	8,00 €
30 %	6,00 €
25 %	5,00 €
20 %	4,00 €
12,50 %	2,50 €

Ces différents prix de rachat permettent ensuite de calculer la marge libraire, après paiement de la TVA. Pour ce faire :

- il faut tout d'abord simuler différents prix de revente,
- puis calculer la différence entre le prix de revente TTC et le montant du rachat : ce résultat donne la marge brute.

Pour trouver la marge nette, on divisera cette marge brute par le montant de la TVA.

Le tableau suivant présente les différents niveaux de marges possibles en euro, en fonction des prix de rachat.

Les parties colorées en gris représentent les marges dégagées qui sont supérieures à la marge sur le livre neuf.

PRIX FACIAL LIVRE NEUF	REMISE LIBRAIRE SUR LE NEUF	PRIX D'ACHAT LIBRAIRIE NEUF	MARGE SUR LE NEUF	PRIX DE REVENTE OCCASION EN % DU FACIAL						
				75 %	70 %	65 %	60 %	55 %	50 %	25 %
20 €	30 %	14 €	6 €	15 €	14 €	13 €	12 €	11 €	10 €	5 €
Marge exprimée en €	RACHAT EN % DU FACIAL	PRIX DE RACHAT	MARGE EN € APRÈS PAIEMENT DE LA TVA							
	50 %	10,00 €	4,74 €	3,79 €	2,84 €	1,90 €	0,95 €	0,00 €	-4,74 €	
	40 %	8,00 €	6,64 €	5,69 €	4,74 €	3,79 €	2,84 €	1,90 €	-2,84 €	
	30 %	6,00 €	8,53 €	7,58 €	6,64 €	5,69 €	4,74 €	3,79 €	-0,95 €	
	25 %	5,00 €	9,48 €	8,53 €	7,58 €	6,64 €	5,69 €	4,74 €	0,00 €	
	20 %	4,00 €	10,43 €	9,48 €	8,53 €	7,58 €	6,64 €	5,69 €	0,95 €	
	12,50 %	2,50 €	11,85 €	10,90 €	9,95 €	9,00 €	8,06 €	7,11 €	2,37 €	

On se rend compte que pour un livre acheté 5 € et revendu 15 € la marge bénéficiaire est de 9,48 €, ou que pour un livre acheté 2,50 € et revendu 10 € la marge bénéficiaire est de 7,11 € ; soit des marges supérieures à celles du neuf (pour mémoire : 6 €).

En revanche pour un livre acheté 5 € et revendu 10 € seulement, la marge bénéficiaire est de 4,74 € soit inférieure au gain de la vente d'un livre neuf.

**Ce tableau est le modèle d'un outil de calcul interactif.** Afin d'effectuer une simulation, il suffit de modifier les deux cases en rouge : le prix facial du livre neuf et la remise libraire. Dès que la marge est supérieure à celle du neuf, les cases se colorent automatiquement en gris.

**Pour utiliser le tableau interactif, cliquez ici.**

Il est également possible d'exprimer la marge en pourcentage, en divisant la marge en euro obtenue par le

prix de revente théorique. On peut alors déterminer un prix de revente selon ce critère de marge.

PRIX FACIAL LIVRE NEUF	REMISE LIBRAIRE SUR LE NEUF	PRIX D'ACHAT LIBRAIRIE NEUF	MARGE SUR LE NEUF	PRIX DE REVENTE OCCASION EN % DU FACIAL							
				75 %	70 %	65 %	60 %	55 %	50 %	25 %	
20 €	30 %	14 €	6 €	15 €	14 €	13 €	12 €	11 €	10 €	5 €	
Marge exprimée en %	RACHAT EN % DU FACIAL	PRIX DE RACHAT	MARGE LIBRAIRE APRÈS PAIEMENT DE LA TVA								
	50 %	10,00 €	31,6 %	27,1 %	21,9 %	15,8 %	8,6 %	0,0 %	-94,8 %		
	40 %	8,00 €	44,2 %	40,6 %	36,5 %	31,6 %	25,9 %	19,0 %	-56,9 %		
	30 %	6,00 €	56,9 %	54,2 %	51,0 %	47,4 %	43,1 %	37,9 %	-19,0 %		
	25 %	5,00 €	63,2 %	60,9 %	58,3 %	55,3 %	51,7 %	47,4 %	0,0 %		
	20 %	4,00 €	69,5 %	67,7 %	65,6 %	63,2 %	60,3 %	56,9 %	19,0 %		
	12,50 %	2,50 €	79,0 %	77,9 %	76,6 %	75,0 %	73,2 %	71,1 %	47,4 %		

Cette méthode présente des résultats différents et montre que la marge sur le livre est, à quelques exceptions près – quelque soit le prix de rachat et de revente –, supérieure à la marge sur le neuf, attestant une nouvelle fois de l'intérêt économique à travailler un fonds d'occasion.

Il n'est pas possible de déterminer un prix ou une marge « optimum » car tous les indicateurs diffèrent en fonction soit du prix du neuf, soit de la marge éditeur ; chacun utilisera ce tableau en fonction de ses propres conditions fournisseurs et des prix pratiqués par les sites ou les enseignes spécialisés.

Pour utiliser le tableau interactif, [cliquez ici](#).

Exemple d'un livre acheté neuf 20 € avec une marge libraire de 38 %

PRIX FACIAL LIVRE NEUF	REMISE LIBRAIRE SUR LE NEUF	PRIX D'ACHAT LIBRAIRIE NEUF	MARGE SUR LE NEUF	PRIX DE REVENTE OCCASION EN % DU FACIAL							
				75 %	70 %	65 %	60 %	55 %	50 %	25 %	
20 €	38 %	12,40 €	7,60 €	15 €	14 €	13 €	12 €	11 €	10 €	5 €	
Marge exprimée en %	RACHAT EN % DU FACIAL	PRIX DE RACHAT	MARGE EN € APRÈS PAIEMENT DE LA TVA								
	50 %	10,00 €	4,74 €	3,79 €	2,84 €	1,90 €	0,95 €	0,00 €	-4,74 €		
	40 %	8,00 €	6,64 €	5,69 €	4,74 €	3,79 €	2,84 €	1,90 €	-2,84 €		
	30 %	6,00 €	8,53 €	7,58 €	6,64 €	5,69 €	4,74 €	3,79 €	-0,95 €		
	25 %	5,00 €	9,48 €	8,53 €	7,58 €	6,64 €	5,69 €	4,74 €	0,00 €		
	20 %	4,00 €	10,43 €	9,48 €	8,53 €	7,58 €	6,64 €	5,69 €	0,95 €		
	12,50 %	2,50 €	11,85 €	10,90 €	9,95 €	9,00 €	8,06 €	7,11 €	2,37 €		

PRIX FACIAL LIVRE NEUF	REMISE LIBRAIRE SUR LE NEUF	PRIX D'ACHAT LIBRAIRIE NEUF	MARGE SUR LE NEUF	PRIX DE REVENTE OCCASION EN % DU FACIAL							
				75 %	70 %	65 %	60 %	55 %	50 %	25 %	
20 €	38 %	12,40 €	7,60 €	15 €	14 €	13 €	12 €	11 €	10 €	5 €	
Marge exprimée en %	RACHAT EN % DU FACIAL	PRIX DE RACHAT	MARGE LIBRAIRE APRÈS PAIEMENT DE LA TVA								
	50 %	10,00 €	31,6 %	27,1 %	21,9 %	15,8 %	8,6 %	0,0 %	-94,8 %		
	40 %	8,00 €	44,2 %	40,6 %	36,5 %	31,6 %	25,9 %	19,0 %	-56,9 %		
	30 %	6,00 €	56,9 %	54,2 %	51,0 %	47,4 %	43,1 %	37,9 %	-19,0 %		
	25 %	5,00 €	63,2 %	60,9 %	58,3 %	55,3 %	51,7 %	47,4 %	0,0 %		
	20 %	4,00 €	69,5 %	67,7 %	65,6 %	63,2 %	60,3 %	56,9 %	19,0 %		
	12,50 %	2,50 €	79,0 %	77,9 %	76,6 %	75,0 %	73,2 %	71,1 %	47,4 %		

Pour conserver sa marge exprimée en euro, le libraire ne pourra plus vendre un livre acquis 2,50 € à moins de 11 € ou, par la méthode de la marge, un livre acheté 2,50 € moins de 5 €. Un livre dont le prix en neuf est de 20 € racheté 2,50 € par le libraire, ne pourra donc pas être vendu à moins de 5 €.

Ces tableaux servent à vous aider à déterminer le prix de vente du livre en fonction de la marge théorique que vous souhaitez obtenir. Si le livre provient d'un don, il rapportera quelque soit son prix de vente...

Pour utiliser le tableau interactif, [cliquez ici](#).

## REPENSER SA CARTE DE FIDÉLITÉ

Prenons l'exemple d'un client qui achète un livre neuf et le ramène. Le libraire fixe un pourcentage de reprise en fonction de l'état du livre et crédite le client du montant de la reprise sur sa carte de fidélité. Reprenons l'exemple précédent d'un livre neuf vendu 20 € pour une remise libraire de 30 % et qui serait remis en

vente trois fois dans la librairie. Rappelons que le libraire génère un nouveau code à barres à chaque opération qui va lui permettre de reconnaître le livre à chaque remise en stock.

Dans ce cas d'école et pour un investissement total de 31,50 €, le libraire dégage une marge supplémentaire de 32,50 € et fait passer la marge initiale de 30 % à 57 %.

### Tableau de répartition :

\* en fonction des valeurs du tableau présenté p.23

USURE	% DE REPRISE	PRIX D'ACHAT LIBRAIRIE	PRIX DE REVENTE MINIMAL OCCASION*	MARGE (EN €)*	MARGE (EN %)*
Neuf		14,00 €	20,00 €	6,00 €	30 %
1 <sup>ère</sup> main	50 %	10,00 €	15,00 €	4,74 €	32 %
2 <sup>ème</sup> main	25 %	5,00 €	12,00 €	6,64 €	55 %
3 <sup>ème</sup> main	12,5 %	2,50 €	10,00 €	7,11 €	71 %
Ensemble		31,50 €	57,00 €	32,49 €	57 %

Par ailleurs, il est intéressant de noter que :

- il est rare de reprendre un grand format plus de 5 € en 1<sup>ère</sup> main ;
- dès la 1<sup>ère</sup> main le client est crédité sur sa carte de fidélité, donc la trésorerie est moins impactée (surtout si le périmètre de l'accréditation se limite au fonds d'occasion) ;

- 70 % des clients penseront à utiliser leurs crédits dans les délais fixés ;
- il n'y a plus de frais de transport dans ces opérations ;
- à chaque retour de l'ouvrage la marge augmente !

## NOTES

1. *Les clients de la librairie indépendante, mieux les connaître pour mieux les fidéliser*, ObSoCo (Observatoire Société et Consommation), étude commandée par le Syndicat de la Librairie française, juin 2013.

2. <http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/livre-ancien>

3. <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Soldes>

4. <http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/prix-2a.htm>

5. FEL : Fichier Exhaustif du Livre. Créé par la Commission de Liaison interprofessionnelle du livre (la Clii), le FEL est un fichier articles tendant à la plus grande exhaustivité possible. Il s'inscrit dans le cadre des Échanges de données informatisées (EDI) entre les différents acteurs du livre et vise à faciliter leurs relations commerciales. La gestion du FEL est confiée à Dilicom.

6. in *Qui a peur du marché de l'occasion numérique ?*, Joëlle Farchy et Camille Jutant, Presse des Mines, 2015.

7. <http://www.nextinact.com/news/84234-doutes-et-questionnements-sur-revente-fichiers-d-occasion.htm>

8. 9<sup>ème</sup> Baromètre CtoC PriceMinister-Rakuten-la Poste réalisé par OpinionWay. <http://www.priceminister.com/blog/barometre-du-ctoc-recommandation-12525>

9. Baromètre multi-clients Achats de livres TNS-Sofres pour le ministère de la Culture et de la Communication - Service Livre et Lecture/Observatoire de l'économie du livre, panel de 3 000 personnes de 15 ans et plus, données 2014.

10. in « De l'occasion au troc, les mille et une vies du livre », Florian Bardou, Libération, septembre 2016.

11. Op. cit. note 6

12. <http://www.livre-rare-book.com/bsg/Libraires/fr>

13. Op. cit. note 1

14. Op. cit. note 1

15. Op. cit. note 10

16. *Les Français et le marché de l'occasion*, Baromètre 2013, Opinion Way pour Sofinco <http://www.sofinscope.sofinco.fr/les-français-le-marché-de-l'occasion/>

17. Op. cit. note 1

18. Op. cit. note 1

19. Ibid. Les « fidèles technophiles » représentent 14 % des clients et 15 % du volume de vente. Catégorie jeune, consommant peu de livres, habitant en grande ville, ils sont fidèles à leur librairie indépendante de centre ville et se démarquent également par une appétence forte pour les livres numériques et un taux important de consommation responsable.

20. La matrice SWOT est un outil d'analyse stratégique classique en marketing : elle permet de mettre en évidence dans un tableau les forces et faiblesses internes d'une entreprise, ainsi que les opportunités et menaces liées à son environnement.

21. <http://www.gibertjoseph.com/avantage-tirelire/>

22. [http://www.slam-livre.fr/re/guide\\_du\\_livre\\_ancien.html](http://www.slam-livre.fr/re/guide_du_livre_ancien.html)

23. Voir par exemple, les conditions d'achat de Gibert Joseph, <http://www.gibertjoseph.com/conditions-generales-d-achat-occasion/>

24. <http://www.gibertjoseph.com/l-occasion-a-l-etat-neuf/>

25. <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23207>

26. <http://mondeacscoc.blog.lemonde.fr/2014/01/16/la-solidarite-couleur-cafe-suspendu/>

27. <http://www.livres-90.fr/index.html> Les professionnels peuvent revendre leurs livres (minimum 400 ouvrages) en faisant une demande avant le mois d'avril de l'année précédente.

28. Depuis chez soi.

29. <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Propriete-litteraire-et-artistique/Conseil-superieur-de-la-propriete-litteraire-et-artistique/Travaux/Commissions-specialisees/Commission-du-CSPLA-relative-a-la-seconde-vie-des-biens-culturels-numeriques>

30. <https://aquadima.com/fr/kickstarter>

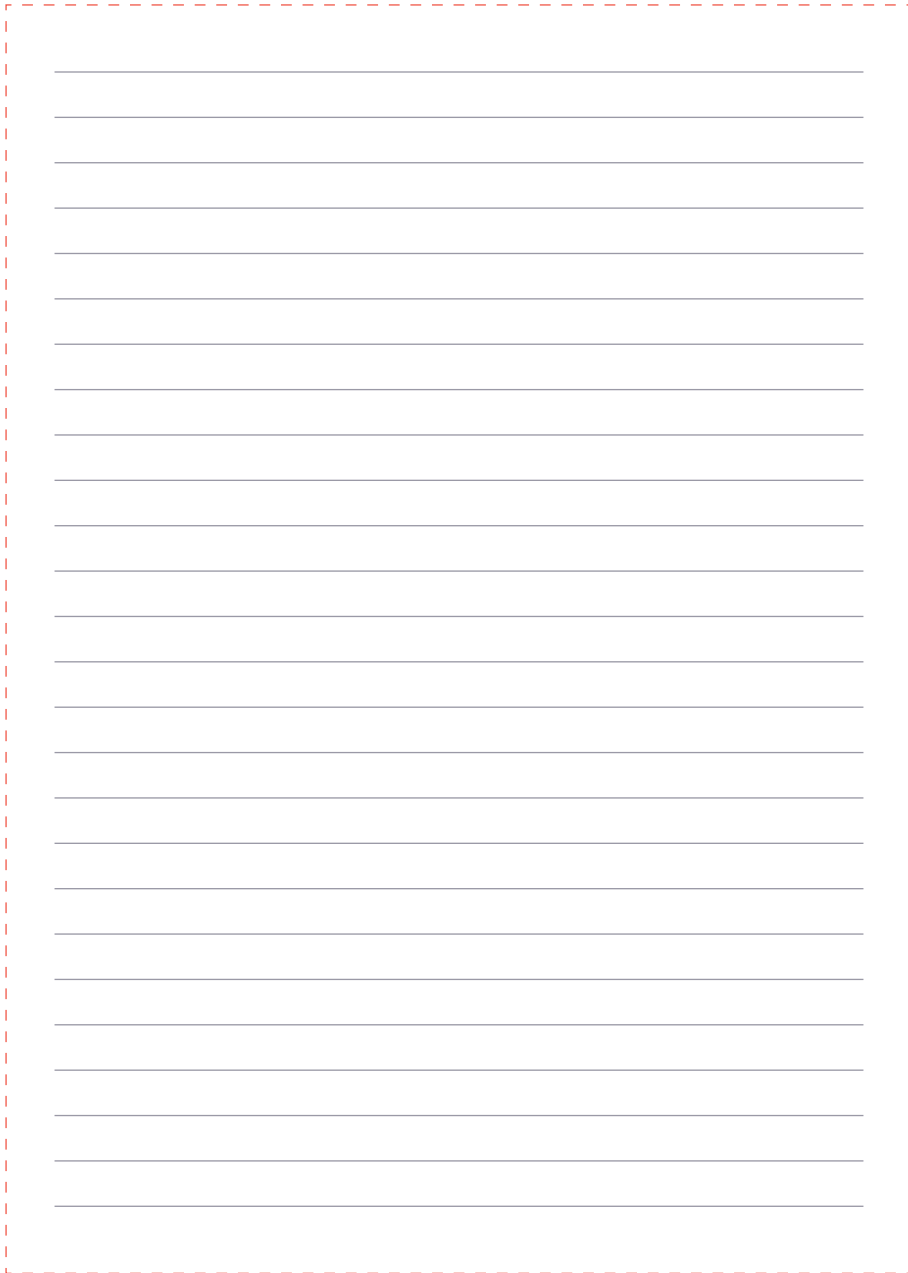
31. <https://www.actualite.com/article/lecture-numerique/booxup-cree-la-marketplace-de-livres-d-occasion-qui-remunere-les-auteurs/66950?origin=newsletter>

32. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068716&dateTexte=20090602>

33. Voir par exemple la politique de la librairie Doucet au Mans : <http://www.librairedoucet.fr/events.php?blid=2282#342415>







## QUESTIONS TRAITÉES DANS CE GUIDE

### Pourquoi proposer des livres d'occasion ?

- Écouler un stock âgé ;
- Compléter des rayons ;
- Fidéliser sa clientèle ;
- Animer son stock de neuf ;
- Créer un rayon spécialisé.

### Objectifs commerciaux

- Générer un volume de CA supplémentaire ;
- Augmenter la fréquentation de la librairie ;
- Diversifier la clientèle de la librairie ;
- Améliorer le panier moyen ;
- Améliorer la marge commerciale.

### Rentabilité et gestion

- Quelle TVA ?
- Quelle politique de prix ?
- Quels outils pour suivre le stock d'occasion ?
- Quelle marge attendre ?

### Personnel

- Qui gèrera les achats, la mise en rayon ?
- Y a-t-il du personnel déjà rompu aux spécificités de l'occasion ?
- Comment dégager le temps de travail nécessaire au suivi de l'occasion ?

### Impact sur l'image

- Quels risques pour l'image de la librairie ?
- Quelques pistes pour présenter cette nouvelle offre (communication, signalétique, information, animations...).



Le guide pratique *Le livre d'occasion en librairie* est une publication téléchargeable sur le site [www.livre-paca.org](http://www.livre-paca.org).

© Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2016  
8/10, rue des Allumettes  
13090 Aix-en-Provence Cedex 2

Tél. 04 42 91 65 20

Mél : [contact@livre-paca.org](mailto:contact@livre-paca.org)

Contact : Olivier Pennaneac'h

Création graphique : [Audrey Voydeville](#)

#### MEMBRES FONDATEURS



L'Agence régionale du Livre Paca est accueillie par la Municipalité d'Aix-en-Provence au sein de la Cité du Livre.



L'Agence est membre de la Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture.

